

El presidente de Expofrut dice que falta apoyo oficial.

Con ingresos por exportación de 1100 millones de dólares la fruticultura es en la Argentina tanto o más importante en facturación que la ganadería vacuna, una actividad distintiva y tradicional por estas tierras. Chile, con una extensión mucho más limitada exporta diez veces más. Estas dos afirmaciones reflejan el vaso medio lleno y el medio vacío de un sector que no aprovecha al máximo todo su potencial en el plano local.

Estos dos datos son señalados por Hein Deprez, presidente de Expofrut, productora y exportadora de hortalizas y frutas frescas, para ilustrar el momento que atraviesa el sector en el país, con grandes oportunidades, pero también con varios aspectos para mejorar. "En los últimos años hubo un gran desarrollo, pero necesitamos tener muchas cosas bajo control para aprovechar mejor el gran potencial que vemos", explica Deprez.

¿Cuáles son esas "cosas"? El primer escollo son las retenciones, que gravan el producto con un 5%, pero que llega al 20% si se suman las retenciones que también pagan los diversos embalajes. "Chile no tiene ese problema y ésta es una de las razones por las que vende más", señala Deprez.

Otra inquietud es la suba salarial, ya que el sector es un empleador intensivo y los sueldos se duplicaron en tres temporadas. "Una devaluación de 15% no alcanza a compensar. Además la inflación hace que hoy el país sea menos competitivo que hace tres años, respecto de Chile o Sudáfrica.

También hay que mejorar en producción, claro está, con mejores variedades y técnicas innovadoras, que permitan aprovechar la gran demanda de alimentos saludables que existe hoy en todo el mundo. Según afirma el empresario, la Argentina es uno de los pocos países que combina clima ideal con gran caudal de agua, dos condiciones para producir cultivos de avanzada. "Debemos lograr más volumen, para que el excedente exportable sea cada vez mayor", destaca.

Según precisa, la fruta demanda menos extensión de tierra y menor cantidad de agua que la soja o la carne, por lo que se presenta como la solución ideal para el problema mundial de la falta de alimento. Además, agrega que, mientras que la soja es un commodity que se industrializa fuera del país, la fruta sale con valor agregado, y tal como se la empaca aquí llega a los supermercados europeos.

A la hora de hablar de la marca país, Deprez es terminante: "No existe", dice. Y otra vez surge el parangón con Chile. Según comenta, tiene una gran organización de exportación,

de la que productores son miembros, apoyo permanente del gobierno y presupuesto de marketing para llevar la fruta a los mercados. La calidad real del producto argentino es excelente, pero la imagen es peor que la de sus rivales chilenos o sudafricanos.

Expofrut exporta desde aquí principalmente a Europa occidental y Rusia. También vende algo a Estados Unidos y, desde la Argentina, envía a Brasil y México. Pertenece a Univeg, una de las cinco principales compañías de frutas y verduras en el mundo, que factura por ventas en Europa 3000 millones de euros. Como el 75% de la fruta en Europa y Estados Unidos es vendida en supermercados, la firma tiene acuerdos con la mayoría de estos comercios.

Fuente: La Nación

14.julio.2010 - Portal Fruticola