

## 3.1 Actividad agrícola exportadora inclusiva y sostenible como motor de desarrollo

### RESUMEN

La agricultura es una actividad esencial para el desarrollo económico y social del Perú. En los últimos años, la agroexportación ha tenido un importante crecimiento y ha traído consigo grandes beneficios al país. Sin embargo, no todos los productores han podido sumarse a este auge; ha quedado afuera, principalmente, la pequeña agricultura familiar. El limitado acceso a insumos, tecnología y crédito, así como el alto costo que significa llegar al mercado externo, no han permitido que los pequeños agricultores familiares aprovechen las ventajas que ofrece el mercado exterior. Por otra parte, la gran biodiversidad del Perú brinda una gran oportunidad para integrar a la pequeña agricultura familiar a los beneficios que trae el acceso a un mercado de gran escala y alto valor. En este documento, proponemos la creación de Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al Mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar. Estas permitirán que los productores puedan acceder a los insumos y servicios agronómicos que requieren; asimismo, que se brinde un acompañamiento en la gestión productiva y empresarial, que se construyan capacidades en las localidades para una producción eficiente y sostenible, y que se forje el lazo entre los productores y las entidades financieras o inversores.



**Daniel De la Torre Ugarte**  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO



**Carlos Heros**  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

### PALABRAS CLAVE:

pequeña agricultura familiar, agroexportación, productividad agrícola

## Introducción

La actividad agrícola es importante para la economía peruana, ya que genera el 27.2% del total de empleos (Banco Mundial, 2020),<sup>1</sup> contribuye con el 3.3% del PBI nacional (INEI, 2020)<sup>2</sup> y genera el 15% de las exportaciones (BCRP, 2020).<sup>3</sup> Además, el sector agrario es fundamental para la reducción de la pobreza, especialmente la rural (Norton, 2004).<sup>4</sup> A inicios de los 90, el Perú incorporó, como elementos centrales de política, la apertura co-

mercial y la promoción de la competitividad del sector exportador (Segura y García, 2006).<sup>5</sup> Luego, en el año 2000, se promovió la Ley

La **actividad agrícola** es importante para la economía peruana, ya que genera el 27.2% del total de empleos, contribuye con el 3.3% del PBI nacional y genera el 15% de las exportaciones.

de Promoción del Sector Agrario. Todo esto resultó en una transformación de los portafolios de producción y comercio exterior agrícola. La agroexportación ha presentado un crecimiento importante en los últimos 20 años, y la generación de divisas del sector pasó de 627.6 millones de dólares en 1998 a 6291.9 millones en el 2018 (FAO, 2020).<sup>6</sup>

Este éxito ha estado dirigido por sustanciales inversiones privadas duras (infraestructura de

1 Banco Mundial (2020). Empleos en agricultura (% del total de empleos)-Perú. *Databank*.

2 Instituto Nacional de Estadística e Informática de Perú (2020). *PBI de las actividades económicas, por años*.

3 Banco Central de Reserva del Perú (2020). *Exportaciones por grupo de productos-valores FOB (millones US\$)* (Series Estadísticas). <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/>

4 Norton, R. (2004). *Política de desarrollo agrícola. Conceptos y principios*.

5 Segura, A. y García, J. (2006). Perú: Impact Analysis of Trade Liberalization on Poverty and Inequality. *Who Wins from Free Trade? Export-led Growth, Inequality and Poverty in Latin America* (pp. 329-360). Routledge.

6 Food and Agriculture Organization (2020). *Agricultural statistics on crop production and trade*. <http://www.fao.org/faostat/>

riego, procesamiento y almacenamiento) y blandas (coordinación de mercados e integración de cadenas productivas). Asimismo, se fundamentó en intervenciones públicas significativas: infraestructura de irrigación, mercados laborales, mercados de tierras, impuestos, comercio y desarrollo institucional para el cumplimiento de los requerimientos sanitarios y fitosanitarios para lograr acceder a nuevos mercados. Lamentablemente, este *boom* exportador no ha logrado llegar a todos los niveles de productores agrícolas. Se ha concentrado en aquellos que cuentan con un mayor capital para invertir y gestionar recursos en productos que requieren alta tecnología e inversión.

La diversidad geográfica, climática y biológica de las distintas regiones del país ofrece la gran oportunidad para que la agroexportación se convierta en un motor de crecimiento, que permita una mayor inclusión social y que se desarrolle con sostenibilidad ambiental. Por ello, el desafío que se debe asumir ahora es el escalamiento de las oportunidades que ofrece la agroexportación a un mayor número de productores y productos.

El sector agrícola presenta un desempeño poco óptimo. Miles de productores no logran alcanzar el rendimiento potencial que podrían obtener en sus cultivos; además, ven limitadas sus posibilidades de desarrollo, debido

a que no cuentan con acceso a los insumos que requieren. Tampoco logran aplicar el paquete tecnológico correspondiente, no cuentan con la preparación o asistencia técnica productiva necesaria y carecen del capital requerido para invertir o de la infraestructura apropiada. De igual manera, no tienen un acceso directo al mercado, lo cual limita la colocación de sus productos y los precios que obtienen por los mismos. La gran consecuencia de esta situación es que los productores presentan un bajo nivel de ingresos y pierden oportunidades para obtener un mayor beneficio de su actividad agrícola para mejorar su calidad de vida.

