

## AJUSTE EXTREMO

Las agroexportadoras siguen sufriendo el impacto de las medidas para evitar la expansión del coronavirus. Si bien es cierto se continúa exportando, los mercados están volátiles. Su pedido principal para que la cadena de abastecimiento —interna y externa— no se interrumpa es claridad y sentido común en la aplicación de las normas.

Hoy se cumplen quince días desde que el Gobierno decidió implementar una serie de medidas para evitar la propagación del nuevo coronavirus o COVID-19 y, aunque muchas de las limitaciones al tránsito de mercaderías y personas todavía se mantienen, los agroexportadores lograron seguir exportando. Sin embargo, el aislamiento social obligatorio, la falta de transporte y la poca de claridad en temas clave, les están pasando factura.

Según un análisis de *Fresh Fruit*, el lunes 16 de marzo, primer día de la cuarentena, se registraron 128 envíos de contenedores con carga agrícola al extranjero, una caída de 38% respecto del lunes previo. Para el fin de semana del 22 de marzo, la



situación mejoró y, al cierre semanal, sumaron 1,772 contenedores en esos siete días, pero eso fue 20% menos que la semana previa.

Si bien es cierto que el impacto de las medidas ya se deja sentir en los envíos al exterior, la menor oferta peruana y el pánico generalizado en el mundo han ido a la par de una mayor demanda en casi todos los mercados, empujando los precios de algunos productos al alza, particularmente en la segunda semana de la cuarentena en el Perú. En Estados

Unidos por ejemplo, los precios de la palta, banano y mandarina crecieron en 19%, 23% y 10%, respectivamente, en las dos semanas que el país lleva en aislamiento social. La palta algunos días ha llegado a US\$ 6.85 por kilogramo, precio que no se veía desde la escasez del producto en la temporada 2018.

### CÍTRICOS, BANANO Y ESPÁRRAGO

Pero los productores no sienten que esto sea sostenible. Alejandro Falcón, gerente comercial de Sociedad Agrícola Arona, confirmó que algunos de sus

Continúa en la siguiente página →

### EL DATO

#### EXPORTACIONES DE BANANO CAEN

Las exportaciones de banano fresco sumaron 21,628 toneladas en febrero del 2020, una cantidad menor a la enviada el mismo mes del año pasado (22,825 toneladas). En comparación al 2019, los envíos totales de banano fresco cayeron 5% en volumen. Los principales destinos del banano fueron los Países Bajos (25.9% de participación), Panamá (24.2%) y Estados Unidos (13.8%). Los principales exportadores fueron Agronegocios Los Ángeles S.A.C. (10.2% de participación), Cooperativa Agraria Apbosman (7.6%) y Cooperativa Agraria Appbosa (6.9%).



**53**  
embarcadores



**21,628**  
toneladas (volumen bruto)

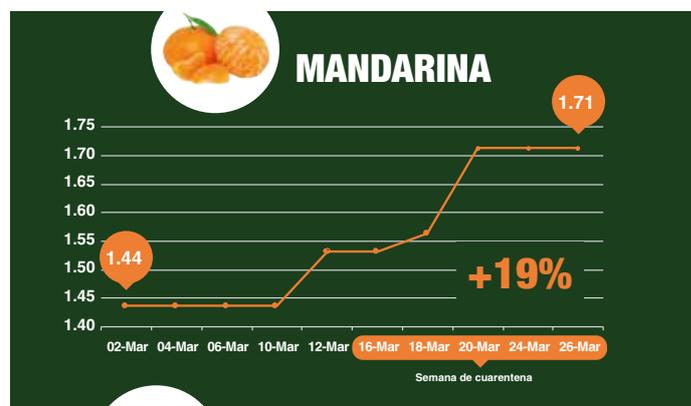
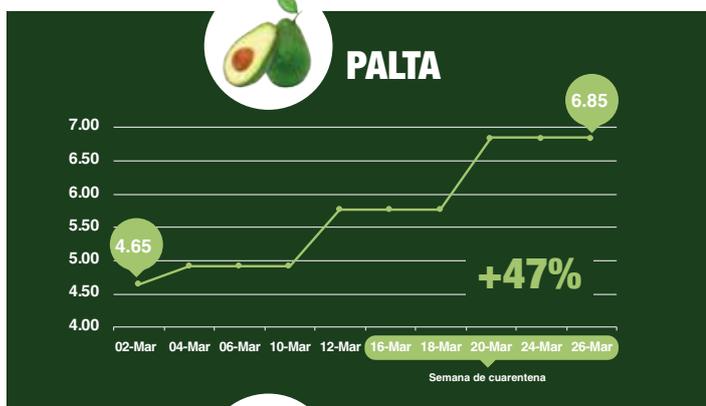


