

De las páginas de [TopInfo](#).

La pandemia puso al mundo de cabeza. Nadie se imaginó como en unos pocos meses todo iba a cambiar, sea como enfrentar la vida, las perspectivas, las prioridades, las relaciones interpersonales, los negocios, etc.

Aún estamos en medio del huracán y todavía no se sabe como terminará todo esto. Pero algo es claro, nada será como antes.

Algunos saldrán como ganadores, otro como perdedores. No hay duda que las frutas son una de las ganadoras y dentro de las mismas, especialmente los arándanos.

La pandemia cambió la importancia de los diferentes aspectos de la vida. La salud pasó al primer plano y que mejor forma de obtenerla a través de una alimentación saludable.

El arándano es una de las frutas con mejor imagen de saludable. Las numerosas campañas publicitarias sobre sus beneficios, ahora están dando sus frutos. Pero no solo su sello de salud aportó al éxito, sino también sus otras cualidades como su exquisito sabor; su intensa coloración azul atractiva a los ojos; su practicidad (pequeño tamaño, porciones individuales, fácil transporte); y múltiples oportunidades de consumo.

Argentina

Por todo esto el sector arandanero de Argentina está frente a una gran oportunidad, tanto en los mercados de exportación, así como en el local.

La producción de arándanos sufrió en Argentina varios ciclos, pasando del crecimiento explosivo, a la retracción, a la reubicación de las regiones productoras; el reordenamiento de las empresas; el recambio varietal; la necesidad de incorporar nuevas tecnologías, etc.

Argentina fue el clásico proveedor temprano. Cuando se inició el cultivo en Argentina estaba prácticamente solo en los mercados durante octubre y noviembre. Su industria se basó en iniciarse lo antes posible, por lo cual implantó variedades tempranas, buscó regiones precoz y priorizó el envío aéreo.

Pero el surgimiento de competidores muy fuertes en la misma ventana comercial, obligó a cambiar radicalmente la estrategia. Hubo un vuelco hacia una producción de calidad superior, gracias al buen clima y a la implementación de variedades de genética nueva.

El arándano argentino se destaca por su sabor especial y es buscado por compradores

gourmet, como mercados nichos. Pero para que la industria pueda ser competitiva a nivel mundial quedan muchos desafíos a resolver como un mayor recambio varietal; el vuelco hacia el transporte marítimo; el aumento de la productividad; reducción de costos internos e incorporación de las tecnologías más avanzadas.

Trabajo

El trabajo que se está realizando hacia varias temporadas, empiezan a dar sus frutos. En la campaña que acaba de iniciarse, la mitad de los arándanos se enviaron por barco. En otros años el porcentaje de envíos marítimos solo alcanzaba el 20-30%.

Otro logro fue la apertura del mercado chino. Se está negociando actualmente una disminución de los aranceles para ser competitivos con los otros proveedores. Por otro lado los productores están realizando un gran esfuerzo para recambiar las variedades hacia aquellas que puedan mantener su calidad también en los envíos marítimos.

Otro punto en el cual se está trabajando es la incorporación de nuevas tecnologías, como son los túneles los cuales reducirían los efectos de las inclemencias climáticas y permitirían asegurar una provisión constante de fruta de calidad a los mercados externos.

Se apuesta fuertemente a ser un proveedor de calidad superior, consistente y confiable. Se buscará explorar más a los mercados que aprecian el sabor del arándano argentino.

Producción Orgánica

Otro segmento de la industria que está avanzando rápidamente, es la producción orgánica. En el 2019 el 15% de lo exportado fue orgánico. Se apunta a duplicar la participación en la campaña actual. Nuevamente la pandemia le ayuda a que esta forma de producción haya adquirido mayor importancia.

Los consumidores buscan la vida sana, se han volcado a lo más natural y muchos prefieren comprar fruta orgánica en vez de la convencional. El mayor precio de la orgánica no está frenando la venta. Los compradores están dispuestos a pagar más por algo que consideran más sano.

A diferencia de los otros productores australes de arándanos, Argentina cuenta con la ventaja de tener un importante mercado interno.

Hasta ahora el consumo local de arándanos es muy bajo, pero muestra una clara tendencia

ascendente. Las diferentes campañas publicitarias que ha realizado el Comité de Arándanos durante los últimos años, ayudó a este crecimiento. Ahora la pandemia seguramente actuará como disparador para que esta tendencia se acentúe aún más. Los precios pagados son atractivos, por lo cual el mercado interno se transformó en una alternativa a tener en cuenta.

Los últimos años no resultaron fáciles para el sector arandanero argentino. Este año también presenta sus desafíos, pero hay buenas perspectivas que la pandemia ayude a superarlos y que tanto las ventas, como los precios de la campaña que se está iniciando sean atractivos.

Autoras: Ing.Agr.Betina Ernst