

# Las futuras estrellas de la agroexportación

El agropecuario es uno de los sectores que en los últimos años se ha consolidado en las exportaciones y hoy muestra más de 10 productos con un gran potencial exportador en un futuro cercano.

**Es así que el Instituto de Investigación y Desarrollo de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima (Idexcam) señala que, desde el 2017, las nueces del Brasil, mucílago, orégano, lima tahití, higos, camotes, calabazas, dátiles y piñas están mostrando un crecimiento sostenido.**

Asimismo, advierte que estos no son los típicos productos relevantes de la cartera exportadora del sector agropecuario, sino que más bien son mercancías que no han tenido la promoción agroexportadora debida a pesar de que presentan síntomas de crecimiento en los últimos años.

Y no solo se destacan por su nivel de crecimiento en las exportaciones peruanas, sino también en la demanda que el mundo le está otorgando.

**Según el Idexcam de la CCL las nueces del Brasil, en el primer semestre del 2021 presentaron un crecimiento del 36% respecto a similar periodo del 2020.**

El principal comprador es Estados Unidos, pero existen otros países donde podría haber alguna oportunidad para su exportación, como es el caso de Alemania, Países Bajos, Francia, Reino Unido, Canadá y Australia.

El orégano también va mostrando un buen performance, llegando a crecer en 64% en el primer semestre. Los principales mercados de destino son **Brasil, Argentina, Chile y Uruguay**, con una tasa de crecimiento en este primer semestre de 86%, 159%, 123% y 178%, respectivamente.

Los países en donde habría una oportunidad de ingreso es Estados Unidos, Alemania, Japón, Hong Kong, Taiwán y China.

Por su parte, la exportación de lima tahití ha tenido un avance muy alentador al crecer 45% en el primer semestre del 2021. Los principales mercados de destino son Chile, Reino Unido, Estados Unidos y Países Bajos, con una tasa de crecimiento de 65%, 20%, 91% y 71%, respectivamente.

**Los países donde habría una oportunidad de ingreso de este producto son Alemania, Japón, Canadá, Rusia y Polonia.**

De igual manera, los higos han tenido una expansión muy alentadora, llegando a crecer 64% en el primer semestre. Los principales mercados de destino son Países Bajos y Reino Unido, cuyas tasas de crecimiento en este primer semestre fueron de 143% y 24%, respectivamente. Los países en donde habría oportunidades de ingreso para este producto es Francia, Japón, Suiza, China y Turquía.

# La pequeña agricultura

Por su parte, el empresario agroexportador, Alfonso Velásquez, afirma que la fresa, cebolla y el jengibre (kion) están teniendo mucho éxito en los mercados internacionales.

“Estos tres productos son los que tienen este mayor potencial, sobre todo pensando que vienen de la pequeña agricultura y necesitan inversiones menores. Además, tienen un corto periodo vegetativo, permitiendo exportar con alta rentabilidad”, precisa.

Explica también que, por ejemplo, el éxito de la venta al exterior de la fresa peruana se da gracias a un trabajo “muy fino” entre los exportadores y productores, dado que este producto es un cultivo que se desarrolla en la agricultura familiar.

“El agricultor ha ido mejorando la organización de sus paquetes tecnológicos, evitando el uso de pesticidas y otros químicos. El exportador tiene que hacer un muy buen trabajo de trazabilidad”, subraya.

Para que esta pequeña agricultura se siga consolidando, Alfonso Velásquez indica que es necesario que el gobierno tenga una orientación más decidida, definida y comprometida para informar de este potencial productivo. Además, refiere es importante que, como país, nos orientemos a producir aquello

que el mercado demande.

“No solo vender lo que producimos, sino impulsar nuestro potencial productivo hacia lo que el mercado mundial mande. Deberíamos utilizar mejor los observatorios de mercado, qué significan las oficinas comerciales y la Cancillería para conocer en mayor detalle las oportunidades que justamente la agricultura familiar brinda para el desarrollo de nuevos productos”, destaca.

## **Diversificar el portafolio**

En esa misma línea, **el docente de la Escuela de Postgrado de la USIL, José Ruidías Rojas, sostiene que es sumamente importante que el Perú amplíe y diversifique su portafolio de productos agrícolas pasibles de ser exportados**, debido a que esto beneficia mucho a productores actuales, dado que hace más eficiente los procesos de siembra y cosecha.

“La labor que desempeña cada nuevo cultivo ayuda a los productores que apuestan por ellos y, en la medida que estos comienzan a crecer sostenidamente, alienta a nuevos empresarios a buscar fuentes adicionales de demanda de productos similares”, expresa.

Agrega que, **según Agrodata, la fresa ha tenido desempeños muy auspiciosos en el 2020, año en el que se exportaron alrededor de US\$ 45 millones FOB, con un crecimiento mayor al 50% versus el 2019.**

En lo que va reportando el 2021, el crecimiento es aún mayor, llegando a sobrepasar el 130% entre enero y mayo versus similar periodo del año anterior.

**Para el caso de la cebolla, según la misma fuente, en el 2021 se están experimentando crecimientos por encima del 120% versus similar periodo del año anterior y en el 2020 el crecimiento interanual fue de 15%.**

Un caso muy parecido es el del jengibre, con un crecimiento acumulado de 43% entre enero y mayo versus similar periodo del 2020, donde se experimentó un crecimiento de 132% versus el año previo.

**Ruidías indica que el principal mercado de estos tres productos es Estados Unidos, debido a que, gracias a la vigencia del TLC con este país, que dota de beneficios arancelarios a productos que son demandados por segmentos de mercado enfocados en la clase media acomodada.**

Lo mismo pasa con otros destinos como Corea del Sur, Panamá, España y, en general, con países que están incrementando sus ingresos per cápita en los últimos años.

## **Ventajas diferenciales**

En ese sentido, asegura que el gobierno debe hacer un “intenso” trabajo de nuestras ventajas diferenciales en términos de climas, pero, además, seguir desarrollando TLC o convenios con diversos países donde podría haber un gran interés en nuestros productos.

“Por otro lado, es necesario fortalecer el trabajo interno para dotar de beneficios que redunden en la inclusión de mayor tecnología a nuestros productores y, en general, a toda la cadena logística. La agroexportación es una gran fuente generadora de empleo y de crecimiento”, puntualiza.