El potencial del arándano pese a caída de su exportación

Los volúmenes de exportación de arándanos del Perú se desplomaron en 2023 como resultado de las condiciones climáticas más cálidas, especialmente en las principales zonas de producción del norte del país, que limitaron severamente la floración entre **marzo y octubre.**

El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú **(Senamhi)** señaló que, en 2023, el país vivió el invierno más cálido de los últimos 63 años. Al mismo tiempo, el informe anual de arándanos publicado por el USDA menciona que se prevé que la producción peruana de arándanos para la temporada 2023-24 (mayo 2023-abril de este año) alcance las **195 000** toneladas métricas (t), con exportaciones previstas de **165 000** t. Esto refleja una disminución del **43 %** en comparación con los niveles de exportación alcanzados en el periodo 2022-2023.

Según datos oficiales, la industria del arándano genera 135 000 puestos de trabajo, de los cuales el **60 %** son ocupados por mujeres, y los equipos de recolección especializados y altamente cualificados cobran más por las frutas destinadas a mercados de precios más altos. Además, debido a la menor productividad en la temporada 2023-24, la industria requirió solo un tercio de la mano de obra normal, según ha señalado el FAS (US Foreign Agricultural Service), lo que tuvo un impacto aún más negativo en las economías de las regiones del norte de Perú.

A pesar de los decepcionantes resultados de la campaña 2023-2024, Perú sigue siendo un terreno propicio para probar nuevas variedades de **arándanos**, con un periodo medio de prueba de ocho meses. Actualmente, las empresas están probando

variedades de alto rendimiento con una amplia gama de características climáticas y de resistencia al transporte.

Ante esta coyuntura, para el 2024 se espera una recuperación a nivel de producción, que articule con una estrategia adecuada de promoción comercial para el sector. En ese sentido, Promperú y los gremios empresariales vienen potenciando la participación de las **empresas peruanas** en las diferentes plataformas de promoción comercial a nivel mundial, enfocadas en **frutas frescas** para los principales mercados de destino.

LEER MÁS:

Frutas peruanas llegan a 93 mercados internacionales