## Opciones de política

**P**ara que los pequeños y medianos productores puedan convertirse en agroexportadores, deben tener la capacidad de acceder y capturar los beneficios de los mercados del exterior. Para ello, es necesario que dispongan de los insumos que requieren, cuenten con la capacitación correspondiente, logren acceder al financiamiento y tengan el respaldo logístico y productivo para generar los productos con las características y calidad que los mercados exteriores demandan. De esta manera, lograrán obtener mayores beneficios por su trabajo. Es sumamente importante que los productores puedan cumplir con los estándares que el mercado internacional exige, para lograr generar productos de nicho y mejores condiciones. Además, este es un requisito fundamental para que los productos sean admitidos por dichos mercados y logren una demanda cautiva.

Por otra parte, para que los productores incrementen su eficiencia y capacidad de negociación, es necesario que se

asocien. De esta manera, podrán fortalecer su posición en las negociaciones colectivas y obtener mejores condiciones al colocar sus productos, así como menores costos unitarios por la compra de los insumos y paquetes tecnológicos que requieran.

La situación actual de los productores, más que una propuesta o conjunto de propuestas focalizadas, requiere de un planteamiento integral y articulado, que logre abarcar todas las necesidades de los agricultores y que se ejecute a nivel local. Para ello, se propone la creación de Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al Mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar, las cuales desarrollarían las siguientes funciones:

- Gestionar las compras al por mayor de los insumos y contratar servicios agronómicos.
- Gestionar y monitorear los créditos que los productores requieran.
- Mejorar la información de mercados (insumos y del producto) y de crédito, a través del



**Se propone la creación de Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al Mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar para abarcar todas las necesidades de los agricultores.**

desarrollo de aplicativos que conecten a los productores con los proveedores de insumos, crédito y otros servicios.

- Realizar actividades demostrativas y de acompañamiento, acordes a los requerimientos y necesidades de cada polo productivo, incluyendo capacitación empresarial.
- Promover la articulación empresarial de los productores.
- Acompañar a los productores en gestión productiva y de negocios.

- Identificar y promover oportunidades de inversión para el sector privado, para lograr una sofisticación de la oferta exportable.

En resumen, a través de las plataformas, se buscará que los productores puedan tener acceso a los insumos y servicios que requieren para lograr mejorar su productividad. También se construirán capacidades locales que permitan la correcta implementación del paquete tecnológico y desarrollar competencias empresariales. Asimismo, la presencia de una plataforma, ubicada en un espacio próximo a los productores, facilitaría el seguimiento de sus actividades, así como de la ejecución de los créditos solicitados, reduciendo de esa manera el costo de monitoreo de las microfinancieras, dado que se conocerían con mayor detalle las actividades del productor, y se reduciría el riesgo de impago, debido a las mejores condiciones que tiene el agricultor para realizar sus actividades. Finalmente, las plataformas crean un ambiente propicio para la incorporación de la inversión privada, la cual será fundamental para inyectar capital e implementar nuevos procesos de transformación para generar productos con valor agregado. De esta manera, se podrá cumplir con los requerimientos fitosanitarios, así como con las características y presentación de los productos que los mercados del exterior demandan.



**A través de las plataformas, se buscará que los productores puedan tener acceso a los insumos y servicios que requieren para lograr mejorar su productividad.**

## Recomendaciones

**P**ara la implementación, desarrollo y extensión de las plataformas de servicios, es necesario crear un fondo concursable que canalice el aporte del gobierno central y de la cooperación internacional para la ejecución de la propuesta, a través del cual se podrá:

- Financiar la apertura y puesta en marcha de las plataformas de servicios.
- Promover y acompañar a los productores en la conformación de asociaciones.
- Cubrir los gastos operativos para la integración de estas asociaciones con los otros socios de la plataforma: empresas proveedoras de insumos, servicios agronómicos, financiamiento y comercialización.
- Desarrollar e implementar los programas de extensión dirigidos a elevar la productividad, así como la calidad del producto.
- Desarrollar aplicativos que permitan una coordinación directa de los actores de la plataforma, en términos de información de mercado, requerimiento de insumos, oferta y demanda de productos y servicios de la plataforma.
- Cubrir los gastos operativos para establecer relaciones con inversores privados, a fin de captar los fondos para las transformaciones logísticas que se requieran para generar productos con valor agregado que cumplan las características, calidad y presentación que demandan los mercados del exterior.

En el plano operacional, se deben elaborar los términos de referencia para la ejecución e implementación de la plataforma de servicios. Es necesario considerar:

- Los promotores de las plataformas pueden ser asociacio-

nes, cooperativas o comités de productores, empresas privadas, universidades, ONG u otras organizaciones con capacidad de gestionar su instalación y desarrollo.

