

Exportaciones peruanas: ¿Qué productos estrella destacarán en Latinoamérica en 2024?

En las dos últimas décadas, las exportaciones han contribuido al desarrollo de la actividad productiva del **Perú** gracias a la generación de divisas y puestos de trabajo. Este año, ante la compleja coyuntura económica del país, **las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes)** buscan explorar nuevas oportunidades de negocios en los países vecinos de la región.

Lee también: Exportaciones peruanas crecerían 0,42 % en 2023 y 3 % en 2024

Según la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), entre enero y octubre de 2023, unas **5 121 empresas enviaron 4 205 productos a los mercados de América Latina, por un monto de US\$ 7 406 millones.**

Hasta octubre de 2023, las exportaciones de los sectores no minero energético con mayor dinamismo en los mercados de Latinoamérica fueron las de los rubros **metalúrgico, agropecuario, químico, textil, pesquero, siderúrgico y metalmecánico.** Entre los principales productos enviados se registraron alambre de cobre refinado, café sin tostar y sin descafeinar, tejidos de punto de algodón, aceite de palma, uvas frescas, bananas, páprika, galletas dulces y harina de pescado, entre otros.

Durante el Encuentro de las oficinas comerciales de Perú en el exterior (OCEX), realizado el último 15 de diciembre, en la Cámara de Comercio de Lima (CCL), Julio Polanco, consejero económico de la Oficina Comercial de Perú en Chile y Bolivia, destacó que más del 50 % de las mipymes peruanas ya exportan a

los diferentes países de América Latina, y debido a la cercanía de estos mercados y por compartir el mismo idioma se abren las puertas para que esta comercialización se incremente.

En tanto, Soledad Campos, exconsejera económica de la Oficina Comercial de Perú en Colombia, destacó que el crecimiento económico de la región oscilaría en promedio en un **2,6 %** para este 2024. En ese sentido, indicó que **Asia Pacífico y Latinoamérica** son las dos regiones a las cuales hay que mirar directamente este año.

Oportunidades comerciales de Perú en América Latina

Latinoamérica es el segundo continente más grande del mundo, formada por países que tienen como idioma oficial a una lengua derivada del latín (español, portugués y francés). Está conformada por 20 países y su población total ronda los 650 millones de habitantes.

US\$ 7 406

millones movieron las **exportaciones peruanas** en mercados de **América Latina** entre enero y octubre de 2023.

Según países donde se encuentran las Oficinas Comerciales de Perú en el Exterior (OCEX) de Latam:



Productos estrella en México

Con el fin de aprovechar el potencial de los productos estrella del Perú como las **uvas frescas**, el **café orgánico**, la **páprika**, las **prendas de vestir de algodón pima** y el **calamar gigante (pota)**, María Teresa Villena, consejera económica de la Oficina Comercial de Perú en México, expresó que 2024 será un año prometedor para las exportaciones peruanas, motivo por el cual ya vienen preparando misiones y agendas comerciales para asistir a ferias y reuniones empresariales.

“Este año y el próximo vamos a cerrar como el primer proveedor de páprika en México. También somos el primer proveedor de mandarinas en el país azteca, desplazando a Chile desde el año pasado. Ante ese contexto, estamos captando oportunidades de negocios en el sector agroexportador para 2024, a fin de fortalecer el posicionamiento de productos como el ajo, las uvas frescas y la páprika”, comentó la funcionaria.

En el sector pesca, Villena sostuvo que nuestro país es el primer proveedor de **calamar gigante en México**. No obstante, también el langostino se está abriendo mercado.

“Este año salió el registro sanitario para acondicionarnos al mercado azteca. Ante esta noticia, las empresas peruanas de Tumbes están muy entusiasmadas en comenzar a despachar langostinos. Se avizora que este va a ser el segundo producto estrella del Perú en México”, enfatizó.

Prendas de exportación

En cuanto a la industria textil, la representante de la OCEX en México destacó que las exportaciones peruanas de prendas de vestir en el país norteamericano pasaron de **US\$ 300 000 en 2018 a US\$ 20 millones en 2022**. Además, Villena destacó que

todavía hay un horizonte de crecimiento mayor, ya que este rubro mueve **US\$ 350 millones anuales**.

“Los mexicanos ya reconocen la calidad de los productos peruanos y no se fijan tanto en el precio. Por ejemplo, hoy los mexicanos demandan T-shirt para caballeros que generalmente en el mercado se venden entre US\$ 2 y US\$ 4, pero nuestros productos se comercializan por encima de ese precio entre US\$ 8 y US\$ 9. Ahora, si le añadimos un cuello camisero, podría subir entre US\$ 10 y US\$ 12 en el segmento medio alto”, explicó la consejera.

