



LAS AGROEXPORTACIONES DEL PERÚ IMPARABLES

En 2019, este sector destacó con cifras altas. Para continuar este año 2020 por el mismo camino, se requieren acciones puntuales por parte del Estado, la Academia y las empresas.

A diferencia de la gran mayoría de sectores fuertemente afectados por la COVID-19, las agroexportaciones peruanas parecieran estar vacunadas contra este virus, pues continúan creciendo, transformando las amenazas de la crisis sanitaria en oportunidades de negocios.

Y es que las agroexportaciones se han consolidado como el segundo sector exportador del país –después de la minería– que ha crecido a un promedio anual cercano al 15 % durante la última década y media.

Al cierre del 2019, las agroexportaciones se aproximaron a los US\$7 500 millones, lo que significó un crecimiento de 6.1 % con respecto al 2018 (US\$7 033 millones). Y a diferencia de lo que sucede con las exportaciones totales del Perú, que son mayoritariamente tradicionales (76 %), en el caso de nuestras agroexportaciones, tan solo 10 % corresponde a productos tradicionales (principalmente, café), mientras el 90 %, a los no tradicionales (mayoritariamente, frutas y hortalizas en diferentes presentaciones).

Además, los productos de mayor facturación durante el 2019, según Minagri (Ministerio de Agricultura), fueron: uvas (US\$875 millones con 7 % de crecimiento), arándanos (US\$820 millones con 48 %), paltas (US\$752 millones con 4 %), espárragos (US\$400 millones con 2 %), mangos (US\$263 millones con 2 %) y quinua (US\$136 millones con 8 %).

En tanto, los diez principales mercados compradores de nuestras agroexportaciones son Estados Unidos, Holanda, España, Inglaterra, Ecuador, China, Alemania, Colombia, Chile y Canadá. Estos mercados concentraron el 78 % de las exportaciones totales del sector, y con todos estos países Perú tiene un tratado comercial vigente.

En lo que va del 2020, en plena pandemia, este es el único sector dentro de las exportaciones que continúa creciendo. Así, en el ranking mundial, Perú ocupa posiciones destacadas en más productos: en el primer lugar figura el espárrago (en todas sus presentaciones), el banano orgánico, el arándano y la quinua del Perú; en el segundo lugar, la palta y la alcachofa de nuestro país; en el cuarto lugar, el mango y el palmito; en el quinto, la uva; y en el séptimo, la mandarina peruana.

INCURSIÓN EN EL EXIGENTE MERCADO JAPONÉS

Vemos con sumo agrado como la palta peruana, la mandarina (japonesa adoptada por los nikkeis peruanos), el banano orgánico, los arándanos del Perú, el mango peruano y nuestra oriunda quinua están ingresado pasito a paso al exigente mercado japonés y sus Super Mercados.

RETOS MAYORES

Frente a este escenario favorable para nuestro país, debemos tener en cuenta los retos que corresponden a diferentes áreas para continuar por el camino correcto. Por ello, se debe mantener y consolidar la articulación público-privada estimulando una mayor participación de la Academia y aprovechar la tendencia hacia la alimentación saludable, el crecimiento del mercado de productos orgánicos y la mayor demanda estimulada por la pandemia (ajo orgánico, jengibre, banano orgánico, superfoods que la Oficina Comercial de Perú en Tokio está promocionando).

Por: JUAN CARLOS MATHEWS

Además, por el lado del Estado se espera:

- Continuar el esfuerzo de apertura de nuevos mercados vía TLC (Tratado de Libre Comercio) con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Ministerio de Relaciones Exteriores, con el importante esfuerzo de Senasa para el levantamiento de barreras no arancelarias.
- Garantizar la vigencia de la Ley de Promoción Agraria.
- Retomar los avances de los diferentes proyectos de irrigación, que implicarían una superficie de 400 000 nuevas hectáreas, así como la mejora de terrenos priorizando Majes (Arequipa, con 63 500 hectáreas nuevas y 48 500 hectáreas mejoradas) y la III Etapa de Chavimochic (La Libertad, con 38 500 nuevas hectáreas).
- Priorizar las inversiones en puertos, aeropuertos, autopistas y carreteras de penetración que conecten la producción agrícola (sobre todo de sierra y selva) con las cadenas de exportación.

Por el lado de la Academia:

- Investigación: activa participación en el desarrollo de nuevos productos y variedades.
- Formación de profesionales 100 % bilingües en ingeniería hidráulica.

Por el lado de las empresas:

- Creciente incorporación de la agricultura familiar a las cadenas de exportación.
- Desarrollo de nuevas presentaciones y empaques acorde con las tendencias del mercado: alimentación saludable, snacks funcionales, propuestas "Ready to eat".
- Desarrollo de marcas propias.

El desarrollo de este sector evidencia que la real articulación público-privada rinde frutos y contribuye decididamente a reducir la pobreza, como sucede en las principales zonas agroexportadoras del país. ■



Información sobre la publicación de avisos publicitarios en Kyoda Magazine en: kyodaimagazine.jp



FACEBOOK PAGE

INGRESE A NUESTRA PÁGINA DE FACEBOOK PARA MÁS INFORMACIÓN

MAINOUTSOURCING



AUTOPARTES SHIZUOKA-KEN IWATA-SHI
POR HORA: ¥1300
~
¥1350 /H
2 6 3 TURNOS ALTERNADOS

AUTOPARTES AICHI-KEN NISHIO-SHI
POR HORA: ¥1500
~
¥1500 /H
2 TURNOS ALTERNADOS

AUTOPARTES SHIZUOKA-KEN MAKINOHARA-SHI
POR DÍA: ¥9600
~
¥9600 /D
2 TURNOS ALTERNADOS

AUTOPARTES AICHI-KEN OKAZAKI-SHI
POR HORA: ¥1300
~
¥1300 /H
2 TURNOS ALTERNADOS

SEMICONDUCTOR KUMAMOTO-KEN KIKUCHI-GUN
POR HORA: ¥1150
~
¥1150 /H
TURNOS DIURNOS

AUTOPARTES GUNMA-KEN OTA-SHI
POR HORA: ¥1300
~
¥1300 /H
2 TURNOS ALTERNADOS



Línea de Apoyo al Latino (LAL)



LAL es una línea de atención telefónica en español que ofrece un lugar en donde las personas que puedan estar pasando un momento de crisis emocional puedan ser escuchadas.

Es un servicio **ANÓNIMO CONFIDENCIAL y GRATUITO** atendido por voluntarios entrenados.

Horario de atención:
miércoles: 10:00~21:00h
viernes: 19:00~21:00h
sábados: 12:00~21:00h

0120-66-2477
(FREE DIAL)
045-336-2477

LAL está subvencionada por la ciudad de Yokohama y forma parte de Yokohama Inochi no Denwa una entidad para el bienestar social.



La contratista que cuida de usted