

Desde que comenzó la pandemia del Covid-19 los consumidores en todo el mundo han buscado alimentos más sanos, lo que, de acuerdo con especialistas, impulsó la demanda mundial de frutas, en especial los berries.

En México, gracias a su ubicación y las técnicas que permiten el desarrollo eficiente de estas frutas, ha impulsado al país crecer en sus exportaciones.

En el caso de las empresas, [Driscoll's](#) México se ubica como uno de los líderes en el mercado de berries y a causa de la pandemia cambió sus estrategias.

En esta entrevista de Portal Frutícola Miguel Ángel Curiel, vicepresidente y director general en Driscoll's México detalló los nuevos cambios y desafíos que han implementado, las áreas en las cuales están innovando y la temporada 2021 de berries mexicanos.

Respecto a los cambios que generó la pandemia, Miguel Ángel Curiel señaló: "Sin duda ha generado cambios en muchos niveles y aspectos. Para Driscoll's podríamos visualizarlo en tres: Primero, puso todavía más énfasis en el trabajador como el eje central de nuestra empresa, se desarrollaron protocolos y estrategias de manejo de las actividades de campo, con acciones específicas para prevenir el Covid19, buscando proteger a los trabajadores; en cuanto a la producción, fortaleció la cultura de sanidad e higiene en nuestras operaciones, así como también con los productores independientes que trabajan con nosotros".

"Y finalmente en lo comercial, tuvimos que adaptarnos a los cambios en los hábitos de compra de nuestros consumidores, así como también, a los cambios en la dinámica de la cadena de suministro", detalló.

En esa línea, la firma ha implementado nuevas estrategias. "Como resultado de la pandemia, vemos a un consumidor que ha cambiado sus hábitos alimenticios y está dando prioridad a su salud, incrementando el consumo de frutas y vegetales en su dieta. El reto que tenemos como industria, es suministrar nuestras berries a este consumidor durante todo el año para lo cual, en México estamos enfocados en tener una oferta uniforme y estable todo el año, balanceando la producción en las diferentes zonas del país" indicó Curiel y agregó "por último, una de las más importantes son aquellas estrategias enfocadas a mejorar nuestra gestión y cuidado del medio ambiente".

Sobre los nuevos proyectos que están desarrollando, el vicepresidente y director general de Driscoll's México señaló: "La innovación es parte esencial de nuestra compañía y constantemente estamos trabajando en nuevos proyectos. Por ejemplo, actualmente estamos fortaleciendo la producción de berries orgánicas en el país, respondiendo a una creciente

demanda del consumidor y a una operación sostenible en el largo plazo”.

“Por otro lado, mantenemos como prioridad el enfoque en ofrecer al consumidor las berries de mejor sabor, lo cual nos lleva a trabajar en nuevas variedades a través de métodos de reproducción natural, que logren satisfacer las necesidades de rendimiento de nuestros productores, pero también, que logren conquistar hasta los paladares más exigentes”.

De acuerdo con Curiel, “el desarrollo de nuevas variedades es un trabajo continuo. Esto nos permite generar, desde nuestros propios programas de mejoramiento, las variedades que sustituirán en un futuro a las que hoy tenemos en nuestros programas comerciales en las cuatro berries. A través de métodos de reproducción natural y una profunda investigación sobre sabor y el deleite, nos encargamos de satisfacer a nuestros consumidores”.

Temporada 2021: Mercados y consumo

La temporada 2021, según Driscoll’s, inicia a finales de agosto con arándanos, zarzamoras y frambuesas, sumando unas semanas más adelante a las frutillas, para así culminar a finales de junio de 2022.

Miguel Ángel Curiel comentó que “México está pasando de tener una temporada de producción definida de otoño a primavera, a tener una producción de año redondo. El entorno competitivo, así como la demanda del mercado norteamericano, son unos de los factores que están haciendo de México un productor de año redondo”.

Respecto a las proyecciones de las exportaciones de la nueva campaña, Curiel afirmó: “Esperamos estar exportando poco más de 200 millones de Kg, siendo las frutillas el de mayor volumen”.

