

Tres factores externos que apoyan a la agroindustria peruana

El envejecimiento europeo, la obesidad en EE. UU. y el crecimiento de China ayudan a la agroindustria peruana.

 **AGRARIO** | COMERCIO-IMPORT-EXPORT

 **AMÉRICA** | PERÚ

LIMA 02.09.2020

Uno de los grandes temores entre los productores ante el advenimiento de los múltiples acuerdos de libre comercio, que empezó a suscribir Perú en las últimas décadas, fue la posibilidad de que el mercado peruano se viera invadido de alimentos cosechados en el exterior y desapareciera la industria del país. Sin embargo, no fue ese el desenlace, sino todo lo contrario, la apertura al mundo demostró que los productores y agroexportadores peruanos eran altamente competitivos y podían conquistar mercados del exterior.

La primera de ellas es el envejecimiento de la población europea. Como es sabido, la gente en el Viejo Continente, especialmente la de más edad, que es la mayoritaria, se preocupa especialmente por comer sano, lo que convierte a los frutos en un gran objetivo durante sus compras y fomenta la agricultura frutícola en países productores como Perú.

La segunda es la crisis de obesidad entre los estadounidenses. De hecho, desde la gestión del expresidente Barack Obama, el Gobierno de dicha nación está muy activo en la promoción del cambio de hábitos de consumo entre su población (300 millones de personas), especialmente por la perniciosa tradición de consumir alimentos 'chatarra', lo que ha desatado los índices de obesidad. Esto los ha llevado a impulsar con mucho ahínco, desde las mismas escuelas, el consumo de frutas y hortalizas, que, desde luego, Perú les vende.

La tercera 'estrella' es el desarrollo de los grandes países emergentes, fundamentalmente China. En el gigantesco país asiático era una costumbre muy extendida comer arroz, lo que correspondía a una población con un desarrollo económico pobre, por lo que su alimentación era mala. Hoy, con grandes sectores de ese mercado emergiendo a la clase media, crece el interés por consumir frutas y hortalizas, con lo que se ha convertido en un auténtico motor de consumo de este segmento de productos.

A este panorama se suma el hecho de que Perú ha sabido posicionarse como proveedor desde el hemisferio sur, para atacar los mercados desde la contraestación, lo que le permite colocar su producción a muy buenos precios sin competir directamente con otros importantes vendedores que pueden tener facilidades de índole geográfica como México.

Además del gran sentido de competitividad, que desarrolló la agroindustria peruana, hubo tres factores clave a nivel mundial que han determinado el gran éxito comercial que se está viendo en nuestros días.

Estos tres factores se los denomina con una metáfora astrológica: las tres estrellas alineadas.

