Perú, potencia agroexportadora mundial

Como es de conocimiento, el sector agroexportador peruano se ha constituido como la segunda actividad económica más rentable, después de la minería; representando – entre el sector agro tradicional y no tradicional– el 19,26% de la economía nacional al 2020.

En este contexto cabe preguntarnos ¿por qué la industria agrícola peruana ha crecido? Más aun teniendo en cuenta que pese a la emergencia sanitaria generada por la COVID-19, **el sector agro no tradicional obtuvo en el 2020 ventas internacionales por US$ 6.838 millones, con una variación porcentual de 33,17 % desde el 2017.**

Es importante tener en cuenta que la diferenciación entre ambos sectores radica en el valor agregado que poseen los procesos por los cuales atraviesan los productos a exportar. Así, por un lado, en el sector agro tradicional, cuya participación asciende a 1,86% del PBI al 2020, se encuentran categorías como el algodón, azúcar, café y otros productos agrícolas.

► Agroexportaciones peruanas alcanzaron récord de US$ 7.550 millones en 2020

► Agroexportaciones: 9 productos peruanos tendrían acceso a China

No tradicional

Por otro lado, en el sector agro no tradicional, la participación agroexportadora responde al 17,40%. Aquí es posible encontrar las categorías de cereales, colorantes naturales, alimentos para animales, flores y plantas vivas, grasas y aceites de animales o vegetales, legumbres, frutas, hortalizas, entre otros.

En la Tabla 1, se puede apreciar la participación porcentual de los subsectores del sector agro no tradicional. Como muestra el gráfico, dentro del sector agro no tradicional, resalta el rol de los subsectores de frutas y hortalizas. Es importante recalcar que la potente industria agrícola peruana ocupa una superficie de 180.000 hectáreas, sobresaliendo las zonas costeras.

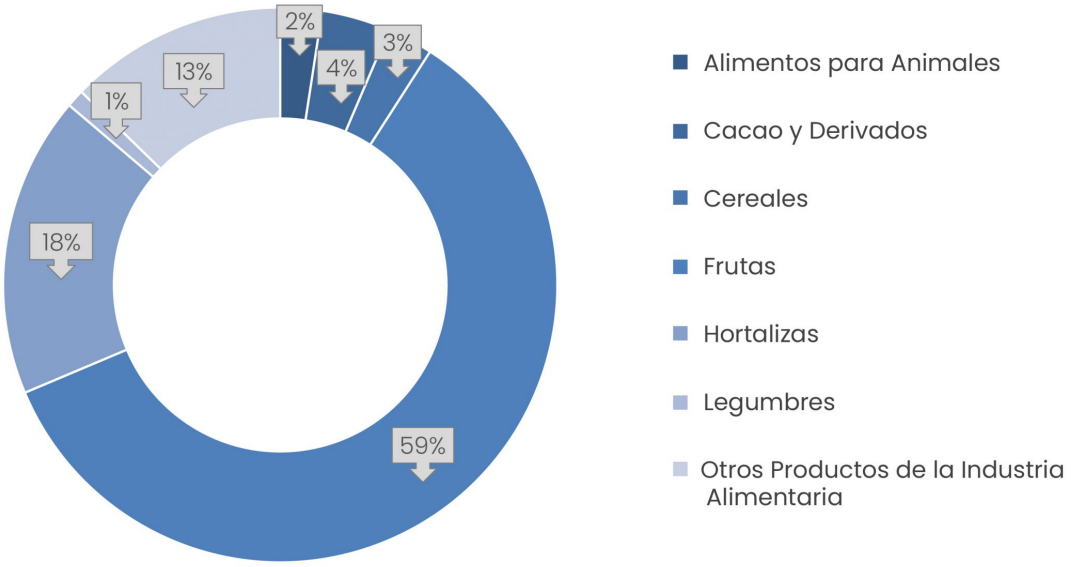
Como resultado, se tienen más de 3 millones de toneladas de frutas y hortalizas que se han exportado a diferentes mercados en campañas pasadas, con una participación en las exportaciones de 59% y 18%, respectivamente, al cierre del 2020.

Como categoría “estrella” tenemos a las frutas. Sus ventas pasaron de US$ 2.522 millones en el 2017 a US$ 4.072 millones en el 2020, un aumento de 61,46%. En el caso de las hortalizas, sus ventas se incrementaron de US$ 1.123 millones en 2017 hasta US$1.201 millones en el 2020 (+6,98%).

