



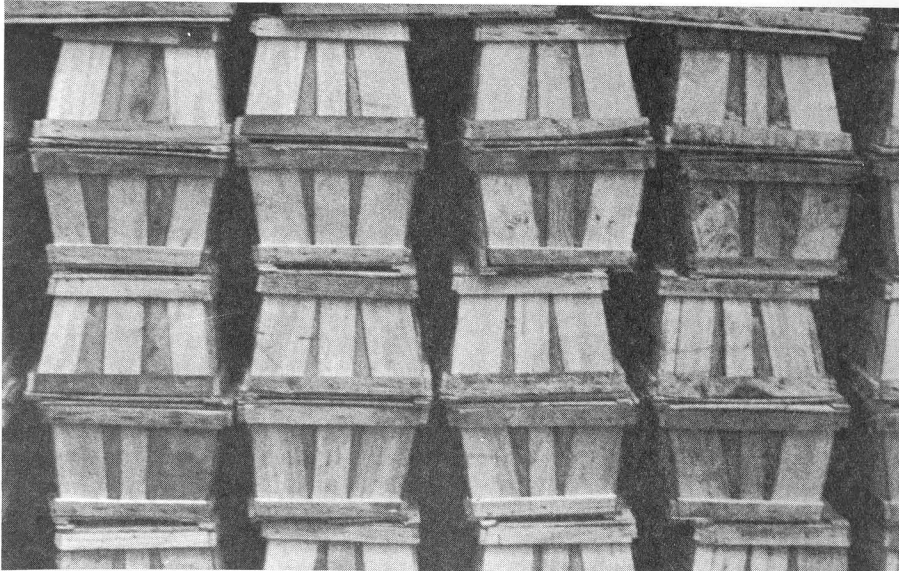
## COMENTARIOS AGRICOLAS

POR EL DR. SIMON E. MALO

CENTRO DE INVESTIGACION Y EDUCACION AGRICOLA  
UNIVERSIDAD DE FLORIDA  
HOMESTEAD, FLORIDA



# Los Diez Mandamientos en la Co



Una revista Australiana, "Queensland Fruit and Vegetable News", publicó hace poco un excelente artículo cuyo contenido quiero compartir y disfrutar con mis lectores porque resume, en forma clara y concisa, lo que todo productor de frutas sabe o debe saber para poder traducir sus esfuerzos en el campo en la esperada ganancia monetaria al vender su fruta. Estos diez mandamientos pueden aplicarse a la agricultura de cualquier lugar, pero más propiamente a los horticultores canarios que producen frutas, flores y hortalizas para los mercados de invierno europeos. Todos sabemos, pero merece repetirse para que al agricultor canario nunca se le olvide, que lo que él aprovecha es la posición geográfica de las islas con respecto a Europa. Esta ventaja, que no es única para Canarias, tiene que explotarse

a su máximo para mantenernos siempre un paso adelante de nuestros competidores. Con la mejoría del transporte aéreo y marítimo, esta competencia se vuelve cada día más aguda. Tenemos que trabajar más y más duro y estar siempre alerta. Si ponemos atención constante a los diez preceptos que siguen, mantendremos en mente la idea de que si somos agricultores es para ganarnos la vida en algo que nos gusta y que consideramos muy decente y digno.

Los diez mandamientos son:

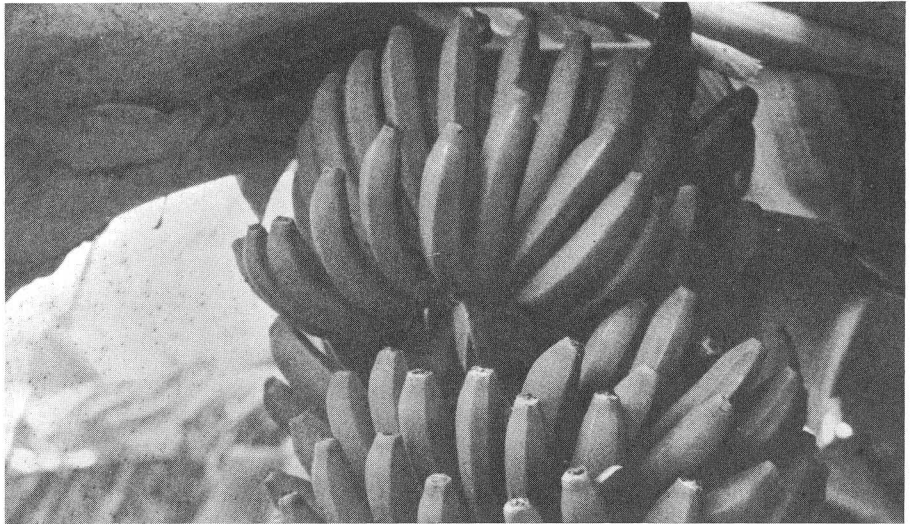
1. La agricultura es una empresa como otra cualquiera, cuya ley fundamental es que la Demanda tiene que ser mayor que la Oferta. Por eso tenemos que constantemente aumentar y mejorar la demanda para nuestra fruta subtropical.