Respecto a las industrias de manufactura y metalmecánica, Villena precisó que hay varias líneas de negocios, entre las que destacan los proveedores peruanos de la minería de México.

“En el clúster minero de Sonora, que concentra 25 unidades mineras, estamos desarrollando misiones especializadas y agendas de negocio para atender a este mercado. Por ello, en 2024 estaremos yendo al Congreso Internacional Minero de Sonora para captar nuevas inversiones”, añadió.

Gigantes sudamericanos

Por su parte, Silvia Seperack, consejera económica de la Oficina Comercial de Perú en Brasil y Argentina, destacó que las relaciones comerciales con los dos grandes de Sudamérica se pueden retomar y fortalecer con el fin de hacer más dinámicas las **inversiones y exportaciones** con estos países. En ese marco, dijo que el proyecto del puerto de Chancay puede ser una gran oportunidad y base del diálogo para explorar nuevas actividades comerciales.

“En el tema de Chancay hay muchas expectativas por parte de los empresarios brasileños, justamente una serie de asociaciones empresariales y comisiones están analizando las oportunidades. Sin embargo, en el futuro sería loable que en

el Congreso de la República se forme una comisión para que se retomen las negociaciones con inversionistas brasileños, ya que en el pasado hemos tenido una relación muy estrecha, pero que se vio resquebrajada por hechos ya conocidos por la opinión pública”, dijo.

En cuanto a los productos peruanos, la funcionaria resaltó que hay muchas oportunidades de **exportación** en las **industrias textiles brasileñas y argentinas**, donde destaca la moda sostenible.

“En el transcurso de los años, nuestro país ha ido sobresaliendo en su producción con esta tendencia de sostenibilidad que ha logrado posicionarse en varios países de la región”, resaltó.

Oportunidades en sector pesca

Por otro lado, Carlos García, consejero económico de la Oficina Comercial de Perú en Ecuador y Panamá, precisó que, durante 2024, se realizarán muchas actividades comerciales en el vecino país del norte, sobre todo en el sector pesca, donde hay muchas oportunidades para colocar productos marinos peruanos.

“Se realizará la feria Acuapesca, una de las más emblemáticas en Ecuador. Sabemos que este país es el primer exportador de camarones y conservas de pescado; y aprovechando la oferta en ese mercado, queremos incorporar nuestros productos del Perú”, comentó el funcionario.

Además, el representante de la OCEX en Ecuador consideró necesario que las Oficinas Comerciales de Perú que operan en diversos países de la región y los gremios retroalimenten la información en cuanto a las oportunidades de negocios, cifras y tendencias de cada mercado para facilitar las operaciones de

las empresas peruanas en el extranjero.

Café orgánico

El **café orgánico peruano** también ha ganado una posición relevante en el mercado internacional. Frente a esa oportunidad, Soledad Campos, quien ejerció el cargo de consejera de la OCEX en Colombia, hasta el pasado 23 de diciembre, indicó que nuestros productos de café compiten a la par con los colombianos.

“Cuando hemos llevado misiones comerciales a Colombia, nos sorprendió que muchos caficultores de aquel país reconozcan la calidad de nuestro café; ahora nuestra tarea es ponerlo en valor en los diferentes mercados”, acotó.

La funcionaria sostuvo también que con las diferentes Cámaras de Comercio que hay en Colombia se puede empezar a realizar pilotos para atraer empresas colombianas, aprovechando las oportunidades del puerto de Chancay, que dinamizará el comercio de la **Cuenca del Pacífico y de todo el Asia Pacífico.**

Con referencia a los mercados de otros países vecinos con los que compartimos fronteras, Julio Polanco, representante de la OCEX en Chile y Bolivia, comentó que, luego de la pandemia, el comercio exterior ha ido regularizándose progresivamente entre Perú y Chile, por lo cual todavía hay empresas chilenas interesadas en abastecerse de productos peruanos.

En ese sentido, Polanco mencionó que el sector agro de Chile ha experimentado una sequía muy marcada en los últimos meses, lo que ha hecho que hoy haya una mayor demanda de productos del agro de nuestro país y mayor preferencia por los superfoods. Asimismo, dijo que la tendencia de consumir alimentos veganos también es una oportunidad para el Perú.

En relación con la industria de manufactura, el funcionario

expresó que los proveedores de la **minería en Chile** tienen mayores oportunidades, ya que la ley minera en dicho país se ha vuelto más accesible debido a que la norma es más flexible para el crecimiento de dicho sector.

