

EL IMPACTO DE LA CUARENTENA

El escenario de incertidumbre a nivel mundial, a causa del coronavirus, está afectando a los distintos sectores económicos. El agroexportador no es ajeno a esta coyuntura y esto se ve reflejado en los envíos peruanos que se realizaron durante el mes de marzo.



La cuarentena en el Perú está a punto de cumplir las tres semanas y aunque la agroexportación no se detiene, sí ha sufrido una desaceleración. Durante las dos primeras semanas (entre el 16 y el 29 de marzo), los envíos se redujeron 25% en comparación a las semanas previas (entre el 2 y el 15 de marzo). Este resultado no es normal, pues por lo general los envíos registran ligeros crecimientos en estos días por el inicio de las campañas de la palta y la mandarina.

PRECIOS AL ALZA

En el caso de la palta, tuvo un buen inicio de campaña. Hasta la quincena de marzo, sus exportaciones crecieron por encima de 65% respecto del año previo. Sin embargo, durante la primera semana de cuarentena los envíos crecieron 45%, para caer 20% en la siguiente semana. En estas fechas, los precios subieron en los mercados internacionales. En Estados Unidos, el kilogramo de palta pasó de US\$ 4.65 los primeros días de marzo a

US\$ 6.85 durante la primera semana de cuarentena para estabilizarse en US\$ 6.09 durante la segunda semana. Cabe mencionar que, en marzo, los principales proveedores de palta fueron España (18% de participación) y el Perú (12%). Los menores despachos de ambos países por los problemas con el coronavirus han generado estos mejores precios.

Respecto de los envíos de mandarina, estos iniciaron en la segunda

Continúa en la siguiente página →

EL DATO

GRANADA A LA BAJA

Las exportaciones de granada sumaron 4,197 toneladas en febrero del 2020, una cantidad menor a la enviada el mismo mes del año pasado (6,868 toneladas). En comparación al 2019, los envíos totales de esta fruta cayeron 39% en volumen. Los principales destinos de granada fueron los Países Bajos (47.8% de participación), Rusia (21.0%) y Reino Unido (8.5%). Entre los principales exportadores estuvieron Exportadora Frutícola del Sur S.A. (17.2% de participación), Agrícola Cuyuma (10.2%) y Agroinca Productos Peruanos de Exp. S.A.C. (9.6%).



32
embarcadores



4,197
toneladas (volumen bruto)



