

*El **Comité Argentino de Arándanos** (ABC) anunció el inicio de la campaña 2017 orientada a obtener una producción más temprana con mayores rindes, mejor calidad y mejora de la vida útil postcosecha. “Gracias a la experiencia de producción de nuestro país, contamos con un diferencial que es el de adaptarnos a las necesidades de un mercado volátil, invirtiendo más en tecnología y apuntando al recambio varietal”, afirmó Federico Bayá, Presidente de ABC.*

De acuerdo a datos estimativos del sector las exportaciones del arándano fresco alcanzarían las 18.000 toneladas que representa un 5% de incremento respecto de 2016 y proyecta exportar un 63% de la producción a EE.UU., Canadá, 21% a Inglaterra y 16% distribuido entre Europa continental y otros destinos. "Si bien logramos mantener la tendencia de producción de los últimos años el foco actual está puesto en mejorar la calidad y diversificar los mercados garantizando el sabor acidulado que distingue a nuestro fruto", sostuvieron desde ABC.

También resaltaron las buenas condiciones agroclimáticas hasta al momento: "tuvimos un invierno parejo y suave que no ocasionó pérdidas por heladas", afirmaron.

En el marco de una campaña que busca un reposicionamiento en el mercado externo y mejora de la competitividad, Federico Bayá explicó: "apostamos al **recambio varietal** porque creemos que con ello podremos amesetar la curva de producción, adelantando el pico de cosecha históricamente en la semanas 45 y 46 para las 42 - 43".

La campaña 2017 también hizo énfasis en perfeccionar integralmente el trabajo de campo en todos sus niveles, lo que implicó un seguimiento en detalle de la poda, la cosecha y la postcosecha. "Trabajar en la postcosecha nos permitirá alcanzar una fruta de calidad caracterizada por un sabor diferente" enfatizó Bayá. Siguiendo esta línea es que la campaña de promoción externa se centrará en el slogan "**Taste the difference**".

En lo referido al transporte y logística, Federico Bayá explicó "buscamos un mayor porcentaje de envíos marítimos, lo que nos permitirá reducir costos y una mayor planificación". Y agregó: "seguiremos enviando un porcentaje vía aérea lo que hace que la fruta llegue a destino en pocos días, abasteciendo los mercados con fruta de primicia y conservando la frescura y sabor".

Promoviendo el consumo interno

Complementando la intensa labor desarrollada en términos de la apertura de nuevos mercados, el Comité Argentino de Arándanos lanzó paralelamente su campaña "Mejor con

arándanos”, orientada a potenciar el consumo doméstico.

Para conocer mayor información sobre la iniciativa, Portalfruticola.com conversó con Carla Ginobili, gerente del ABC.

Hasta el momento, los productores de arándanos argentinos se habían concentrado en los mercados internacionales y el desarrollo del mercado local era una cuenta pendiente. **"Es la primera vez que estamos destinando tiempo, esfuerzo y dinero al desarrollo del mercado interno."** comenta Ginobili. Tal vez se subestimó el potencial de consumo de los argentinos dada su raíz latina (los consumidores naturales de este fruto son de origen sajón). Norteamericanos e ingleses comen arándanos desde que se despiertan hasta que se acuestan. Panqueques, licuados, muffins, tortas y hasta la salsa del pavo del día de Acción de Gracias son elaborados con arándanos independientemente de su estación de producción.

Por este motivo, la fruta enviada al mercado interno no siempre alcanzaba los requisitos de calidad de la fruta de exportación. "Estamos convencidos que existe la posibilidad de poder exportar lo mejor y consumir también en el país con la mejor calidad. Es por eso que hoy los socios de nuestro Comité están comprometidos con la calidad de la fruta a volcar en el mercado interno, y este es un cambio radical de mentalidad y la base de esta campaña".

La gerente comenta que a partir de este momento ya están dadas las condiciones para afrontar este desafío. A pesar de que ya no es una rareza encontrar las típicas cubetas de 4.4 onzas en las verdulerías, los espacios de exhibición aún son pequeños y el consumidor medio todavía no conoce los beneficios para la salud que implica su consumo. "Queremos acercar el arándano a la mesa de los argentinos dando a conocer sus magníficos poderes antioxidantes . Creemos que existe en el país un público que está deseoso de consumir arándanos, y arándanos de excelente calidad."

La campaña fue lanzada a nivel nacional y está enmarcada en el programa **"Más frutas, más verduras"** del Ministerio Agroindustria. Todas las acciones impulsadas buscan aumentar el consumo de frutas y verduras, teniendo en cuenta que en Argentina, éste se encuentra muy por debajo de las recomendaciones mundiales.

Fotografía: Shutterstock.com

www.portalfruticola.com