- La plataforma tiene como objetivo integrar a los actores de la región de interés con el mercado exterior, con el fin de reducir los costos de transacción para incrementar las oportunidades de crecimiento de todos los actores. Se debe tener siempre claro el objetivo de la autosostenibilidad de la plataforma, en base a los beneficios que se generen para todos sus actores.
- Identificar y promover oportunidades de inversión privada para la generación de productos de alto valor agregado.
- Establecer un sistema de seguimiento y monitoreo al desarrollo de la plataforma, que permita alcanzar los objetivos trazados y mantener la ruta que posibilite la consolidación y sostenibilidad de cada plataforma.

En la elaboración del plan estratégico y operacional, es de vital importancia:

- Establecer los caminos para la articulación con iniciativas de propósito similar, como Ruta Productiva Exportadora, Selva y Sierra Exportadora o la red de CITE.
- Potenciar el papel de PromPerú como agente de identificación de oferta y demanda exportables, y como promotor de la inversión privada para la adecuación y transformación de los cultivos en productos de alto valor agregado.
- Identificar los puntos para la definición del ámbito territorial de acción de las plataformas (buscando abarcar el mayor número de productores en la menor distancia posible).

- Elaborar un cronograma de implementación de las plataformas.
- Identificar el potencial productivo de cada una de las ubicaciones determinadas, así como los puntos de mejora y oportunidades de desarrollo de las mismas.

Las **plataformas** son el vehículo para desarrollar y gestionar alianzas estratégicas.

Las plataformas son el vehículo para desarrollar y gestionar alianzas estratégicas entre agricultores, proveedores de insumos y servicios, microfinancieras, empresas transformadoras y exportadoras de productos de alto valor agregado, universidades y centros de investigación agrícolas. El fin es aprovechar las capacidades propias de la región y generar ingresos para todos los actores involucrados. Estos esfuerzos podrían fortalecerse con alianzas estratégicas con programas o instituciones como Agroideas, Sierra y Selva Exportadora, SENASA y PromPerú.

Consideramos que es fundamental el soporte inicial del Estado para la puesta en marcha y la expansión de estas plataformas, asegurando los costos de operación, así como la garantía de los créditos que inicialmente se realicen. Se busca que las asociaciones de productores puedan formar un récord crediticio que permita consolidar su incorpo-

ración al sector financiero. Esto ayudará también para las compras iniciales de insumos, sin que suponga un subsidio total, dado que los productores estarían comprometidos a su devolución. Se debe financiar la construcción de capacidades locales, y en este punto, el papel de las universidades y el capital humano regional que en ellas se forma es vital. Complementariamente, se podría acompañar con experiencias de programas que ya se vienen ejecutando o con las ONG que ya vengán trabajando en la construcción de capacidades locales.

Por otra parte, las entidades microfinancieras son socias estratégicas para la consolidación de las plataformas y el desarrollo de los productores. Con la contribución de las plataformas, como ente de monitoreo de la ejecución del crédito, se lograría disminuir la tasa de interés para los productores, debido a un menor costo de operación para las microfinancieras. También se reducirían los riesgos del crédito para estas y se consolidarían montos

de crédito más atractivos. En este punto, la extensión del programa nacional FAE-Agro es fundamental, pues contribuiría al establecimiento de garantías para créditos agrícolas, con lo cual se consolidarían las relaciones entre los productores y las entidades microfinancieras.

Como parte de la incorporación de los productores al mercado exterior, es necesario generar productos con valor agregado que se adapten a lo que el mercado demanda. Para ello, se requiere realizar inversiones en los procesos de transformación. En este sentido, PromPerú puede ampliar su rol de promoción de nexos entre la oferta y demanda exportable, para incluir también la promoción de inversiones privadas en las cadenas de valor. Este papel adicional, que debería tener PromPerú, es fundamental para implementar las transformaciones que requieren inversiones de mayor capital y para lograr la implementación de los procesos productivos de transformación que se necesiten. Las plataformas serán el nexo entre los productores y la inversión privada, y cooperarán con distintas alianzas del sector privado para promover el fortalecimiento de las cadenas de valor, a través de inversiones en bienes de capital necesarios para lograr estas transformaciones.

## Hoja de ruta

Se propone la siguiente hoja de ruta como referencia para el desarrollo de las Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al Mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar:

### 100 días

- Crear el fondo para el establecimiento de Plataformas de Servicios para la Competitividad e Integración al mercado Exterior de la Pequeña Agricultura Familiar.
- Elaborar los términos de referencia sobre propuestas para el establecimiento de las plataformas de servicios.
- Abrir y difundir el concurso a nivel nacional, con el objetivo de generar de 60 a 100 propuestas.

### 1 año

- Establecer 25 plataformas de servicios para el apoyo a cadenas productivas regionales vinculadas a la exportación, con presencia en al menos ocho regiones.

### 5 años

- Tener 100 plataformas de apoyo establecidas en diferentes polos productivos agrícolas a nivel nacional, con presencia en al menos 14 regiones.
- Establecer vínculos de apoyo con al menos 140,000 productores.
- Incrementar las exportaciones de la pequeña agricultura familiar en 250 millones de dólares.