



COMUNICADO DE PRENSA

Analizan Perspectivas y Oportunidades de los Arándanos Chilenos en los Mercados Internacionales

- ***Una Destacada participación tuvo Chile en el Global Berry Congress 2014, realizado recientemente en Amsterdam, Holanda. Nuestro país fue uno de los 16 países que participó en calidad de expositor dentro de un selecto número de expertos mundiales en berries.***
- ***El evento registró récord de participación, sumando más de 340 delegados, representando a más de 28 países a nivel mundial.***



Santiago, 21 de abril de 2014.-

Un número récord de delegados registró la versión 2014 del Global Berry Congress, que se desarrolló desde el 7 al 9 de abril en Amsterdam, Holanda. Evento en el cual Chile tuvo



participación como expositor en el bloque: "Centrándose en una comercialización más eficaz de berries", que se llevó a cabo el martes 08 de abril.

En la oportunidad, Christian Carvajal, Marketing Manager para Asia y Europa de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile AG, ASOEX, intervino analizando las oportunidades para los arándanos en el retail, entregando ejemplos de cómo promover su uso y beneficios. Para lo cual, detalló algunas acciones de promoción que Chile ha llevado a cabo en diversos mercados, actividades que se han realizado conjuntamente entre ASOEX, ProChile, el Comité de Arándanos de Chile y el Comité de Cerezas de Chile.

"Participar en este tipo de eventos es positivo para nuestra industria, ya que, podemos conocer qué se está haciendo en la industria mundial de berries en materia de promociones, innovaciones, aperturas y desarrollo de mercados. Chile es el principal productor y proveedor de arándanos del Hemisferio Sur, y su posicionamiento lo hemos potenciado, conjuntamente con ProChile y el Comité de Arándanos de Chile, a través de innovadoras y creativas campañas de promoción, las que nos han permitido destacar la disponibilidad de esta fruta dentro de cada mercado, su calidad y su nivel de inocuidad alimentaria", indicó Ronald Bown, Presidente de ASOEX.

Por su parte, Andrés Armstrong, Gerente del Comité de Arándanos de Chile, agregó que nuestro país posee una vasta experiencia en el desarrollo de mercados y la realización de campañas de promoción de arándanos en mercados claves a nivel mundial. "Hemos realizado importantes campañas en países como Estados Unidos, Turquía, Alemania, Rusia, Holanda, Inglaterra, China y Corea del Sur, entre otros, donde hemos conseguido posicionar nuestros arándanos, sus diferentes usos mediante innovadoras recetas de cocina, y sus beneficios para la salud, lo cual nos ha significado aumentar su consumo y preferencia dentro de los consumidores."

Finalmente, Christophe Desplas, Agregado comercial y Director de la Oficina de ProChile en Países Bajos, precisó " nuestro país tiene un sólido reconocimiento a nivel internacional como productor y proveedor de berries, lo cual nos enorgullece, pues ello se debe a un trabajo conjunto entre el sector público y privado. Mancomunidad, a través de la cual, hemos desarrollado nuestras marcas y submarcas sectoriales como "Frutas de Chile" y "Arándanos de Chile", entre otras, a través de las cuales damos a conocer a una industria unida y confiable dentro de la industria mundial y en una diversidad de productos."



Arándanos Chilenos: Perspectivas y Oportunidades

Durante su exposición, Christian Carvajal, Marketing Manager para Asia y Europa de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile AG, ASOEX, destacó las ventajas comparativas que posee Chile como productor y exportador de arándanos frescos en el mundo. "Nuestra industria de arándanos es un sector que trabaja de manera unificada para posicionar y potenciar el consumo en los diferentes mercados, pues el Comité de Arándanos de Chile no sólo asocia a más del 80% de los productores y exportadores nacionales de esta fruta, sino que -a su vez- trabaja conjuntamente con Asoex y ProChile. Todo ello nos permite desarrollar acciones más efectivas para asegurar la calidad y seguridad alimentaria de nuestra fruta, incrementar su productividad y competencia, así como abrir mercados y desarrollarlos de la mejor manera posible. Además nos

habilita para entregar información oportuna y adecuada, sobre cada temporada, a nuestros clientes en todo el mundo."

El profesional agregó que si bien existen mercados como el de Estados Unidos, donde el consumo de arándanos es alto dado a que los consumidores conocen los atributos de esta fruta, hay muchos otros donde su consumo es bajo o incipiente, y por lo mismo, ofrecen interesantes oportunidades para crecer.

En Estados Unidos, mediante una encuesta desarrollada por USHBC en 2013, se les preguntó a los consumidores por qué les gustaban los arándanos, y los resultados destacaron atributos como salud (84%), sabor (81%), conveniencia (61%) y versatilidad (44%). Situación muy parecida cuando se refiere a mercados del Asia como China y Corea del Sur, donde los arándanos chilenos llegan hace más de un año.

Carvajal precisó que para poder desarrollar nuevos mercados o mercados de bajo consumo, existen algunas barreras que se deben manejar apropiadamente, y para las cuales Chile ha desarrollado una serie de estrategias que han tenido positivos resultados. "Desde el punto de vista del consumidor se debe trabajar en dar a conocer el producto y sus beneficios para la salud, ofreciendo, a la vez, diversas formas de uso en la preparación de comidas, ensaladas, postres y jugos."