107
compradores



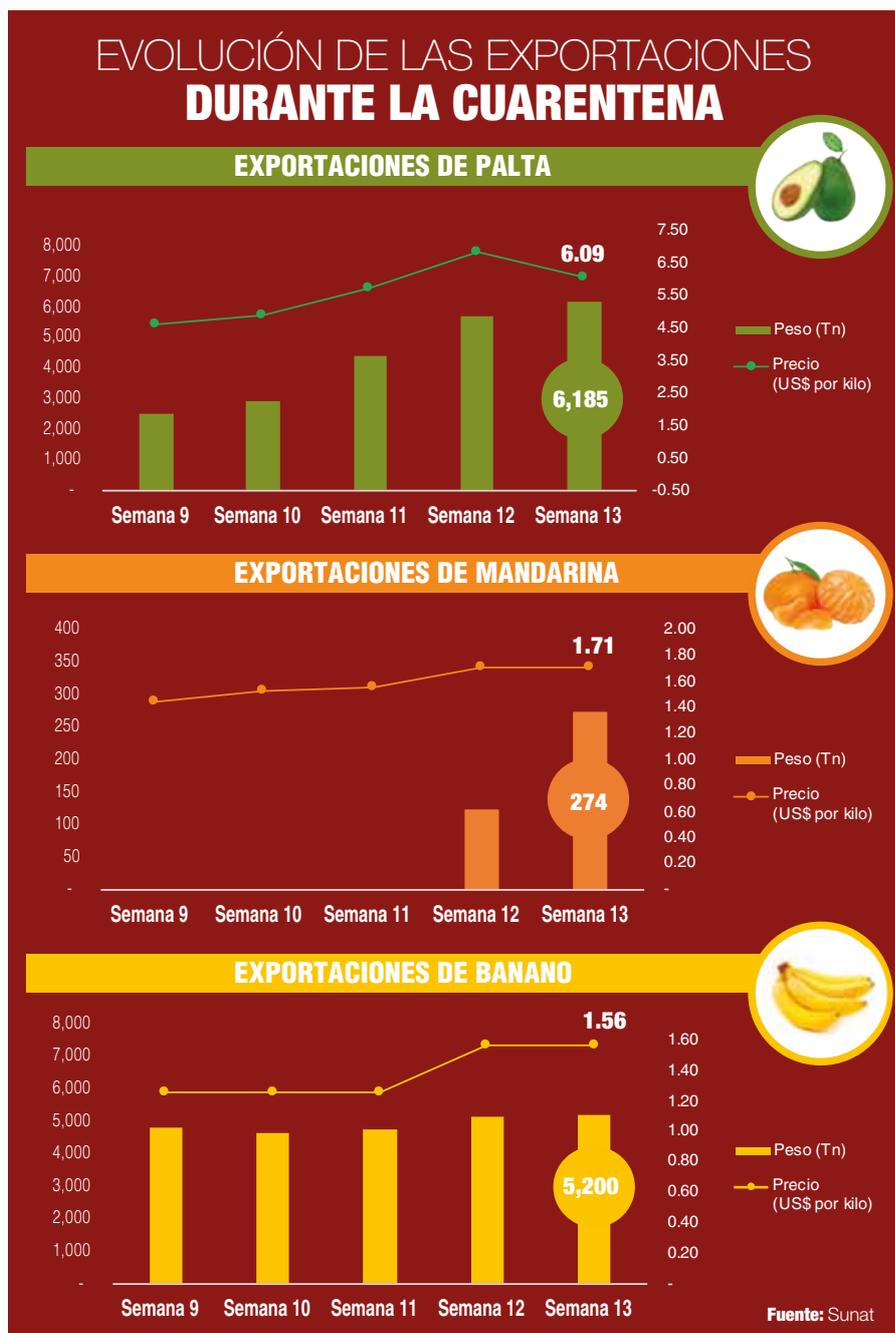
20
país

quincena de marzo, coincidiendo con el inicio de la cuarentena. En lo que va de la campaña apenas se exportaron 396 toneladas, 56% menos que lo exportado durante el mismo periodo del año previo. Al igual que con la palta, el precio de la mandarina se elevó en plena la cuarentena. En Estados Unidos, el precio del cítrico pasó de US\$ 1.44 por kilogramo durante los primeros días de marzo, a US\$ 1.71 en la cuarentena. Durante el mes de marzo, el principal proveedor de mandarina fue España, con 38% de participación en el mercado. Sus menores despachos incidieron en el mayor precio.

INCERTIDUMBRE MUNDIAL

Es claro que el contexto de incertidumbre y las medidas que se están tomando tienen un efecto negativo en el volumen agroexportado, en especial de aquellos productos cuyas campañas están por iniciar, pero esto se ha compensado en parte con los mejores precios.

Por otro lado, existen productos que en este contexto encuentran oportunidades en el mercado internacional, como el banano. En el 2019, las exportaciones de la fruta cayeron 9%, tendencia que continuó hasta la quincena de marzo del 2020. Durante la cuarentena, las exportaciones de banano mostraron un ligero incremento de 8%, en comparación con las semanas previas, cuando las exportaciones del producto no mostraban crecimiento alguno. En estas semanas, los precios de la fruta incrementaron en los mercados internacionales. En Estados Unidos, el kilogramo de banano pasó de US\$ 1.26 el kilo a US\$ 1.56. En este periodo, el principal proveedor de banano es Ecuador, con 34% de participación. Coincidentemente, Ecuador inició su cuarentena junto con el Perú, pero su efecto en dicho país fue mayor y esto generó los mejores precios internacionales.



En general, el incremento observado de los precios responde a una crisis que se está dando en el sector agro a nivel mundial. En España, principal proveedor de palta y mandarina, la Fundación Europea para la Innovación y la Aplicación de Tecnología (INTEC) anunció que faltan aproximadamente 160 mil personas para cubrir la cosecha de productos en temporada. El principal problema que enfrenta el país europeo es que cubrían la mano de obra contratando trabajadores de otros países, lo cual ya no se puede hacer por el cierre de fronteras.

Asimismo, en el caso del banano, se conoce que Ecuador está disminuyendo sus envíos debido a problemas logísticos. De acuerdo con el presidente de la Asociación de Productores Bananeros del Ecuador, la cosecha de banano ha continuado con relativa normalidad, sin embargo, algunos transportistas se han contagiado con coronavirus, lo cual está ocasionando pánico entre los choferes, quienes se niegan a laborar, especialmente en Guayaquil.

“AÚN NO ESTÁ CLARO CÓMO Y CUÁNTO AFECTARÁ EL CORONAVIRUS AL ESPÁRRAGO”

Fresh Fruit conversó con Carlos Zamorano, presidente ejecutivo del Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH), para conocer cómo enfrentan las empresas exportadoras de espárrago la cuarentena establecida por el Gobierno. A pesar de que el escenario luce complicado, debido a la gran incertidumbre en los mercados y las limitaciones en el transporte aéreo, Zamorano todavía se muestra optimista.

