

Desde mayo, que comenzó la actual campaña de arándanos, y hasta fines de julio, se ha llegado a exportar más de **10 mil toneladas** de fruta fresca, un volumen mayor al del inicio de la campaña pasada. De dicho total, el **92% fue enviado vía marítima, mientras que el 8% fue enviado vía aérea**. Respecto al cultivo orgánico, este lleva actualmente una participación del **9.2%** respecto al total exportado; es decir, 992 toneladas.

Cabe agregar que, las exportaciones registradas han venido alineadas a lo proyectado por el gremio. **Luis Miguel Vegas, gerente de Proarándanos**, señala que, “si se mantiene de esta manera, se estima **superar las 250 toneladas para final de campaña**”. Esto representaría **un crecimiento por encima del 25% respecto a la campaña pasada**. Se ha estimado también que el 90% se exportaría entre los meses de agosto y diciembre, y el 50% únicamente entre septiembre y octubre.

Respecto a los principales destinos de la fruta, hasta fines de julio **China es el principal destino**, seguido de cerca por EE.UU. China viene representando el 37% del total exportado, con 3,906 toneladas mientras que EE.UU., el 34% con 3,649 toneladas. Europa (sin Reino Unido), el 13% con 1,394 toneladas; Reino Unido, el 9% con 917 toneladas. Otros destinos representan el 8% con 809 toneladas.

## Impacto económico

De la mano de este importante crecimiento, está también el impacto económico de la industria en las localidades donde se produce. El área de **influencia del cultivo** ha aumentado considerablemente en los últimos cinco años. Actualmente, **son 18 mil las hectáreas, ubicadas en distintas regiones** del país, donde se cultiva esta fruta.

En la presente campaña, a nivel departamental, **La Libertad viene siendo la región productiva** que más ha aportado a las exportaciones con 57% del volumen. Le siguen Lambayeque con 26%, Ancash con 11%, Ica con 3%, Lima con 2%, Piura con 1% y Moquegua con 0.3%.

“La industria del arándano tiene un gran impacto en la generación de empleo. En la campaña 2021/22 creó 120,000 empleos directos en zonas rurales, proyectando generar más empleo esta campaña. Además, es un sector inclusivo en el que el 52% es mano de obra femenina de entre 26 y 30 años”, señaló Vegas.

## Apertura de nuevos mercados

Para la industria del arándano peruano es clave conseguir acceso a nuevos mercados. Las

gestiones promocionales, comerciales y sanitarias realizadas lograron que en el 2020 se abriera Taiwán como mercado. El año pasado, India y Malasia, y este año se logró el ingreso a Israel.

Se encuentran en proceso de apertura **otros mercados como Indonesia, Corea del Sur, Vietnam, Japón, Nueva Zelanda y Ecuador.**

## **Los desafíos**

Los principales problemas que los exportadores vienen enfrentando son el **tema logístico y los costos de importación de insumos agrícolas esenciales**. Los altos costos de los fletes marítimos y de importación de, por ejemplo, los fertilizantes, están reduciendo los márgenes de utilidad.

Si a eso le agregamos que no hay suficiente cantidad de espacio en los buques, vemos que la agroexportación en general, que incluye a nuestro producto, está haciendo denodados esfuerzos para enviar la fruta en las mejores condiciones.

Otro gran desafío que tiene el país es **aumentar la demanda**. Es vital trabajar en campañas de consumo en los distintos mercados en los que ingresamos. La mayor variedad de oferta debe ir de la mano de una mayor demanda. “Tenemos la suerte de que los arándanos son muy saludables y de que las personas estén cada vez más conscientes de lo importante que es comer sano. Eso nos llena de optimismo para el futuro, finalizó Vegas.