

GUÍA 13: ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN EN AGRICULTURA

Enfoque: Acceso a mercados internacionales, cumplimiento normativo y competitividad

I. OBJETIVO

Brindar un marco metodológico para la planificación e implementación de estrategias de exportación agrícola, considerando el cumplimiento normativo internacional, la logística de comercio exterior y el posicionamiento competitivo en mercados de destino.

II. FUNDAMENTO TEÓRICO Y CIENTÍFICO

Base conceptual: La competitividad exportadora agrícola depende de la articulación entre calidad del producto, cumplimiento de barreras sanitarias y fitosanitarias, eficiencia logística y capacidad de diferenciación frente a otros países exportadores.

Principales autores y referencias científicas:

- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business Review.
- Anderson, K. (2009). *Distortions to Agricultural Incentives: A Global Perspective*. World Bank Publications.

III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

- Sectores:** Agroexportación de frutas, hortalizas, café, cacao, productos transformados.
- Ámbitos:** Empresas exportadoras, cooperativas con capacidad de escala, consorcios de exportación.
- Mercados objetivo:** Unión Europea, Estados Unidos, Asia-Pacífico, mercados regionales.

IV. COMPONENTES CLAVE DE LA ESTRATEGIA EXPORTADORA

Componente	Consideración principal
Cumplimiento sanitario y fitosanitario	Requisitos específicos del país de destino (SENASA, USDA, EFSA)
Certificaciones de calidad	GlobalG.A.P., orgánico, comercio justo según mercado objetivo
Logística internacional	Selección de incoterms, transporte y cadena de frío
Inteligencia de mercado	Análisis de precios, estacionalidad y competencia internacional
Estrategia comercial	Participación en ferias, ruedas de negocio y misiones comerciales

V. PASOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN

Etapas 1: Diagnóstico de Capacidad Exportadora

- Evaluación de volumen, calidad y consistencia de la oferta productiva.
- Análisis de brechas frente a los requisitos del mercado objetivo.

Etapas 2: Selección de Mercado y Canal

- Identificación de mercados con mejor relación demanda-arancel-logística.
- Selección de canal: exportación directa, trading o consorcio exportador.

Etapas 3: Preparación Documentaria y Logística

- Obtención de registros sanitarios y certificaciones requeridas.
- Contratación de operadores logísticos y definición de incoterms.

Etapas 4: Comercialización y Consolidación

- Participación en ferias internacionales y ruedas de negocio.
- Consolidación de relaciones comerciales de largo plazo con importadores.

VI. INDICADORES DE ÉXITO

- Volumen exportado anual (toneladas o unidades).
- Número de mercados de destino activos.
- Precio promedio de exportación frente al mercado interno (%).
- Tasa de rechazo o devolución de embarques por incumplimiento (%).
- Diversificación de clientes internacionales (índice de concentración).

VII. ENLACES Y FUENTES COMPLEMENTARIAS

- ITC Trade Map: <https://www.trademap.org>
- PROMPERÚ (o entidad de promoción de exportaciones regional): <https://www.promperu.gob.pe>
- FAO - Mercados y Comercio Agrícola: <https://www.fao.org/trade>

VIII. RECOMENDACIONES PARA APLICACIÓN LOCAL

- Iniciar con mercados regionales de menor exigencia normativa antes de escalar a mercados premium.
- Asociarse en consorcios de exportación para alcanzar volúmenes competitivos.
- Mantener actualizado el cumplimiento normativo ante cambios frecuentes en regulaciones sanitarias internacionales.