

La temporada de arándanos comenzó en agosto y este año el Comité Argentino de Arándanos (ABC) busca consolidar nuevos mercados, como Brasil e Israel.

Jorge Pazos, secretario de ABC y presidente de la Cámara de Productores de Arándanos de Buenos Aires (CAPAB) dijo a Portal Frutícola: “Tal vez no sean nuevos, pero si se van consolidando, como el caso de Brasil, que nos permite llegar a un costo razonable de forma terrestre y mediante campañas de promoción, buscaremos ser el principal proveedor de dicho país, sumando a otros países del sudeste asiático e Israel, entre otros”.

Estados Unidos y Europa se sitúan como los principales destinos para las exportaciones argentinas, sin embargo, Pazos explicó que los arándanos argentinos son de nicho y llegan con facilidad a distintos mercados. Las aperturas fitosanitarias generan mayores oportunidades en llegar en forma aérea con pequeños volúmenes semana a semana en diversos mercados del mundo.

Las nuevas estrategias apuntan a potenciar el sabor de los arándanos que se logran gracias a las condiciones naturales de las zonas de producción y la amplitud térmica del país, a lo que suma la reconversión de plantaciones que han pasado a orgánico. Desde ABC buscan seguir posicionando al arándano producido en Argentina, en los distintos mercados que garantiza el reconocimiento de la fruta y que los clientes la elijan frente a otras frutas similares.

En esa línea Jorge Pazos comentó que “el crecimiento dependerá de cómo cierre la temporada 2022, y podría dar impulso a nuevas inversiones, de no ocurrir, todo seguirá igual”.

El experto proyectó que las exportaciones estarán cercanas a las 17.000 toneladas esta temporada, cuyos destinos variarán de acuerdo como vayan evolucionando los precios internacionales para los arándanos frescos.

Año a año, el sector argentino ha experimentado un alza en el crecimiento de IQF orgánico y convencional. Asimismo, gracias a las campañas de promoción que comenzaron hace 5 años desde el Comité Argentino de Arándanos con #MejorConArandanos, han logrado que el mercado interno se haya posicionado como el segundo de mayor importancia en volumen, poniendo en la mesa de los argentinos al arándano.

## Medidas

Otro tema importante para la industria argentina son las medidas que solicitan los

productores hace años a los gobiernos de turno, en cuanto a la caída de las áreas sembradas de arándanos en el país.

Una de las medidas más importantes que solicitan es un tipo de cambio competitivo para la exportación, debido a que la mano de obra se ha encarecido y los fletes aéreos y marítimos escasean y se han incrementado sus costos a nivel global.

De acuerdo con el secretario de ABC y CAPAB las acciones deben venir del sector público a través de políticas adecuadas para la fruticultura que permitan recomponer la matriz de producción. El sector genera empleo indirecto de proveedores, transportes, tecnología, entre otros.

“El desafío luego lo tiene el productor, cuando tiene previsibilidad en el mediano y largo plazo, Argentina tiene grandes condiciones en su amplia geografía por su calidad y abundancia de agua y suelos”, agregó.

En cuanto a la reducción de las áreas, la superficie desde hace algunos años sigue siendo la misma señaló Pazos, destacando que se han hecho más eficientes los procesos y el manejo en terreno. Los años de experiencia para lograr el punto de equilibrio, llevaron a la industria a repensar a lograr más volumen por hectárea, mejor genética (hubo un recambio varietal) y las aplicaciones a campo se han hecho más eficientes.

“Las áreas que fueron quedando atrás hace algunos años, fueron aquellas que se iniciaron en la actividad y no se lograron reconvertir, por ello con menos hectáreas se ha logrado mayores volúmenes”, concluyó.