¿Cuál es la importancia que tiene el sector esparraguero para la economía?

El espárrago es uno de los pioneros de la agroexportación en el Perú. Gracias a él, nuestro país descubrió su potencial exportador y llegó a colocarse en la cúspide del escenario mundial, pues durante muchos años el Perú se mantuvo como el principal exportador de espárrago del mundo. Las cifras de exportación demuestran que, a pesar de los años, sigue manteniendo una performance muy interesante.

¿A cuánto ascendieron las exportaciones de espárrago en el 2019?

Si consideramos sus tres presentaciones (en fresco, conserva y congelado) estuvimos cerca de los US\$ 530 millones. Monto que revela la importancia que tiene en la canasta exportadora [está entre los cinco productos agroindustriales peruanos más exportados] y en la generación de puestos de trabajo. Se estima que más o menos 60,000 personas dependen de este cultivo.

Sin embargo, a diferencia de lo que ocurre con otros productos, el crecimiento en volumen fue de apenas de 1%. Además, vemos que el número de empresas que deciden salir del negocio aumenta año a año, ¿por qué?, ¿qué está pasando con el sector?

El espárrago continúa siendo uno de los protagonistas de la agroexportación. Lo que sucede es que han aparecido nuevos productos que han crecido muy rápidamente en los últimos años, como la uva o el arándano. Pero eso no significa que no tenga potencial. Si no ha crecido todo lo que puede, es porque el Perú no ha certificado sus campos



Si es tan importante certificar los campos, ¿por qué no se ha avanzado en ese proceso?

Hace varios años que el IPEH le viene pidiendo al Senasa que certifique los campos de espárrago, como lo hace con los de la uva y la palta. Ese es el único camino para mantener nuestros mercados y seguir exportando los próximos años. Las exigencias sanitarias se han endurecido y solo con la certificación nuestros principales destinos tendrán la confianza de que se está realizando un adecuado manejo en el control de plagas.

¿No han recibido ninguna respuesta a ese pedido?

Hubo un avance el último año, de hecho, se fueron formalizando y certificando algunos campos, pero luego, por decisión del Ministerio de Agricultura y Riego (Minagri), el proceso se detuvo y quedó en el aire. Confiamos en que se retome porque es clave para el futuro del sector. Además, estamos a la expectativa de lo que suceda con el coronavirus, pues había una reunión entre Senasa y su par en Estados Unidos, en la que se iba a evaluar la eliminación de esa exigencia.

¿Cuál era su proyección de crecimiento del sector antes de la crisis del coronavirus?

Las proyecciones que manejamos para este y los últimos años son vegetativas, es decir entre 2% y 3%. Mientras no resolvamos el problema de la fumigación, no veremos variaciones significativas. Respecto del coronavirus, he hablado con algunas de las empresas asociadas y no todas han empezado a cosechar. Es cierto que hay dificultades porque se ha afectado el turismo y cerrado los

y los exportadores se ven obligados a fumigar los espárragos peruanos con bromuro de metilo cada vez que arriban a un puerto de los Estados Unidos. Esa exigencia encareció sus costos y ha restado competitividad a la industria, pues le quita un 30% de vida al producto en el anaquel.

¿A cuánto asciende el sobre costo por la fumigación?

A 30 centavos de dólar por caja. Entre el año 2000 y el 2019, por ejemplo, el sector ha pagado más de US\$ 70 millones para fumigar sus espárragos en los puertos norteamericanos. Pero eso no es lo peor. A raíz de esta medida, el sector no puede darle un mayor valor agregado a la presentación del producto, porque debe mandar sus cajas abiertas para que se realice la fumigación. Esa mayor rentabilidad, que bien podría recibir la industria peruana, la obtienen los importadores norteamericanos que desarrollan presentaciones especiales para distribuir los espárragos en el mercado.

vuelos comerciales, en los que se suele transportar el espárrago fresco, pero aún no está claro cómo y cuánto afectará esta pandemia al sector. Lo sabremos más adelante, cuando salgan las cifras.

Pero si el grueso de las exportaciones es de espárrago fresco y estas no tienen cómo transportarse, ¿no es evidente que habrá un fuerte golpe en el sector?

Sí, puede haber una caída en las exportaciones, pero eso aún no lo estamos viendo, hay que esperar. Una de las garantías que tenemos es que las personas tienen que comer productos con alto contenido de vitaminas y calidad, entre los que se encuentra el espárrago. En el mundo hay costumbre de consumirlo hace muchísimos años. En Estados Unidos, por ejemplo, la producción local no alcanza y se consume toda la importada desde hace muchos años. No quisiera adelantarme; hay que ver qué sucede y cómo responde el mercado. Este es un evento tan extraño que nadie sabe qué va a ocurrir.

