



Israel: Empresarios agrícolas especializados

ALICIA NAMESNY

Dr. Ing. Agr. / Agroconsorcio AIE



Ya en 1993, en una entrevista que realizó International Fruit World al Ministro de Agricultura de Israel, Yaakov Zur, decía que los productores israelíes sólo vivirán gracias a productos especiales basados en la ciencia.

Ese es, en efecto, el camino que está transitando la industria hortícola del país. No obstante una actual campaña de exportación con una cifra como hacía años no se conocían, fruto de los problemas climáticos que tuvieron varios países de la otra orilla del Mediterráneo, entre ellos, España, los israelíes no se engañan. Saben que esta situación es coyuntu-

Ya en 1993 Yaakov Zur, Ministro de Agricultura de Israel, dijo que los productores israelíes sólo vivirán gracias a los productos especiales basados en la ciencia.

ral y que, básicamente, deben tender a la especialización, tanto en producción como en lo que a tecnología se refiere.

La necesidad de diversificación, mencionada cada vez que se habla del producto hortícola, es una realidad en Israel. No hay más que analizar la oferta de ornamentales. Los productos convencionales -claveles,

Danziger es otro buen ejemplo del «deriva» desde la producción de flor para corte hacia la de material de propagación.

En la fotografía superior se muestra la preparación de las cajas con plantines para ser exportados.

A la derecha, Amir Reuveni, técnico de la empresa, muestra una de las bolsas utilizadas para el transporte de esquejes.

rosas- quedan cada vez más restringidos a los territorios palestinos, con mano de obra familiar y barata; en cambio, las empresas israelíes deben, para alcanzar la rentabilidad, buscar especies que, por su novedad o por la oportunidad de su oferta, alcancen precios altos.

Además, deben trabajar con productos de alta tecnología o «basados en la ciencia»; y, dentro de éstos recaen las «plantas, material de propagación vegetal, bulbos de flores y plantas naturales conservadas», un ítem cuyas divisas alcanzan ya el 5% del valor de las exportaciones totales. Esto significa casi la mitad del valor de las exportaciones de cítricos (9.5% del total), y ello, en un año inusualmente favorable para estos últimos (estos porcentajes se basan en datos hasta la semana 39 del presente año). De hecho, en el organigrama de Agrexco, el departamento que se ocupa de estos productos aún no ha cumplido los 10 años de vida; antes, su escasa relevancia hacía que se ocupara de ellos el de flor cortada.

En el terreno de la tecnología hortícola propiamente dicha, el panorama es similar. Las empresas de avanzada en riego están ahí; los plásticos más sofisticados -fotoselectivos, por ejemplo-, se producen en Israel; este país ha liderado la mejora genética en tomate durante casi una década...

Los derroteros que siguen las relaciones diplomáticas con sus países vecinos abren a los empresarios israelíes, cada vez en forma más oficial, todo el mercado del mundo árabe. Unas relaciones que ya existían, pero que día a día se hacen más públicas. Éstos, al igual que los nuevos países que emergieron de la ex Unión Soviética -en Horticultura 105 ya se ha mencionado la fuerte presencia de Israel en ellos-, generalmente no demandan el «último grito» en tecnología. Se constituyen así en la base económica que permite al sector hortícola israelí, tanto de productos en fresco como de materiales y equipos, continuar avanzando en su tránsito hacia una creciente especialización que le permite abastecer con éxito a los mercados más exigentes.



Israel, líder en consumo

Israel se situó desde fines de la década pasada en el primer lugar en tomate para consumo en fresco a través de Hazera, con la variedad Daniela. Los esfuerzos por mantener esta posición continúan y ahora son más las empresas que ofrecen variedades capaces de conservarse por un período prolongado. En la imagen se observa una de ellas, de Zeraim Gedera, en la que se ha puesto especial cuidado para evitar los hombros verdes; también esta empresa aporta sus productos a la horticultura mundial, a través de la comercialización por firmas locales, como es el caso de Ramiro Arnedo en España.



El «speedling» fue, en su momento, un nuevo concepto en la producción de hortalizas. Y ya hubo una empresa israelí implicada: Hishtil. En la foto superior, tomada en julio 95, se observa a Menachem Shadmi, (derecha), jefe de la división de ornamentales, y Philip Staal, de Sisanit, representante de Ediciones de Horticultura en Israel. Las instalaciones están siendo preparadas para la próxima campaña que dará comienzo en unas semanas. Aunque su mayor volumen de negocio proviene de la venta de plantel de hortalizas en el mercado interior, son crecientes las cantidades que comercializa en el exterior, tanto de hortaliza como de ornamentales.

