

Fecha: 26-02-2025
Medio: La Prensa de Curicó
Supl.: La Prensa de Curicó
Tipo: Noticia general
Título: Argentinos logran récord en exportación de cerezas pero advierten lo difícil que es competir con el mercado chileno

Pág.: 5
Cm2: 718,5

Tiraje: 4.200
Lectoría: 12.600
Favorabilidad: ☐ No Definida

ANÍBAL CAMINITI, GERENTE GENERAL DE CÁMARA ARGENTINA DE PRODUCTORES DE CEREZAS

Argentinos logran récord en exportación de cerezas pero advierten lo difícil que es competir con el mercado chileno

• La máxima autoridad de Capci fue entrevistado por Smartcherry, donde dio a conocer que los envíos, al mes de enero, fueron de más de 7.430 toneladas.

POR JUAN IGNACIO ORTIZ REYES



Smartcherry es una revista digital multiplataforma con información técnica de la más alta calidad sobre el cultivo de cerezas.

TALCA. Así como en la exportación de uva, Perú es competencia directa de Chile, en el caso de las cerezas en los últimos años el mercado argentino ha crecido demasiado, pero los mismos transandinos reconocen tener un mercado más acotado que el nacional.

Hace unos días, Smartcherry, la revista digital multiplataforma con información técnica de la más alta calidad sobre el cultivo de cerezas, publicó una entrevista con Aníbal Caminiti, gerente general de la Cámara Argentina de Productores de Cerezas Integrados (Capci), en la que se refirió a la alta producción local que tuvieron en los dos meses más fuertes de la producción (diciembre y enero) y sobre la competitividad que tienen con los exportadores chilenos, especialmente de las regiones de

O'Higgins, Maule y Ñuble.

COMPARACIÓN

Caminiti señaló que "para nosotros la temporada 2024-2025 todavía no ha terminado, podemos decir que esta temporada va a ser una temporada récord, superando las 7 mil 200 toneladas del año pasado y estimando que vamos a superar las 7.700".

Al ser consultado por la obvia comparación que se puede hacer con el mercado chileno, el ejecutivo transandino dijo que "nuestros volúmenes de exportación no los podemos comparar con los volúmenes de Chile, ni con el crecimiento que ha tenido Chile en los últimos 10 años. Sin embargo, Argentina mantiene la superficie cultivada en estos últimos 10 años. Venimos creciendo en saldo exportable de manera ininterrumpida, salvo algunos años con

problemas climáticos, pero con una tendencia que marca en torno a un 10% de crecimiento interanual. Si este año se cumplen las expectativas, superando las 7.700 toneladas tendríamos un crecimiento interanual (entre una temporada y otra) del 7%".

CRECIMIENTO

Respecto del aumento sostenido de la producción argentina de cerezas, Caminiti manifestó que "nuestro crecimiento viene siendo moderado, partiendo de la base de que no hay incremento de superficie plantada, pero sí hay mayor eficiencia, mayor rendimiento, hay muy buen trabajo de nuestras empresas, de nuestros productores y eso nos permite tener un saldo exportable. Además, Argentina ha tenido una muy buena temporada en el mercado interno, incrementando la parti-

cipación de la cereza dentro de la canasta de frutas del consumo argentino que no es tan habitual, está siendo tomada como un fruto más, entonces es bastante alentador a pesar de que no crecemos como nos gustaría estar creciendo y haber crecido en superficie cuando contamos con todas las potencialidades en clima, en tierras, en agua, en todo lo que sabemos y cuando hay mercados que esperan cerezas del hemisferio sur y de Argentina. Hoy estamos visualizando un cambio de comportamiento en el consumidor y eso es alentador".

EXPORTACIÓN

En cuanto a los principales países exportadores, el gerente general de la Cámara Argentina de Productores de Cerezas Integrados manifestó que "a China y a Estados Unidos expor-



Aníbal Caminiti, gerente general de la Cámara Argentina de Productores de Cerezas Integrados, se refirió a la convivencia con los mayores exportadores chilenos, especialmente de las regiones de O'Higgins, Maule y Ñuble.

• Dijo que, para mantener la competitividad, especialmente con el volumen y calidad de cerezas chilenas, deben redoblar esfuerzos en eficiencia y estrategias de mercado.

"Nuestros volúmenes de exportación no los podemos comparar con los volúmenes de Chile, ni con el crecimiento que ha tenido Chile en los últimos 10 años. Sin embargo, Argentina mantiene la superficie cultivada en estos últimos 10 años. Venimos creciendo en saldo exportable de manera ininterrumpida".

tamos esta temporada cerca del 30%. Luego hay un 22% que va a la Unión Europea, un 9% que va al Medio Oriente y el resto a países del Sudeste Asiático, India más nuevos mercados que van apareciendo para nosotros. Este año empezamos a hacer envíos a Egipto, Nepal y Estonia. El negocio de las cerezas argentinas es de pallet aéreo, no es de la escala como la de Chile, que es de buques, de contenedores. Entonces el 80% de lo que exportamos sale por avión y eso permite que tengamos bastante diversificados los mercados".

DESAFÍOS

Y cuando se le consultó por los mayores retos futuros de la industria argentina de este fruto, Caminiti señaló que "el mayor desafío de las cerezas argentinas es convivir con la cereza chilena en los distintos mercados. Sin duda el crecimiento exponencial de la oferta exportable de Chile va a seguir por unos años más, porque va a seguir creciendo, y si en esta temporada tuvieron un incre-

mento exportable de más de un 50% ese incremento va a seguir y nosotros compartimos los mismos mercados. Inevitablemente va a haber fruta chilena por todos los mercados, aunque yo creo que China va a seguir siendo siempre el principal mercado de la cereza chilena porque en cerezas Chile es China dependiente y China es Chile dependiente, porque no hay otro abastecedor del hemisferio sur que pueda abastecer la demanda de cerezas del hemisferio sur y eso solo lo puede hacer Chile. Inevitablemente va a haber fruta chilena participando en los otros mercados que hasta ahora no tenían foco o tenían menor foco para Chile. El desafío va a ser mantener un estatus de calidad, y a la vez estamos trabajando en la identidad porque fruta de calidad hay en todos lados. Nosotros no debemos perder ese rumbo, tenemos un protocolo específico para un estándar de calidad de fruta exportable, no salir de nuestros objetivos, manejar los mercados de nicho como venimos haciendo y a eso sumarle la identidad".