

Agroexportaciones peruanas no paran: Desafíos ante la crisis y nuevos productos con potencial

Desde las últimas dos décadas, las agroexportaciones peruanas continúan su tendencia histórica creciente debido a la mayor demanda de nuestros productos en el mundo. Y ni la pandemia ni la crisis de fletes, fertilizantes y contexto internacional lo podrían parar. Todo ello genera un gran reto para el sector privada y el Estado.

De esta manera, tras los buenos resultados de la campaña 2021-2022, especialmente para los productos como el arándano y la uva; de enero a mayo, este sector viene creciendo 7% respecto al mismo periodo del año pasado, según el Sector de Agroexportación del Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Además de los arándanos y uva; fresa, la lima Tahití y maracuyá son los productos más beneficiados; y en el segundo semestre de este año, la mayoría de cultivos alcanzarán su mayor producción y exportación”, señala el presidente del sector de Agroexportación de X.COM de la CCL, Jorge Aranguri.

Para la campaña 2022-2023, Jorge Aranguri proyecta que el principal incremento se daría con el arándano, con 30% más de volumen; le seguiría la uva con +10%; la palta entre +5% y +7%, en medio de una de las campañas más desafiantes

comercialmente hablando; y finalmente, el espárrago, con un volumen estable, muy similar al de la campaña pasada.

Sobrevellevando la crisis de fertilizantes

Sin embargo, existen muchos retos, además de los altos precios de los fletes, como la crisis de los fertilizantes. En ese sentido, el exministro de la Producción y socio fundador en Procesadora Perú, Alfonso Velásquez, recalca que el empresario peruano ha aprendido a organizarse y negociar bien sus tarifas y sus posiciones de embarque pese a la gran crisis del 2021 y principios de 2022, por los espacios marítimos.

“Ahora, si bien se mantiene alto el flete internacional, hemos logrado negociar adecuadamente con los clientes internacionales, los destinos de nuestras agroexportaciones han entendido que (esta coyuntura) es una inflación a nivel mundial, no solamente por causa del flete, sino de los servicios y energía”, explica.

Sobre el impacto de la escasez de fertilizantes, Velásquez precisa que ha habido un desabastacimiento de los insumos más económicos, lo cual afecta directamente al pequeño productor.

En tanto, el director de Fusion Foods, Ricardo Castillo comenta que esta crisis sí tendrá una afectación superlativa, pues si el Estado continúa con la misma pasividad, las consecuencias podrían ser catastróficas.

“Directamente, ya estamos siendo afectados. El número de hectáreas de siembra de cultivos se ha reducido, los precios se vienen incrementando y creemos que esto se agudizará, ya que la producción y rendimiento por hectárea cultivada será menor al promedio normal. Todo esto se traduce en un mayor costo de materia prima, por el costo elevado del cultivo, menos área sembrada y menos producto disponible en el mercado”, advierte.

Alfonso Velásquez, por su parte, subraya que el agricultor mediano ha aprendido a encontrar alternativas ante esta crisis, pues se está utilizando los abonos orgánicos nacionales, en base a roca fosfórica. Asimismo, está apostando por la mejora de suelos con el compost, sobre todo en la zona norte del Perú. E incluso, está usando abonos de auquénidos, como las alpacas, o de ovinos, como las ovejas.

En ese sentido, coincide el presidente del sector de Agroexportación del X.COM de la CCL, Jorge Aranguri, y asegura que las empresas del rubro han adoptado diferentes estrategias que también incluyen la importación de fertilizantes a través de los gremios a los que pertenecen, la compra directa a través de fabricantes internacionales, así como el rediseño de la plantilla de fertilización por sus equipos técnicos.

Ingreso al Asia: China en la mira

Aranguri afirma que antes estos cambios y retos que enfrenta el sector agroexportador, se podría aprovechar mejor el buen momento de los productos frescos como arándanos, espárragos, paltas, uvas y mangos. Mientras que en congelados, además de los anteriormente mencionados, estarían también las alcachofas

y pimientos.