**55**  
compradores



**12**  
país

## EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS EN ESTADOS UNIDOS (US\$ por kilo)



clientes en el exterior le han pedido adelantar sus envíos de cítricos y que le han ofrecido, incluso, pagarle mayores precios. Sin embargo, precisó que se trata de una situación coyuntural. “El mercado está muy inestable. Hoy nada es seguro, ni los precios, porque un día quieren comprarte todo y al día siguiente casi nada”, precisó.

Mary Carmen Yamamoto, directora del portal *Bananotecnia* y asesora de empresas exportadoras de banano orgánico, coincide con Falcón. “Es cierto que ha habido una mayor demanda de banano orgánico durante las dos últimas semanas, sobre todo en el mercado europeo, porque —al igual que el Perú— muchos consumidores salieron a comprar en forma compulsiva a los supermercados, pero se trató de un rebote puntual, la situación ya se está normalizando”, anotó. La asesora afirmó que hay mucha incertidumbre en todos

los mercados y que los exportadores de banano orgánico están a la expectativa de lo que sucederá en los próximos días con nuestros principales destinos, pues preocupa la posibilidad de que más países de la Unión Europea decidan cerrar sus fronteras para evitar que el coronavirus siga avanzando.

Lo mismo pasa con los exportadores de espárrago, que siguen, día a día, la situación en Estados Unidos, que la semana pasada se convirtió en el país con más casos reportados del coronavirus, superando incluso a China. “El Perú ya concluyó las grandes cosechas de espárrago, pero seguimos exportando y estamos atentos a las medidas que tome el país norteamericano. Si toma iniciativas más extremas, como el cierre de puertos, sería un duro golpe para las agroexportaciones nacionales”, anotó Carlos Zamorano,

director general del Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH). La preocupación no es gratuita, ambos mercados concentran el 72% de las exportaciones agrícolas. Estados Unidos encabeza el ranking con el 40% de los envíos y la Unión Europea tienen el 32%. Y el espárrago es la muestra de la volatilidad en los precios. En la primera semana de cuarentena en el Perú, el precio en EE.UU. cayó de US\$ 3 a US\$ 2.60 el kilogramo, para cerrar esta segunda semana con una caída a US\$ 2.20.

### DE LA PUERTA PARA ADENTRO

Pero la incertidumbre también caracteriza al mercado interno. Si bien es cierto que el sector esperaba que el Gobierno ampliara por más días el estado de emergencia, lo que finalmente sucedió, la decisión tendrá un impacto en las exportaciones de mandarina, palta y granada, que acaban de iniciar campaña.



Foto: Andina

“Tras el anuncio del presidente Martín Vizcarra [de la ampliación de la cuarentena] decidimos postergar dos semanas más la cosecha de palta, que es el tiempo que me permite el árbol. Uno no puede planificar porque hay mucha incertidumbre. Solo le queda adaptarse y eso es lo que estamos tratando de hacer”, precisó Lionel Arce, gerente general de Complejo Agroindustrial Beta. Por su parte, Daniel Bustamante, presidente de la Asociación de Productores de Palta Hass del Perú (ProHass), señaló que el sector está operando, pero con algunas deficiencias por la falta de personal y de transporte, pues existe temor en la población y desconocimiento en las autoridades, que siguen restringiendo los desplazamientos. “Aún hay mucha incertidumbre y desconocimiento de lo que se puede hacer o no entre las autoridades”, sostuvo.

