

Frutas peruanas continúan ganando mercados

El **sector agropecuario** tiene una importancia fundamental para la economía peruana, ya que se caracteriza por tener una intensiva mano de obra, por lo que puede proporcionar el sustento a cientos de miles de familias peruanas. Así, en paralelo al desarrollo de otros **sectores extractivos**, la agricultura industrial ha experimentado un crecimiento significativo, al generar riqueza y fortalecer la posición del país en los mercados más exigentes a nivel internacional.

Además, en periodos de prosperidad o dificultades, el sector agropecuario se ha destacado, al punto de mantener, incluso en tiempos de la pandemia del COVID-19, tasas positivas de crecimiento en su producción, en contraste con otros rubros.

En ese sentido, el esfuerzo conjunto de los sectores público y privado para mejorar las condiciones del sector, las inversiones en infraestructura productiva y logística, así como la promoción de la gastronomía y la cultura peruana a nivel mundial, han sido factores clave en el crecimiento sostenido del sector agropecuario.

Dentro de los subsectores más importantes del sector agropecuario se encuentra el de las Frutas, **que representó, al cierre del 2022, aproximadamente el 59% de las exportaciones del rubro**. De esta forma, el envío al exterior de frutas destaca como uno de los principales impulsores de la economía nacional.

Al cierre del 2022 con respecto al 2021, las **exportaciones peruanas** totales del subsector **Frutas** crecieron en valor solo 3%. No obstante, en los últimos cinco años, este subsector registró un aumento promedio del 12% y se espera que este año recupere su crecimiento (en valor).



En el primer cuatrimestre del 2023 con respecto a similar periodo del 2022, el subsector **Frutas** creció 5% en volumen y 12% en valor. Esto se debió, sobre todo, al aumento del volumen de envíos de uvas frescas (+15%), paltas (+30%), mangos (+6%), arándanos (+41%) y lima Tahití (+44%).

Es importante precisar que son varias las frutas peruanas que son enviadas a diferentes mercados internacionales, pero solo

unas pocas se exportan en volúmenes considerables. Se trata de las paltas, mangos, bananas (Cavendish), mandarinas, arándanos, uvas frescas y, desde hace poco, la Lima Tahití, que viene consolidándose en diversos mercados. A continuación, analizaremos el desempeño exportador de estos productos.

Exportaciones peruanas del subsector frutas.
Enero a abril 2022 - 2023.
Valor expresado en dólares y volumen en kilogramos.



Descripción de la partida arancelaria	AÑO 2022		AÑO 2023		Variación %	
	FOB	VOLUMEN	FOB	VOLUMEN		
Uvas frescas	568,493.385	240,309.922	695,422.379	276,379.398	22%	15%
Paltas (aguacates, avocado), frescas o secas	191,507.436	109,886.454	275,592.280	142,907.239	44%	30%
Mangos y mangostanos, frescos o secos	201,886.337	167,790.956	202,072.662	177,946.248	0,1%	6%
Arándanos, frescos (frutos del género Vaccinium)	129,898.727	22,721.117	161,731.573	32,026.538	25%	41%
Bananas tipo "cavendish valery"	45,073.102	64,950.615	39,316.536	51,399.086	-13%	-21%
Lima tahití (limón Tahití) (<i>Citrus latifolia</i>), frescas o secas	13,207.918	11,587.298	17,689.586	16,706.981	34%	44%
Demás frutas	331,524.541	806,281.210	273,879.620	848,189.229	-17%	5%
TOTAL	1,481,591,445	1,423,527,573	1,665,704,637	1,545,554,721	12%	9%

Fuente: SUNAT
Elaboración por: IDEXCAM

EL BOOM DE LOS ARÁNDANOS FRESCOS

En los últimos tres años, los **arándanos frescos** han registrado un crecimiento constante y a gran escala. En lo que se refiere al primer cuatrimestre del 2023 con respecto a similar periodo del 2022, los volúmenes y valores exportados aumentaron en 41% y 25%, respectivamente.

Su principal mercado fue **Estados Unidos**, que concentró el 60% de los envíos, con un crecimiento de 32%. El segundo destino más importante para los arándanos peruanos en el primer cuatrimestre fue **Países Bajos**, con un nivel de participación de 22%; seguido de **Reino Unido**, con un peso del 7%. Es importante señalar que al cierre del 2022, el **Perú** es el principal proveedor de arándanos en **Estados Unidos**, con una participación de 42%, por encima de Canadá y México, sus

principales competidores en ese mercado, con una participación de 22% y 19%, respectivamente.