Agrega que, dentro de los nuevos mercados con potencial para que los productos peruanos ingresen está el Asia, pues viene buscando nuevas opciones ante un consumidor que quiere productos de alta calidad, convenientes, sostenibles, pero, sobre todo, sabrosos.

“Países como Corea, Tailandia y Japón demandan innovación con un consumidor que claramente valora y conoce de seguridad alimentaria y de certificaciones de calidad”, sostiene Jorge Aranguri, del Sector de Agroexportación de X.COM de la CCL.

Ricardo Castillo, de Fusion Foods, concuerda al señalar que el mercado al que les interesa ingresar con sus productos de forma sostenible es, definitivamente, el continente asiático, principalmente a países como Japón, Korea y China.

De acuerdo con el exministro de la Producción y socio fundador en Procesadora Perú, Alfonso Velásquez, en los últimos años, a propósito de la guerra comercial con China y Estados Unidos, aunado al tema de la guerra entre Rusia y Ucrania, y los altos costos de fletes, los agroexportadores han puesto en la mira la oferta china, que es interesante, diversificada y de bajos costos, especialmente por la rapidez con que desarrollan nuevos productos y procesos.

“Los chinos exportan aproximadamente US\$ 3.500 millones, algunos productos que envían podrían ser desarrollados en el Perú. Considerando que tenemos una cercanía y un flete

marítimo atractivo respecto a los que están parados en China, se nos abre una oportunidad importante de diversificar nuestra oferta, darle valor agregado a nuestra producción y realizar alianzas con empresarios chinos, para que no pierdan su mercado cautivo en los Estados Unidos”, refiere.

Nuevas estrellas de la región

Si bien los productos que siguen con alta demanda en el exterior son las frutas, por sobre las hortalizas, como el arándano, el siguiente paso son los berries o frutos del bosque como las fresas, frambuesas y moras.

Ricardo Castillo, de Fusion Foods, asevera que a los productos tradicionales debería sumarse la frambuesa, caqui, pitahaya, tuna y kion; y en paralelo, dar mayor valor a los super foods peruanos. “Las frambuesas van a ser un boom de aquí a unos años, así como lo son ahora los arándanos”, apunta.

Para Alfonso Velásquez, hoy la frambuesa tiene hasta el doble de precio del arándano; mientras que la fresa, fresca y congelada, es interesante porque es un producto de corto periodo vegetativo y buena productividad, que puede ser una alternativa para empoderar al pequeño agricultor.

Pero, además, añade, se podría pensar en el brócoli y otros productos romanescos que tienen un mercado creciente importante. A ello se suma la apuesta por las nueces, pecanas y similares, como el maní, cashews, pues en el mundo aún crece la demanda por este tipo de frutos secos y snacks.

Castillo, por su parte, resalta que justamente frente a estos nuevos retos, Fusion Foods tuvo que diversificarse y sumaron nuevas líneas a su canasta de productos, implementando una línea de snacks, con la cual tienen mucha expectativa en el mercado externo.

Por su parte, Alfonso Velásquez afirma que se tiene que mirar con mucha atención el rubro de liofilizados (deshidratados) de frambuesa y fresa, y luego una línea de productos tostados y salados con tecnología moderna, como los snacks de vegetales que tienen una demanda interesante en el mundo.

De esta manera, alienta a no descuidar, dentro de las frutas tropicales, a las pulpas, un sector todavía pequeño, pues hay un mercado muy grande que países de Europa del Este están dominando, y se nos abre la oportunidad –por la cercanía al mercado norteamericano (Estados Unidos, México y Canadá)– para convertirnos en un importante bloque para atender desde Perú.

“Todavía somos reactivos, nuestras agroexportaciones deben convertirse en proactivas, mirando y atendiendo lo que el mundo quiere comprar. Eso significa un Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) más sólido, con mayor presupuesto para invertir y probar todo lo que el mundo necesita y reorientar la producción peruana”, sostiene Velásquez.

Por ello, precisa que hasta hoy todo el esfuerzo de diversificación ha sido básicamente del sector privado, y hay escasos ejemplos de innovación como el caso del arándano. “Eso falta repetir”, finaliza.