“Nosotros medimos el crecimiento en muchos sentidos, siendo el más importante, aquel que conlleva la derrama compartida con las comunidades donde operamos. Cada año, nuestros productores emplean a cerca de 70,000 personas en más de 60 comunidades en los estados de Michoacán, Jalisco, Guanajuato, Puebla, Sinaloa y Baja California, lo cual representa 70 mil familias que tienen un ingreso digno, seguro y con prestaciones de ley. El crecimiento que proyectamos es de entre 8%-12% en relación con la temporada pasada”, explicó.

Consultado sobre los cambios que tendrá esta temporada de berries respecto a la anterior, Miguel Ángel Curiel señaló: “La influencia del Covid en la demanda se normalizará, esto es, los consumidores ya adoptaron patrones de consumo que serán, a partir de ahora, la normalidad. Por otro lado, las cadenas de suministro continuarán su ajuste a esta demanda

generando un mercado competitivo en la categoría de berries”.

Considerando la duración de la pandemia y en relación con las proyecciones de crecimiento de los próximos años, Curiel plateó que “ante el incremento en la demanda en esta era Covid y los cambios de patrones de consumo, tendremos cautela en los crecimientos de mediano plazo. En el corto plazo, como ya mencionaba anteriormente, vemos oportunidades de crecimiento crecimientos de doble dígito en la categoría, arriba del 10%. Los fundamentos de demanda son sólidos, por lo que podemos esperar un crecimiento sostenido de la categoría de largo plazo”.

Los principales mercados Driscoll’s México son Norteamérica, Canadá, Estados Unidos y el mercado mexicano. En esa vereda Curiel aseguró que “en lo que a México respecta, nuestro principal enfoque es el mercado norteamericano, sin embargo, estaremos fortaleciendo oportunidades puntuales en mercados de nicho en Asia y Medio Oriente, principalmente”.

“El cultivo con mayor viabilidad de exportación a China son los arándanos. Sin embargo, no tenemos planes para exportar allá dadas las condiciones comerciales en relación con otros países a los que actualmente exportamos”, sostuvo.

Referente a los desafíos, Miguel Ángel Curiel sostuvo que “lo principal que vemos es mantener el balance entre satisfacer las necesidades del mercado, proteger y preservar los recursos naturales y finalmente, consolidar un crecimiento sostenible de la mano de las comunidades donde operamos”.

Sustentabilidad y crisis hídrica

La empresa tiene como prioridad ser un negocio sostenible, sin embargo, la compañía también tiene preocupaciones. Curil señaló que “al operar en México, nos preocupa que nuestro país mantenga un Estado de derecho que genere las condiciones adecuadas para la inversión de largo plazo y el desarrollo en el sector agrícola”.

Consultado sobre los aspectos que debería cambiar la industria hortofrutícola, Miguel Ángel Curiel explicó: “Me parece que el cambio inició hace décadas, en los 90’s quizás, hacia una producción hortofrutícola orientada al consumidor. Ese consumidor, hoy demanda frutas y vegetales producidos a través de un uso responsable de los recursos naturales y por medio de un trabajo dignificante”.

“En consecuencia, esto debería provocar que el sector entienda el rol que debe jugar tanto en temas sociales como medioambientales, por supuesto acompañado de toda la cadena de

valor - minoristas, consumidores, gobierno, etc. Y finalmente, todo esto debería empujar a que el sector hortofrutícola sea homogéneo en el desarrollo de estrategias enfocadas a mejorar nuestra gestión y cuidado del medio ambiente, así como también al desarrollo de personas y comunidades en torno al trabajo en el campo”, afirmó.

Sobre las medidas que realiza la compañía para combatir la crisis hídrica, Curiel detalló: “Como industria, debemos de asumir el liderazgo en el uso responsable de los recursos naturales. El agua sin lugar a duda es el más esencial de los recursos. Deberíamos, entre otras cosas:

- Tener sistemas de riego eficientes.
- Incrementar el aprovechamiento de lo producido (reducir mermas)
- Incrementar el factor de utilización de agua a fruta (menos litros de agua utilizados por cada kg de fruta comercializado)
- Proyectos de captación de agua de lluvia y uso agrícola
- Empujar para reforzar el cumplimiento de las regulaciones nacionales en materia de concesiones de agua”.