MÁS UVAS PERUANAS PARA EL MUNDO

En los últimos cinco años, las uvas frescas registraron un notable incremento en volumen y valor exportado, y los primeros cuatro meses del 2023 no fueron la excepción. Así, entre enero y abril pasado versus el primer cuatrimestre del 2022, las **exportaciones** de este producto crecieron 15% en volumen y 22% en valor.

El principal mercado de las uvas frescas peruanas en dicho periodo fue Estados Unidos, con una participación del 50% y un crecimiento de 19%.

Le siguieron **Países Bajos y México, con un 12% y 9%, respectivamente**. Cabe destacar que, en el 2022, el **Perú** se posicionó como el segundo principal proveedor de uvas frescas en **Estados Unidos**, con una participación de 32%. Sus principales competidores fueron **Chile** con 40% de peso y **México** con 26%.

PALTAS DE EXPORTACIÓN

Entre enero y abril del 2023, las paltas recuperaron ostensiblemente la disminución que tuvieron en similar periodo del 2022 (versus el 2021). Ello, al registrar un crecimiento de 30% en volumen y 44% en cuanto a valor.

Sus principales mercados fueron **Países Bajos**, donde lograron una participación de 37% y un crecimiento del 0,4%; y **España** y **China**, con una participación de 23% y 11%, respectivamente. Es importante resaltar que, en el 2022, el **Perú** fue el principal proveedor de paltas en **Países Bajos**, con una participación de 37%.

MANGOS FRESCOS CON POCO CRECIMIENTO

Las exportaciones de mangos frescos presentaron un incremento muy bajo, tanto en volumen como en valor, en el primer cuatrimestre del año, con 0,1% en ambos casos. En dicho periodo, sus principales mercados fueron **Países Bajos**, con una participación de 38%, pero con una caída de 7% en los envíos a este destino; seguido de **Estados Unidos y Reino Unido**. En el 2022, el **Perú** se posicionó como el segundo principal proveedor de mangos en **Países Bajos**, con 36% de participación, muy cerca de Brasil, que tuvo el 37%, y por delante de **Costa de Marfil**, que registró el 6%.

BANANAS DISMINUYE SU PRESENCIA

Si bien son un importante producto **exportador del Perú**, en los últimos cinco años, los envíos al exterior de las bananas han registrado una disminución constante, tanto en valor como en volumen.

En el primer cuatrimestre del 2023, este producto no escapó a esta tendencia, al registrar una caída de 21% en cuanto a volumen y de 13% en cuanto a valor, en relación con similar periodo del 2022. Sus principales mercados fueron Países Bajos, con una participación de 31%, pero con una caída de 17% en volumen.

Le siguieron **Panamá y Estados Unidos**, países en los que las bananas peruanas lograron una cuota de 14% y 13%, respectivamente. En el 2022, el **Perú** se posicionó como el noveno principal proveedor de bananas en **Países Bajos**, con una participación del 3%, por detrás de **Ecuador y Costa Rica**, países que lograron tener el 25% y 19% de dicha economía europea.

LIMA TAHITÍ EN AUMENTO

Finalmente, en el caso de la lima Tahití, se continúa avanzando en el exterior. Así, entre enero y abril del 2023, las exportaciones de este producto crecieron 44% en cuanto a volumen y 34% en valor, con respecto a similar periodo del 2022. Sus principales mercados fueron Estados Unidos, con una participación de 51% y un crecimiento de 85%. Le siguieron **Chile y Reino Unido**, donde lograron una participación de 17% y 10%, respectivamente.

En el 2022, el Perú se posicionó como el quinto proveedor de lima Tahití en **Estados Unidos**, con una participación de 1%. Nuestros principales competidores fueron **México y Argentina**, con una cuota de 82% y 7%, respectivamente. Como resulta evidente, las frutas peruanas continúan ganando terreno en el exterior, por lo que es importante que el Estado promueva su crecimiento, con programas que beneficien directamente a los productores.

Asimismo, debe generar una política más agresiva en las negociaciones de los protocolos sanitarios necesarios, para ampliar la variedad de frutas que ingresan a esos mercados y,

a su vez, explorar otros destinos, donde las autoridades sanitarias estén dispuestas a negociar los instrumentos necesarios para asegurar el ingreso de nuevos productos.