2. El segundo mandamiento es parecido al primero y consiste en enseñar al consumidor, en una forma diligente, a entender y entusiasmarse por los méritos de nuestra fruta subtropical porque sólo un tonto compra algo que no conoce o necesita. La educación cuesta centavos por kilo de fruta cosechada, en cambio su ignorancia nos cuesta cientos de pesetas.
3. Mil agricultores no deben vender su fruta a siete compradores porque es un hecho que en el afán de vender mejor, se cortarían sus propios cues-



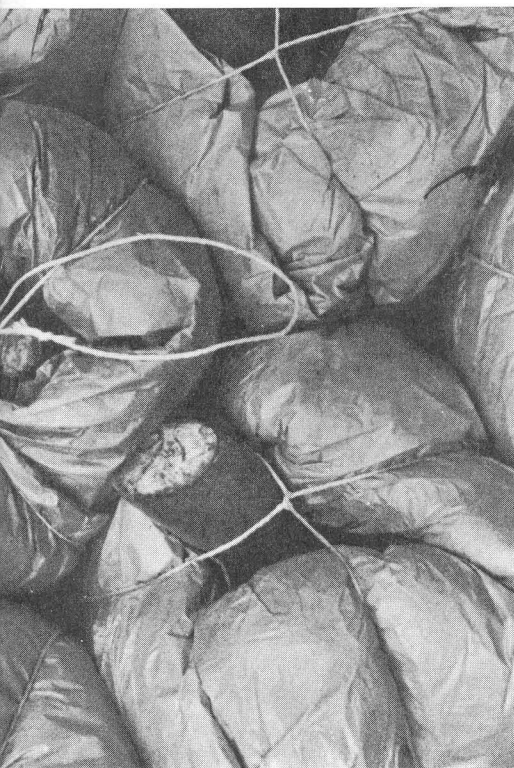
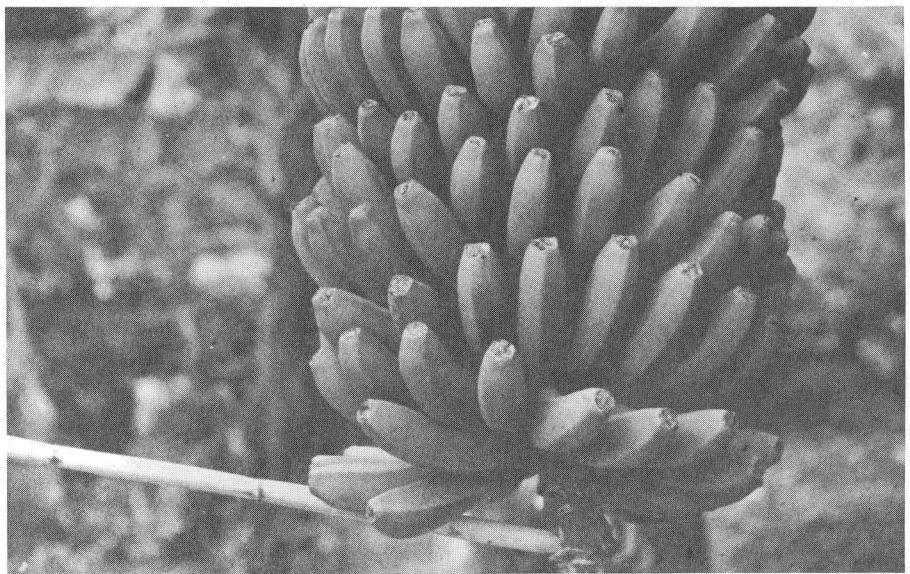
llos y arruinarán el precio. Los compradores se mirarán entre ellos y se reirán de sus víctimas. Sin embargo, siete compradores y siete agricultores hacen un mercado firme que beneficia la cartera de todos.

4. Aquél que rebaja sus precios para arruinar al vecino lanza un "bumerang", con resultados contraproducentes. Su vecino hará lo mismo y ambos, a la postre, pagarán el precio de su falta de juicio.



## ercialización de Frutas Subtropicales

5. Si es posible, nunca vendas fruta en volúmenes pequeños porque el que vende al menudeo atrae siempre al que paga mal o da cheques falsos. En cambio, el que maneja y ofrece gran volumen atrae invariablemente al comprador que mejor paga, que es también el más confiable.
6. Es muy difícil ser al mismo tiempo un productor y un vendedor profesional, por lo tanto, emplea a un profesional para vender tu fruta. Hoy en día, el aficionado no puede competir favorablemente con el profesional, y no cabe duda que los



compradores de fruta en todos los mercados modernos son hábiles profesionales.

7. Asegúrate a toda costa de que nunca abarrotas los mercados cercanos porque el precio se arruina y la noticia de esto se propaga por todos lados como por arte de magia. Ofrece tu fruta en tantas ciudades como puedas porque las frutas subtropicales, aunque solamente se producen en pocos sitios de nuestro planeta, son el deleite de la mayoría de la gente en muchas naciones.
8. Trata de mantener siempre un precio estable en el mercado porque aquí es donde el reventador tiene que comprar sus necesidades de mañana con certidumbre y confianza. En cuanto los precios se van para abajo, todo negociante pospone sus compras hasta asegurarse de poder comprar más barato

que su competidor; mientras tanto, la fruta se acumula con las consiguientes consecuencias en artículos perecederos.

9. No olvides jamás que en el mercado internacional de fruta la uniformidad y el buen empaque es lo que genera nuevos pedidos. Por el contrario, el empaque inferior y la calidad variable sólo acarrearán decepción y encono.
10. Nunca olvides tampoco que la vista controla la cartera y que el aspecto exterior de la fruta es tan importante, o más, que su calidad misma y que la fruta de mal aspecto repele al comprador. Tu fruta tiene que venderse por sí misma, especialmente en supermercados modernos donde tiene que sobresalir por sus propios méritos entre decenas de frutas atractivas.