

NO ES NEGOCIO VENDER LA FRUTA CUBANA.

M. ag 29/948.

Por JORGE HORSTMANN

AUNQUE parezca absurda la afirmación, a nuestros vendedores de frutas les resulta mejor negocio expender las de origen extranjero que las del país. En las ventajas que obtienen intervienen factores diversos, dijérase en serie, que se concatenan en su beneficio, propiciándoles mayores ganancias con menos capital invertido.

Nuestras frutas finas o comunes, pero siempre deliciosas, han adquirido el rango de las dos pesetas, en tanto las manzanas de California, Argentina o España difícilmente cuestan más de una.

La explicación de esto que pudiera considerarse un fenómeno de tipo comercial, nos la ofrece un pequeño negociante frutero, que desde hace quince años sufre los altibajos, a veces violentos, de la oferta y la demanda.

Averías Mayores

Independientemente de la influencia de la época de cada fruta del país, hay que considerar la zona de donde procede. Todas nuestras tierras no son iguales y por tanto el sabor de la fruta gana o pierde en relación con la zona de su origen.

Valorando ese factor, la mercancía que procede de la parte oriental de la isla, está recargada en su precio por el alto costo de los fletes.

Otra cuestión de suma importancia, que eleva el valor de la fruta del país, es el maltrato que recibe al ser transportada en ferrocarril o camión desde cualquier parte de la República a esta capital. Como la avería que sufren en las cajas o huacales alcanza generalmente de un 33 a un 50 por ciento, es preciso, para procurar la utilidad correspondiente, fijarle un valor que a veces no tiene.

Otro factor que no puede desconocerse al analizar esta cuestión, es la intervención de los placenteros o revendedores del Mercado. Ellos tienen necesidad de obtener ganancias en relación con el capital invertido y fuerzan también los precios a los fruteros.

La naturaleza de nuestro clima produce lo que estos comerciantes llaman "frutas del día", es decir irresistibles, cosa que les obliga a no adquirir cantidades crecidas y a tratar de venderlas a la mayor brevedad. Si no lo hacen así, afluirán las pérdidas.

Por otra parte, al comprar su mercancía, el vendedor no les ofrece garantía de sanidad alguna. Es preciso, casi siempre, tener mejor fortuna que ojo para escogerla.

El "Guajiro": Un Cuento

No cree nuestro informante

que a los campesinos les "cogen los mangos bajitos", como suele decirse, cuando alguien se les acerca para comprarles toda la producción de piña, naranja, mamey, mango, zapote, plátano, toronja o cualquier otra fruta. El guajiro, nos dice, da también sus bravas.

"En muchas ocasiones fuerza la caída de la fruta y la ofrece sin estar sazónada. El comprador inmediato conoce estas posibilidades, pero sabe que las va a descargar, poco después, sobre nosotros, y nosotros, a nuestra vez, sobre el público, porque tales circunstancias nos obligan a cuadrar el dinero invertido y obtener nuestra ganancia".

La Fruta Extranjera

Nuestro entrevistado nos ofrece su versión, al amparo de sus

quince años en el negocio, sobre la fruta extranjera.

Su precio de adquisición es más bajo, siempre, que cualquiera de las nuestras. Su promedio de avería no va más allá de un tres o un cuatro por ciento. Recibe mejor trato en el transporte marítimo y, posteriormente, cuando la llevan a su destino, que tiene camiones propios "o los alquila a obreros conscientes", se la conduce con sumo cuidado.

Tal proceder garantiza al frutero la inversión de su pequeño capital y le facilita la venta de la mercancía.

El Buen Negocio

Contrariamente a cuanto nos imaginamos todos, no es en verano, sino en invierno, cuando

el negocio de venta de frutas es bueno para estos pequeños comerciantes.

En los meses de verano—junio, julio y agosto—, nos dice, se consume más frutas que en los de invierno, pero por las razones antes apuntadas: averías y depreciación, escasa garantía, alto costo y demás factores, el rendimiento económico es menor, pese a las altas inversiones realizadas.



Y es el invierno, nos dice el **frutero**, el que compensa los sinsabores que sufren durante el resto del año por las alternativas que juegan papel preponderante en el desenvolvimiento del negocio.

No es Insoluble

Nuestro comunicante, expresivo y conocedor de la materia, apunta que no es insoluble el problema que ellos confrontan, en su condición de revendedores, si se quiere impedir la resistencia que hacen algunos comerciantes pequeños para vender nuestras frutas.

Esa especie de boicoteo, como antes expresó, tiene su fundamento en que es un mal negocio vender la fruta cubana. Pues bien: a su juicio, la fórmula ideal sería vigilar estrechamente las ventas que se realizan en el Mercado, obligando a los **fruteros mayores** a expender mercancía saludable, fresca y, hasta donde es posible, garantizada. Es decir, escogida.

Desde luego, nuestro informante acepta que esto posibilitaría un aumento al precio de la fruta, pero aun así siempre resultaría más barato que el actual, puesto que no tendrían que recargar el por ciento —del 33 al 50— de unidades perdidas sobre las restantes en buenas condiciones.

Otra cuestión sería, para mantener fresco el producto, obligarles a tenerlo en refrigeradores, ya que los grandes cargamentos que proceden de lejanos rincones de la isla, permanecen a la intemperie a veces varios días, resultando muchos de ellos dañados por el sol, ya que sólo se les cubre con un tapacete de lona para impedir que lo reciban directamente.

Venta Diaria

Para terminar, el **frutero** nos muestra su libreta de ventas durante un mes. Día a día, dividido cada uno en tres turnos de ocho horas, alcanzó un promedio de cuarenta pesos. Es decir, operó con mil doscientos pesos; abonó el jornal diario a dos hombres; trabajó personalmente ocho horas cada día; madrugó durante el mes —acude al mercado en horas de la madrugada a realizar sus compras—, y obtuvo para sí, como utilidad líquida, noventa pesos.

Por eso prefiere el invierno, que con menos inversión, y más tranquilidad le permite aumentar sus ganancias...

M. J. 29/48



PATRIMONIO DOCUMENTAL

OFICINA DEL HISTORIADOR DE LA HABANA