

Exportadores resilientes frente a la COVID-19

Existen sectores estratégicos que se convierten en motores de crecimiento económico de un país contribuyendo de esa manera a generar empleo y desarrollo. En ese sentido, la Cámara de Comercio de Lima (CCL) conversó con representantes de tres actividades prioritarias del Perú como la pesca, agroindustria e indumentaria, que han continuado exportando pese a la crisis generada por la COVID-19.

Resultados más que alentadores

Gigas Pacific, especializada en la elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos, es una de las empresas que siguió exportando pese a la crisis sanitaria.

“Ha sido un reto iniciar el proyecto de producir y exportar en medio de la crisis ocasionada por la pandemia del coronavirus, situación que hemos logrado superar con el esfuerzo de nuestros trabajadores y un equipo gerencial de operaciones y de producción, que desde el primer día pusieron el hombro para lograr nuestras metas”, subraya el gerente general de la empresa, Alberto EgoAguirre.

Explica que, luego de haber abastecido principalmente a empresas europeas con sus productos por algunos años, tomaron la decisión de iniciar operaciones de producción y exportación. Así, precisa que en agosto de este año iniciaron

sus exportaciones y esperan cerrar el año con envíos por US\$ 3,5 millones y por US\$ 36 millones el 2021.

Exportaciones peruanas se recuperan y suman US\$ 4.075 en octubre

Exportaciones peruanas suman más de US\$ 29.500 millones a octubre de 2020

Ego-Aguirre recuerda que el primer contenedor con 24 toneladas de papa procesada se exportó el 1 de agosto del 2020 en medio de la emergencia sanitaria. Asimismo, indica que para fin de año lograrán enviar 106 contenedores con 2.600 toneladas métricas de productos procesados a mercados como España, Italia, China, Corea y entre otros.

“Los resultados son más que alentadores, todos nuestros productos son bien aceptados en el exterior sin tener ninguna nota de reclamo. Nuestros planes para el 2021 incluyen procesar en una cuarta fábrica, mientras está en camino el estudio para contar con una propia en el Perú. Además, a partir de enero estaremos abasteciendo a importantes cadenas de supermercados europeos y norteamericanos con productos de valor agregado”, destaca el gerente general de Gigas Pacific.

De igual manera, afirma que para el próximo año participarán en ferias internacionales de Barcelona y China con el fin de ampliar su cartera de clientes y estudiar las posibilidades de exportar nuevos productos.

Agrega que el 2022 estarán también presentes en las ferias de Boston, Barcelona, Vigo y China y ello les permitirá abrirse a más mercados. “Como Gigas Pacific siempre nos sometemos a los altos estándares de calidad de los mercados mencionados así como a las inspecciones locales del Organismo Nacional de Sanidad Pesquera (Sanipes) y las realizadas en el destino por nuestros clientes”, subraya.

Puntualiza que el apoyo de los socios extranjeros ha sido vital para contar con el capital de trabajo oportuno y el know how de producción.

Tendencia a lo saludable

De igual manera, **durante la pandemia, Danper, la productora y exportadora de hortalizas, frutas y productos gourmet, no paralizó sus operaciones y viene cumpliendo con todos los compromisos que asumió con supermercados y clientes a nivel mundial**, a su vez que han podido continuar brindando oportunidades de trabajo a lo largo de su cadena de producción.

“Las operaciones de Danper se mantuvieron en el marco de la actividad esencial, decretada por el Gobierno en su momento, y ello nos ha permitido tener una proyección de crecimiento del 20% en nuestras exportaciones para este año versus el 2019”, destaca la gerente Corporativa Comercial de la empresa, Cristina Albuquerque.

Precisa que la compañía está entre las tres agroexportadoras más importantes del Perú y que atiende a clientes ubicados en los cinco continentes. Sus principales destinos son Estados Unidos, la Unión Europea y China.

Los arándanos frescos encabezan la lista de los envíos de Danper, seguidos de la alcachofa en conserva, los espárragos frescos y, muy de cerca, los diferentes tipos de pimientos en conservas. Las paltas y uvas frescas completan el portafolio, así como también la creciente categoría de los alimentos listos para comer o ready meals.

“La tendencia a consumir cada vez más alimentos saludables se vio acelerada por la pandemia, los consumidores han dado prioridad en sus dietas alimenticias a productos que contribuyan a fortalecer su sistema inmunológico”, subraya.

En ese sentido, sostiene que “ha sido interesante” corroborar que las frutas y vegetales congelados también forman parte de los productos preferidos durante este periodo. Agrega que este tipo de productos les ha brindado a los consumidores la conveniencia de reducir la cantidad de veces que habitualmente salían de casa a hacer compras de alimentos, sin que estos pierdan su frescura o valor nutricional.

Respecto al 2021, Cristina Albuquerque sostiene que ya tienen renovados una serie de compromisos con sus clientes en el exterior y continuarán desplegando todas sus capacidades para cumplir con los acuerdos pactados.

Comercializar nuevos productos

Nomotex, con más de 20 años de experiencia en el mercado textil exportador, es una pequeña empresa que siguió exportando pese a la crisis sanitaria de la COVID-19, llegando incluso a crecer en 20% en comparación del 2019 y facturando aproximadamente US\$ 80.000.

Su gerente general, Noé Morán, explica que se pudieron reactivar y adaptar a esta nueva normalidad ocasionada por la pandemia gracias a que empezaron a comercializar nuevos productos como hilos y tejidos de algodón.

Morán recuerda que antes de que llegue el virus ellos solo comercializaban prendas del algodón. “Esto ha hecho que ahora tengamos tres productos para atender las necesidades de los clientes”, subraya.

Precisa, además, que tuvieron que acceder a un crédito personal (no bancario) para cumplir con los pedidos que tenían del exterior. Toda crisis siempre genera oportunidades y Nomotex no es la excepción, ya que a consecuencia de esta emergencia se le abrió una oportunidad de exportar a Colombia.

Ellos ya venían haciendo envíos de telas de algodón a México y Paraguay. Noé Morán añade que debido a su participación en la Feria Intermoda de Guadalajara (julio 2019-enero 2020) han podido abrir mercado para productos nuevos como hilo, tela y prendas.

Las expectativas que tiene Nomotex para el 2021 son muy grandes gracias a la participación que tuvieron en varios eventos internacionales antes de la pandemia, esto les ha permitido tener contactos que ven a la empresa como un importante proveedor de los productos textiles.