“Hoy hay mucha mayor demanda de molinos, láminas y palas. Es por ello que estamos haciendo visitas a proveedores de minas”, subrayó.

Respecto a las oportunidades en el **mercado boliviano**, Polanco explicó que hay mejores perspectivas en el **rubro de vestimenta**, sobre todo en la ciudad de Santa Cruz, ya que empresas de otros países les exigen licencias previas para ingresar sus productos, mientras que el Perú no aplica dicho requisito. Esto ha hecho que la **oferta textil peruana** tenga mayor receptividad en el país altiplánico.

“En cuanto a los sectores de servicios y minero, tenemos un diferencial tecnológico a favor de Perú en Bolivia, y eso también les abre puertas a nuestros proveedores locales. El acercamiento que tiene nuestra oficina comercial con los compradores ha abierto muchos espacios, en los que Perú se ha consolidado como principal socio industrial de Bolivia”, enfatizó el funcionario.

Gremios exportadores

A su turno, Ramón Veliz, presidente del sector Moda del Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la CCL, señaló que, durante 2023, los resultados de las exportaciones peruanas han sido positivas, debido a que la mayoría de sus asociados han logrado participar en diversas misiones comerciales que han tenido una buena respuesta de parte de los compradores del exterior.

«Estamos interesados en repetir el próximo año las misiones comerciales en países como México y Brasil. Además, estamos

viendo la posibilidad de llevar a cabo una misión comercial en Brasil. También, estamos evaluando la oportunidad de llevar la moda peruana al mercado argentino», destacó el representante de la CCL.

Sin embargo, debido a las circunstancias económicas de Argentina, Veliz señaló que se necesita tener mayor información sobre el movimiento de las actividades productivas de dicho país con el fin de retomar las actividades comerciales y abastecer a ese mercado.

En tanto, Richard Inurritegui, presidente del sector Pesca del Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la CCL, comentó que, si bien la industria pesquera es muy importante para la economía del país y basa su mayor crecimiento en la **ancholeta y aceite de pescado**, es importante indicar que donde tiene mayor potencial de expansión es en el consumo humano directo.

Sin embargo, Inurritegui precisó que el problema del sector pesca está asociado a las **circunstancias climatológicas** que durante 2023 marcaron un escenario complicado.

“El desarrollo del sector no ha sido el esperado, es un tema cíclico que se normaliza con el tiempo, pero aún hay posibilidades de desarrollo de esta industria”, acotó.

Además, precisó que los principales productos pesqueros de consumo directo en nuestro país son la **pota, los langostinos, la concha de abanico, la ancholeta y el jurel**; mientras que en la acuicultura hay mucha posibilidad para la **trucha**, que se puede exportar a diversos mercados internacionales.

“En el sector pesca ayudamos a los empresarios para que las regulaciones y políticas pesqueras vayan en el sentido de lograr una mayor promoción y crecimiento. Ante ello, necesitamos trabajar con las autoridades para crecer de manera sostenida y cuidando los recursos”, remarcó el

especialista de la CCL.

Finalmente, Silvia Vidal, vicepresidenta del sector Manufacturas del Gremio de Comercio Exterior (X.COM) de la CCL, sostuvo que hoy en día a las **empresas manufactureras** les está costando mucho abrir mercados y replicar sus modelos de negocio en otros países.

“El tema de trabajar en la demanda, a través de los gremios y Promperú, es una oportunidad para ayudarlos y asesorarlos”, acotó.

“En nuestro sector tenemos una empresa que es la única autorizada localmente para ensamblar termos a nivel internacional. Además, exportamos a territorios como Ecuador y Bolivia. También, este año hubo un acercamiento con Argentina, por ello, son necesarias las misiones comerciales en las diferentes ferias para tomar contacto con los empresarios”, puntualizó la representante del gremio.

Cifras y datos

Exportaciones. En 2022 versus el 2021, las exportaciones peruanas hacia el mercado latinoamericano crecieron **25,3 %**, alcanzando los **US\$ 9 317 millones**, de los cuales los envíos del interior del Perú contribuyeron con el **40 %** del total exportado. Asimismo, durante este mismo periodo, **5 547 empresas** realizaron envíos de **4 453 productos**, según cifras de Promperú.

Expectativa. Este año, el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior (Idexcam) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) proyectó un panorama alentador para las exportaciones peruanas, las cuales superarían los **US\$ 65 000 millones**, registrando un crecimiento de **3 %** con respecto al 2023.

LEER MÁS:

África, una gran oportunidad para las exportaciones peruanas