

Agroiris duplica sus envíos al mercado canadiense en esta campaña hortícola

La Sociedad Agraria de Transformación (S.A.T.) Agroiris realizó la semana pasada sus primeros envíos de pimiento de la variedad California al mercado canadiense, según informaron desde la propia empresa. En este sentido, su gerente, Juan Antonio Planelles, indicó que, si bien es cierto que no es la primera vez que exportan pimientos a este país, también lo es que, en esta ocasión, los volúmenes han aumentado de forma más que considerable. De hecho, según afirmó, «sólo el sábado pasado -22 de noviembre-, enviamos más del doble de producto que el año pasado por estas fechas» y la tendencia, previsiblemente, sea que los envíos continúen aumentando. Así, el gerente de Agroiris apuntó que el día 1 de diciembre, el próximo lunes, es cuando se abre, de forma oficial, por llamarlo de alguna manera, el mercado norteamericano y, aunque están a la espera de ver qué pasa, «queremos ver si podemos aumentar los envíos». Planelles explicó que decidieron iniciar las ventas de sus productos en este país porque supone una alternativa al 'tradicional' mercado europeo y allí, además, la competencia es, de momento, algo menor. «Somos menos los exportadores de Almería que llegamos a Canadá», matizó. Además, esta 'inmersión' en el mercado canadiense supone un paso más en la internacionalización de la empresa.

Con respecto a los productos que esta S.A.T. exporta al otro lado del Atlántico, desde la empresa indicaron que envían, fundamentalmente, pimiento California rojo, verde y amarillo, el tricolor. Asimismo, Juan Antonio Planelles señaló que, en cuanto a exigencias, los canadienses no son menos que los europeos y, de hecho, «piden, prácticamente, lo mismo que en Europa». En cualquier caso, sí apuntó que existe una diferencia en cuanto a los tamaños que buscan y, así, comentó que, preferiblemente, «quieren tamaños gordos, a ser posible, GG». A esto añadió que la única diferencia reseñable en relación al producto que se hace llegar a los mercados europeos es que todos los pimientos que entran en Canadá ya deben llevar el sello PLU (Price Look Up), un tipo de código de barras.

De momento, la inserción de los productos de esta empresa ejidense en este mercado transatlántico está siendo un éxito, aunque Planelles reconoció que «aún no enviamos mucha cantidad de producto». Sin embargo, y para ello trabajará Agroiris, la intención es que, poco a poco, esos volúmenes exportados vayan incrementándose y, a la larga, este país se consolide como un nuevo cliente, consiguiendo así ampliar los destinos de sus envíos.