Como podemos ver, los productos frescos son de lejos la mayor carta de presentación del Perú. Además, este dinamismo agroexportador ha permitido posicionar diversos productos agrícolas peruanos como los principales en gran número de mercados internacionales.

TABLA N°1

PARTICIPACIÓN PORCENTUAL (%) DE LOS SUBSECTORES DEL SECTOR AGRO NO TRADICIONAL (2017 - 2020)



Fuente: Camtrade Plus

Según la Asociación de Gremios Agroexportadores (AGAP), el Perú se encuentra a la espera de la ejecución de nueve proyectos de irrigación, los que generarían un aumento de 400.000 nuevas hectáreas y la mejora de terrenos. Realizar estos proyectos resultaría en un cúmulo de inversiones que ascenderían a US$ 20.000 millones entre instalaciones en campo y la construcción de plantas de proceso. Adicionalmente, se generarían unos 500.000 puestos de trabajo directos.

Producción de frutas

El Perú cuenta con una gran diversidad de frutas –623 especies–, algunas de ellas desconocidas a nivel mundial. Tanto su producción como su exportación han registrado una expansión muy interesante en la última década.

Desde el 2017 al 2020, cinco productos agrícolas encabezaron las exportaciones de frutas: las uvas frescas, con una participación de 25,96%; los arándanos (24,79%); paltas frescas o secas (18,65%); los mangos (7,14%); y las mandarinas (4,42%).

Estados Unidos es el principal comprador de estos productos frescos al concentrar el 39% de participación desde el 2017 hasta el 2020. El Perú le vende a este mercado principalmente arándanos (33,88%), uvas (30,27%), paltas (9,92%), mandarinas (6,04%) y mangos (5%), entre otros.

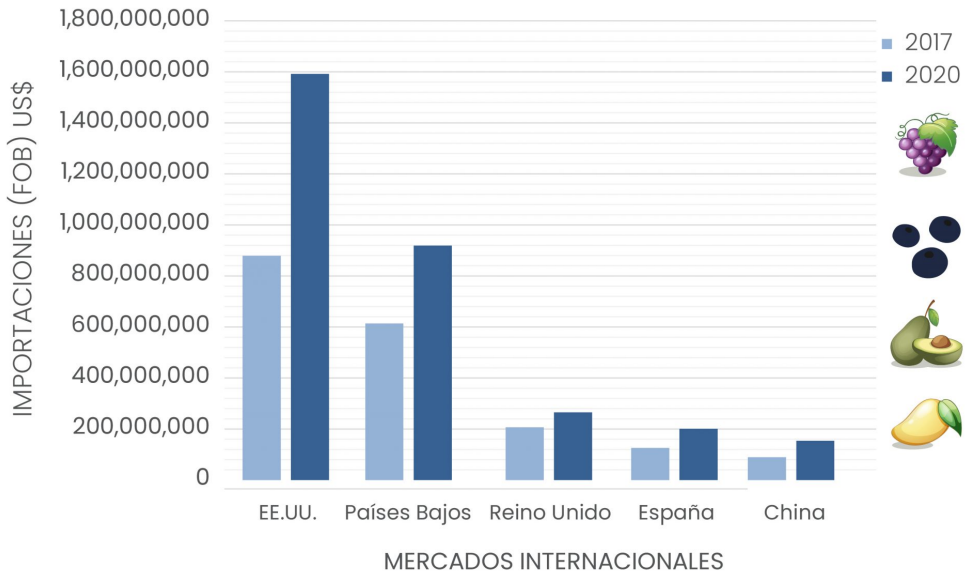
El segundo mercado más importante para las frutas peruanas es Países Bajos, con una participación del 22,56%. Mayormente, este país no consume todo lo que importa, sino que reexporta gran parte a otros países europeos. Las frutas más demandadas fueron arándanos (27,9%), paltas (27,7%), uvas (15,1%) y mangos (11,76%).

Es importante señalar que existe una tendencia orgánica por parte de los mercados internacionales. Esto significa que hay preferencia por la búsqueda de alimentos que tengan atributos

beneficiosos para la salud. Adicionalmente, en años recientes, los consumidores europeos y norteamericanos dirigen mayor atención al origen y a la elaboración de un producto orgánico.

