

El arándano, de acuerdo con los expertos, se ubica como una de las frutas más importantes del mundo, que a través de las exportaciones llega a diversos mercados.

Este año, del 23 al 25 de agosto la Asociación de Productores y Exportadores del Perú ([Proarandanos](#)) estará realizando, en coordinación con el International Blueberry Organization (IBO), la Cumbre Mundial de Arándanos en un formato 100% virtual.

El programa de 3 días incluirá ponencias a cargo de los más renombrados especialistas de la industria a nivel mundial, además de visitas virtuales a diversos campos en el Perú para conocer de cerca las operaciones que han llevado al país a convertirse en el principal exportador de arándanos en el mundo.

Uno de sus expositores será Daniel Bustamante, presidente de [Proarandanos](#). En esta entrevista con Portal Frutícola nos cuenta sobre las proyecciones de crecimiento de la campaña 2021-2022, innovación en variedades y analiza la industria del arándano.

La temporada 2021-2022 de arándanos inició en la semana 18 y se proyecta extender hasta abril del 2022. En esa línea la pandemia del Covid-19 ha generado diversos cambios.

Daniel Bustamante explicó que “desde la temporada pasada las empresas han debido adecuarse términos operativos y logísticos. Esto ha sido un gran reto, sobre todo desde el punto de vista del traslado y cuidado del personal en campo, pero para beneficio de la industria peruana tuvimos tiempo para prepararnos y actuar antes de la temporada de cosecha”.

“Esta temporada, los protocolos se mantienen que los mismos niveles de rigurosidad para asegurar la protección del personal y condiciones de los envíos”, indicó.

Respecto a las nuevas estrategias que han implementado en esta temporada, Bustamante comentó: “La estrategia es seguir abriendo nuevos mercados y seguir posicionando al arándano peruano como un producto de calidad, confiable, sostenible ambientalmente y que genera impactos muy positivos para el desarrollo social y económico de las comunidades en sus zonas de influencia. Así mismo, invertir más en promociones para crecer la categoría y asegurar la rotación del producto durante las ventanas de exportación del Perú”.

En ese escenario, el presidente de Proarandanos proyectó alrededor 200 mil toneladas de arándanos frescos exportadas en la presente campaña, con una participación por destino de 49% a los EE.UU., 32% a Europa, 17 % a China y 2% a otros destinos.

“Estamos proyectando un incremento de alrededor del 25% en el volumen exportado a todo

el mundo. Por destino, se proyecta un aumento del 22% en los envíos a EE. UU., 20% a Europa, 111% a China y 12% a otros destinos”, detalló Bustamante.

Consultado sobre los cambios que tendrá esta temporada respecto a la anterior, Bustamante señaló que “en términos operativos y logísticos esta campaña se mantendrán las medidas adoptadas desde la campaña anterior por el Covid-19. En términos de participación de mercados vemos un crecimiento importante proyectado sobre todo al mercado asiático”.

Innovación y mercados

Una de las principales características de Proarandanos es la innovación. De acuerdo con la entidad, durante el 2020 se registraron un total de 46 diferentes variedades de arándanos, un aumento varietal significativo considerado que en el 2016 se certificaron tan sólo 13 variedades, y en el 2019 se registraron 30.

Lo anterior evidenció la apuesta de los productores por la búsqueda continua por mejores variedades para satisfacer a mercados cada vez más exigentes.

Respecto a las exportaciones a los diversos mercados del mundo. El presidente de Proarandanos afirmó: “en términos de volúmenes de exportación, EE.UU. proyecta mantener su participación como el principal destino. Cabe mencionar el importante crecimiento que se proyecta en los envíos a China, con un aumento de más del doble en el volumen exportado en relación con la campaña anterior (+111%)”.

“Para la campaña 2021-22 las proyecciones iniciales arrojan envíos a China alrededor de las 30 mil toneladas, un aumento importante considerando que la campaña pasada se exportaron 16 mil”, agregó.

Para este año, la asociación planea llegar a nuevos mercados en el continente asiático. “Entre las plazas que venimos priorizando para conseguir acceso tenemos a Corea, Indonesia, Japón y Vietnam; sin embargo, esto también depende de las autoridades fitosanitarias en cada país”, enfatizó Bustamante.

En el caso de Estados Unidos, la asociación proyectó envíos a EE. UU. alrededor de las 105 mil toneladas, representando un aumento del 22% frente a la temporada pasada.

Respecto a Europa, Bustamante detalló que “los envíos a Europa proyectan alcanzar las 65 mil toneladas, representando un alza del 20% frente a la temporada pasada”.

Análisis de la industria

En los últimos años la industria de arándanos a experimentando cambios, que han permitido ubicar a la fruta como un superalimento, es decir un SuperFood.

A lo anterior se suma el cambio en los hábitos de los consumidores, según estudios, la pandemia impulso las compras de frutas por delivery.

Ante esto, Daniel Bustamante sostuvo que “el consumo local tiene mucho potencial. Si bien vemos un aumento y disponibilidad en mercados cada año, aún hay mucho por explotar, sobre todo en la producción de productos en base a arándanos/productos procesados”.

“Los beneficios del arándano son cada vez más conocidos y valorados por consumidores en todo el mundo, los cuales se han vuelto más conscientes de su salud a raíz de la pandemia. Aparte de ser un fruto muy rico y fácil de comer. La difusión de los atributos del arándano como un SuperFood ha concientizado más a los consumidores de las bondades de consumir arándano”, aseguró.