



Presentación Oral – O1M1

Análisis estratégico de la industria de durazno en Rio Grande do Sul

L.C. Belarmino¹, M. Pabsdorf² y B. Lanfranco³

¹Embrapa, Pelotas, Brasil, e-mail: luiz.belarmino@embrapa.br;

²Universidad de Granada, España, e-mail: pabsdorf@ugr.es;

³INIA, Las Brujas, Uruguay, e-mail: blanfranco@inia.org.uy.

Según la EMBRAPA, la producción anual de durazno en la región de Pelotas comprende alrededor de 60000 toneladas, de las cuales 50000 toneladas de frutas son utilizadas por la industria de conserva en almíbar. Rio Grande do Sul (RS) es la unidad de la federación mayor productora de durazno de Brasil, con un área de 13000 hectáreas de huertos. Esta producción representa el 40% de toda la producción nacional y la mayor concentración de superficie plantada se distribuye en la Zona Sul del RS (*peach for industry*) y Serra Gaúcha (*fresh peach*). Sin embargo, el polo principal se encuentra en el Sur de RS, en una zona que comprende 13 municipios, con énfasis en Pelotas, Canguçu, Piratini y Morro Redondo. En este territorio, la cadena de producción de durazno se mueve alrededor de US\$ 60 millones por año y genera alrededor de 23000 empleos directos, con 1300 productores en el campo y 11 empresas procesadoras. El análisis estratégico consideró señales (amenazas y oportunidades) del ambiente externo de la industria de duraznos, como los retos económico, político, sociocultural, demográfico y tecnológico; estos señales indicaron los factores críticos para las evaluaciones de la capacidad de concurrencia, en consecuencia de factores internos (debilidades y fortalezas) de esta industria, como las condiciones de los *drivers* plataforma de innovación, liderazgo, conectividad, producción y índices económicos financieros; de esta comparación de señales externos y capacidad de ejecución de la industria de duraznos de Pelotas implicó un posicionamiento estratégico, de lo cual se extrajeron las principales acciones necesarias hacia la sostenibilidad, expresadas en directrices políticas para la innovación tecnológica y organizacional, gestión de la conectividad y competitividad de la cadena, además de planes (marketing y negocios), modelación de las redes y la creación de un marco referencial, en términos conceptuales y operacionales, para lograr impactos positivos hacia ventajas comparativas globales.

Palabras clave: *Prunus persica*, posicionamiento, estrategias, futuro, prospección.