TABLA Nº2

PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES Y SUS IMPORTACIONES DE FRUTAS EN US$ (2017 - 2020)



Fuente: Camtrade Plus

Ventas de hortalizas frescas

Como se mencionó, el subsector de hortalizas frescas representa el 18% de participación dentro del sector agroexportador no tradicional. **A pesar de que la variación porcentual (2017- 2020) de dicha categoría se incrementó en solo 6,8%; el Perú es considerado como primer exportador de hortalizas frescas en Sudamérica y décimo octavo a nivel mundial.**

La oferta peruana de hortalizas incluye, en primer lugar, a los espárragos frescos o refrigerados, que representan el

32,06% del total exportado. Le siguen los espárragos en conservas, con 8,6%; alcachofas, (8,34%); y las cebollas y chalotes frescos (8,08%). Si bien es conocida la popularidad del espárrago peruano, el capsicum y la alcachofa, se debe prestar atención a la existencia de un creciente mercado de semilla de hortalizas, producto que exportó 1,2 millones de kilos en el 2017.

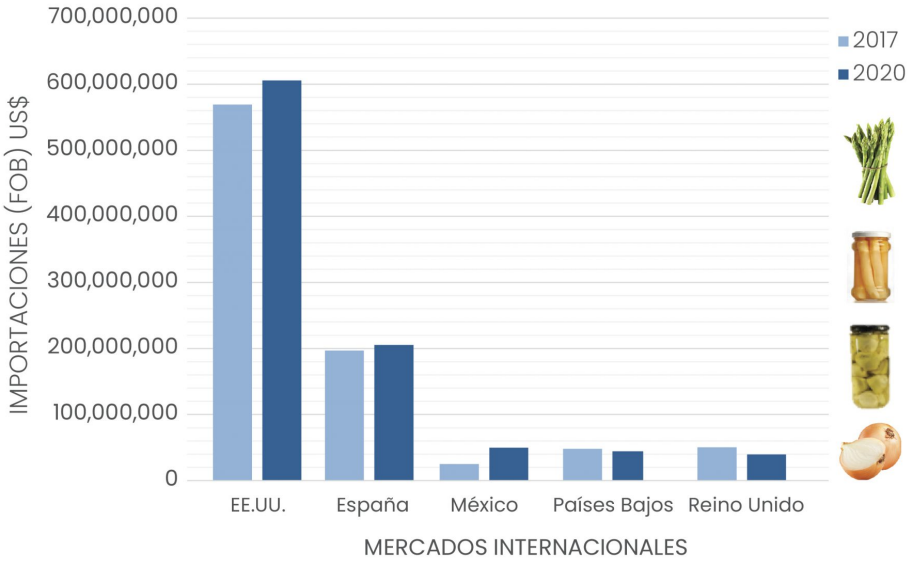
El principal importador de hortalizas peruanas es Estados Unidos, que concentra el 50% de las ventas de nuestro país. A este mercado se le vende principalmente espárragos frescos (43,37%), cebollas (10,89%) y alcachofas en conservas (10,33%).

España es el segundo mercado más importante. Los principales productos que demanda son pimiento piquillo en conserva, con una participación del 25,2% del total exportado; espárragos en conservas (19,22%); y espárragos frescos (12,8%), entre otros. Al igual que en el subsector de frutas, el mercado internacional de hortalizas se encuentra apuntando al consumo de un mayor número de productos orgánicos.

No obstante, para los productores de dichos alimentos en el Perú, esta creciente demanda aun no es tan popular y atractiva económicamente, tal como sí sucede en el caso de las frutas.

TABLA N°3

PRINCIPALES MERCADOS INTERNACIONALES Y SUS IMPORTACIONES DE HORTALIZAS EN US$ (2017 - 2020)



Fuente: Camtrade Plus

Otros productos

Como podemos ver, la oferta agroexportadora peruana se ha incrementado en las últimas décadas. En los años 90 esta estuvo conformada por los mangos y espárragos. No obstante, para la década del 2000 se sumaron a la canasta exportadora las uvas, paltas, alcachofas, cítricos, páprika y leguminosas. Luego de 10 años, ganaron presencia las granadas, arándanos, pimientos, bananos, mandarinas y productos orgánicos como el café y el cacao.

Adicionalmente, en los últimos años se ha incentivado e incrementado el consumo de productos funcionales o superfoods, destacándose los granos andinos como la quinua, la kiwicha y la cañihua. Por tanto, queda claro que el sector agroexportador peruano es uno de los principales motores de la economía peruana. Se espera que continúe su consolidación y crecimiento en el 2021.

Para lograrlo es necesario una articulación entre los protagonistas que lo conforman, así como el incremento de estrategias comerciales que fomenten la competitividad empresarial y diversificación de la oferta exportable peruana, entre otros. ¡Recuerden que el ritmo de las agroexportaciones peruanas no debe detenerse!