

Los representantes globales de la industria del arándano entregaron sus puntos de vista durante el IBO Summit acerca del futuro del mercado internacional, proporcionando información clave sobre numerosos temas.

La sesión, "El futuro del suministro de contraestación para tres mercados globales" que se desarrolló como parte de la Cumbre del IBO 2021 llevada a cabo virtualmente y auspiciada por la Asociación de Productores de Arándanos de Perú (Proarándanos).

La sesión fue moderada por Cort Brazelton, Co-CEO de Fall Creek Farm & Nursery, y el panel estuvo integrado por Felip Silva, presidente del Comité de Arándanos de Chile; José Luis Bustamante, presidente del Comité Ejecutivo de Aneberries; Kamal Ouhmand, Country Manager de Driscoll's en Marruecos; Daniel Bustamante, presidente de Proarándanos; y Justin Mudge, presidente de Berries ZA.

Mercados primarios y acceso

Cuando se le preguntó acerca de cómo cada mercado primario influye en las decisiones de los países productores, Silva comenzó diciendo que la genética y la calidad son las cosas más importantes que Chile debe priorizar ahora.

México está buscando variedades y diversificando mercados, mientras que Marruecos ve la calidad como una de las influencias más importantes.

"Aunque Estados Unidos y Canadá tienen la mayor parte de nuestros envíos, nuestro enfoque principal está en el mercado chino. Se espera que dupliquemos nuestros envíos a China y el país tendrá el 15 por ciento de las exportaciones de arándanos este año", indicó Daniel Bustamante.

"Sudáfrica está llegando al final de la fase de I + D y estamos averiguando qué funciona y qué es exitoso. Ahora la oportunidad para nosotros es escalar eso para satisfacer la creciente demanda en Europa. Obviamente, nos gustaría acceder a los mercados para el este de nosotros en el futuro a medida que la industria crezca", señaló Mudge.

"Atender la demanda local en los mercados domésticos ayuda a incrementar el consumo global y IBO puede ayudar a facilitar la penetración a los hogares", agregó Brazelton.

Chile y Perú no son conocidos por tener problemas de acceso a los mercados, mientras que Marruecos tampoco tiene muchas preocupaciones.

Ouhmand añadió que "ahora la asociación está hablando con el gobierno para tratar de

facilitar los lazos con Asia, por lo que probablemente será una discusión de mediano a largo plazo en lugar de algo menor".

Una de las cosas que México debe hacer es "trabajar con el gobierno, porque el gobierno chino sólo reconoce al gobierno de México, por lo que es difícil poner las cosas en marcha", remarcó José Luis Bustamante.

Para Sudáfrica, Mudge compartió que es un proceso terriblemente lento que puede ser realmente frustrante con un gobierno que no está capacitado para lidiar con la acción de país a país.

A lo anterior, Brazelton agregó que esta situación suena como un factor determinante para ver si Sudáfrica puede seguir creciendo a largo plazo.

Desafíos

La escasez de mano de obra está afectando a la industria del arándano en el lado operativo y de cosecha, indicaron los panelistas. En particular, Sudáfrica está experimentando una tasa de desempleo del 34%, pero con la falta de trabajadores, las necesidades no son tan fáciles de cubrir.

La logística y la tecnología también son una preocupación para algunos países productores. El gobierno y la situación política en México y Perú han obstaculizado los esfuerzos de la industria, según indicó el panel.

"Todos sabemos que nuestro principal mercado es Estados Unidos y Canadá y necesitamos diversificar ese mercado. Llegar al Lejano Oriente o al Medio Oriente es muy difícil fuera de México ya que no hay suficientes líneas comerciales y los costos de los contenedores son muy altos", añadió José Luis Bustamante.

Oportunidades

Se mencionaron tres cosas clave al hablar de oportunidades dentro de la industria: rápido desarrollo genético, tecnología y aumento del consumo general.

Mudge agregó que el mayor centro de crecimiento de Sudáfrica es Europa, y la capacidad del país para alinearse con ese mercado y garantizar un buen suministro constante es probablemente la mayor oportunidad para ellos.

"Lo principal es aumentar los rendimientos por hectárea y lo segundo, desde mi perspectiva, es deshacerse de las variedades antiguas que ya no funcionan para el mercado o para el consumidor. La velocidad de adaptación a los deseos de los consumidores para llevar la mejor calidad al mercado también es importante", indicó Ouhmand.

Agua

La escasez de agua tiende a ser un problema para todas las industrias, y los arándanos no son diferentes. Chile se está enfocando en el agua como uno de sus principales impulsores de los próximos cinco años, con un enfoque en cómo la industria puede cuidar los recursos hídricos del país, explicó Silva.

Mudge dijo que "también tenemos desafíos de infraestructura en el sentido de que nuestro Departamento de Agua y Saneamiento, que debería proporcionar los megaproyectos de agua, está técnicamente en quiebra. Pero sin duda es nuestra mayor oportunidad de trabajar por el potencial de crecimiento que presentan las berries".

Para cerrar la sesión, Brazelton preguntó qué es lo único que debe hacer la industria para evitar un escenario en el que la oferta crezca más rápido que la demanda, y Mudge respondió que "la alineación es clave y el envío responsable es esencial".

Daniel Bustamante y José Luis Bustamante creen que la promoción es vital para evitar dicho problema. Ouhmand compartió que la alineación con las agencias de marketing es crucial, mientras que Silva dijo que la coherencia es una de las cosas más importantes.

IMO reúne a líderes de todo el mundo de los arándanos para aumentar la transparencia, coordinar soluciones a desafíos mutuos y promover la industria.