En el caso de los exportadores de cítricos, Falcón señala que todos los días deben lidiar con el problema de falta de personal para certificar los campos y los envíos. “El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa)

está trabajando con personal mínimo y su capacidad de respuesta ha sido muy lenta en estos días”, anotó. El ejecutivo señaló que han reforzado las medidas de seguridad en el campo para poder cosechar, porque si no lo hacen pondrían en riesgo la campaña.

### DESPLAZAMIENTO PROBLEMA

Para los productores de espárrago el escenario es más complejo. Lionel Arce de Complejo Agroindustrial Beta, indicó que han parado la producción de fresco porque las exportaciones generalmente se realizan por vía aérea y hoy la oferta por este transporte es muy limitada pues solo se está permitiendo el vuelo de los cargueros en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

Los mayores costos de transporte también afectan al banano orgánico, que —al igual que el espárrago— se exporta todo el año. Yamamoto refirió que estos han subido significativamente y que hay empresas en Sullana que no quieren transportar sus productos para ser exportados porque tienen miedo de contagiarse. “A diferencia de otros productos, el 50% de los que exportan

banano orgánico son asociaciones y no cuentan con camiones propios. Muchos deben asumir el pago de altos costos para que trasladen sus productos. De lo contrario, no podrían cumplir con sus clientes y en estos momentos que hay demanda, hay que aprovecharla”, anotó.

### OTRAS LIMITACIONES

La lista de limitaciones es más amplia. A esta se suman problemas de abastecimiento de algunos insumos que el sector necesita y sin los que no podría operar, como los materiales para empaque. Pese a ello, los agroexportadores están esforzándose para evitar que la cadena de abastecimiento se rompa y continuar atendiendo al mercado interno y externo. Sin embargo, el principal pedido de todos los entrevistados es claridad. “Apoyamos las medidas y las seguiremos acatando, pero pedimos a las autoridades que las normas vengán acompañadas de sentido común, porque el corto plazo está muy golpeado y este será un año difícil para todos”, finalizó Arce en concordancia con lo que piensan otros empresarios del sector.

## RESUMEN DE LA SEMANA 13

	PRODUCTO	CAJAS	VOLUMEN BRUTO (KG)	CONTENEDORES	VARIACIÓN ANUAL (%)
	ESPÁRRAGO	34,704	257,159	-	-62%
	ARÁNDANO	25,805	135,504	6	-52%
	UVA	126,852	1'162,237	58	15%
	<b>TOTAL</b>	<b>187,361</b>	<b>1'554,900</b>	<b>64</b>	<b>-</b>

## PRODUCTO DE LA SEMANA 13 / PALTA



### EXPORTADOR: PROYECTOS TORINO

Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Destinos en la semana
<b>388,584 KG</b>	<b>3<sup>o</sup></b>	<b>5.2 %</b>	<b>2</b>

### COMPRADOR: WESTFALIA MARKETING



Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Proveedores peruanos en la semana
<b>525,580 KG</b>	<b>1<sup>o</sup></b>	<b>8.0 %</b>	<b>5</b>

FRESH FRUIT NEWS  
© R&C Holding S.R.L.

Enrique Olivero N.º 190,  
San Borja, Lima, Perú  
Teléfono: (+511) 437 4445  
[www.freshfruit.pe](http://www.freshfruit.pe)

**Director:** Luis Corvera Gálvez  
**Editores Generales:** Christian Navarro, Azucena León  
**Gerente de Marketing:** Blanca Velásquez  
**Corrector de Estilo:** Paul Saavedra  
**Análisis:** Gabriela Roldán  
**Redacción:** Diego Luna-Victoria, Franco Acaiturry, Isabel Choque, José Manuel Chupillón, Mariel Tello, Ronan Ríos  
**Dirección de Arte y Diseño:** Melina Tirado  
**Diagramación:** Julissa Muñante, Danny Aliano