¿Qué están haciendo las empresas para enfrentar esta coyuntura?

Algunas aún no han empezado a cosechar, otras están reduciendo al mínimo sus exportaciones, y hay un grupo que ha decidido enfocarse en congelados, sobre todo las que tienen túneles de frío. Es una situación bastante complicada. Las empresas están tratando de encontrar soluciones, pero sería interesante ver qué alternativas encontramos como país, porque tenemos mucho que trabajar en temas de competitividad.

¿Y cómo se ha comportado la demanda en estos días?

La demanda no ha variado, pero las empresas están empezando a ver con cierta preocupación el movimiento del espárrago por los problemas de transporte aéreo.

A diferencia de otros productos, como los cítricos o el banano, que han subido de precios desde que se inició la cuarentena, no ha pasado lo mismo con el espárrago, ¿a qué cree que se debe eso?

Los precios se van comportando de acuerdo con la oferta, a veces te cruzas con la producción mexicana y otras no, ello puede generar ligeras variaciones. No obstante, lo importante es que no se



ve una caída sustancial de precios. Nuestros promedios históricos prácticamente se mantienen sin cambios. Recuerde que algunas empresas grandes, que exportan todo el año, prefieren fijar un precio *spot* para evitar las fluctuaciones del mercado.

Si se consideran los precios actuales, ¿el espárrago sigue siendo un producto rentable?

Lo es. Hay mucha gente a la que le gusta decir que el espárrago es un producto del pasado, que ya murió, pero no es cierto. Lo que sí es verdad es que no estamos en un proceso de crecimiento porque se han ajustado los mercados, tanto en temas fitosanitarios como de inocuidad. Pero, si logramos resolver esas cuestiones, podremos recobrar impulso.

¿Qué pasará si Estados Unidos, que se ha convertido en el país con el mayor número de contagiados por el coronavirus, radicaliza sus medidas?

Restricciones van a existir, de eso no hay duda. Sin embargo, vamos a ver en qué medida, pues a diferencia de nuestro país, Estados Unidos no ha querido parar su economía, lo cual es positivo. Sabemos que el espárrago no contagia, porque el virus se propaga de otras formas. Así que en tanto llegue y pueda ser recibido, no tendría por qué reducirse el comercio. No obstante ello, hay que ver si esta pandemia genera algún tipo de cambio en las costumbres y consumos; y sobre todo si los consumidores eligen otros productos.

¿Cuál es el uso de la capacidad instalada del sector en este momento?

Las plantas vienen trabajando entre un 60% y 70% de su capacidad. Algunos han reducido líneas de producción y reducido el aforo. Pero, a pesar de que el sector está exceptuado del Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM (que declara el estado de emergencia) muchos vienen operando con problemas.

De todos los problemas que tienen, ¿cuál es el que más les preocupa?

Además del transporte, está la incertidumbre. El escenario es absolutamente incierto, no sabes qué va a suceder, hasta cuándo ni cómo van a reaccionar los mercados.

¿Qué pasa con el mercado europeo?

Ahí también habrá que esperar un poco, pues en este momento España e Inglaterra, abastecen parte de ese bloque comercial porque cuentan con producción propia. Sin embargo, las empresas tendrán que decidir qué hacer. El espárrago es un producto que vive 21 días y es complicado subirlo a un barco. Si se hace, tendrá un tiempo de vida muy ajustado en el anaquel. Esa es una decisión que tarde o temprano tendrán que tomar las empresas.

¿Están evaluando alguna estrategia? ¿Buscarán un acercamiento con las autoridades para ver si es posible solucionar el tema de transporte aéreo?

Sí, tenemos pensado llevar el tema ante las autoridades, para que juntos encontremos una solución al problema, que no solo afecta al espárrago sino a una cantidad enorme de productos frescos.

RESUMEN DE LA SEMANA 14

	PRODUCTO	CAJAS	VOLUMEN BRUTO (KG)	CONTENEDORES	VARIACIÓN ANUAL (%)
	ESPÁRRAGO	32,036	182,610	-	-82%
	ARÁNDANO	5,790	40,600	2	-70%
	UVA	78,628	677,129	34	65%
	TOTAL	116,454	900,339	36	-

PRODUCTO DE LA SEMANA 14 / PALTA



EXPORTADOR: WESTFALIA FRUIT PERÚ

Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Destinos en la semana
508,120 KG	1^o	6.7 %	3

COMPRADOR: GREENCELL



Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Proveedores peruanos en la semana
564,056 KG	2^o	4.0 %	4

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

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