

**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES PERUANAS ENERO – JUNIO DE 2008**  
(Cifras actualizadas al 23 de julio de 2008)

**SECTOR AGROPECUARIO**

Las exportaciones en el sector agropecuario tradicional y no tradicional sumaron 198.7 millones, acumulando US\$ 1,003.7 millones durante el periodo enero – junio 2008, lo cual representó un 6.3% de las exportaciones totales y un crecimiento de 35.89% respecto al mismo periodo del año 2007.

Las exportaciones agrarias tradicionales totalizaron US\$ 52.1 en junio de 2008, lo que representó un crecimiento de 100.4% respecto al mismo mes del año 2007. El incremento de las exportaciones de café contribuyó positivamente en el desempeño del sector, mostrando una variación positiva de 107.3% en el mes de junio y 13% durante el primer semestre del año. Esto es explicado por los mayores envíos realizados hacia Estados Unidos (130.6%) y Alemania (167.3%). Cabe indicar que en la campaña 2007/2008 se sembraron 316 mil hectáreas, cuatro mil más que en la campaña anterior, lo que junto con la mejora ha permitido alcanzar un alto desempeño productivo. Las exportaciones tradicionales durante los primeros seis meses sumaron US\$ 141.2 millones, lo que implicó un crecimiento de 15.1% respecto al mismo periodo del año anterior.

Las exportaciones de productos agrarios no tradicionales registradas en junio sumaron US\$ 146.6 millones, lo que significó un crecimiento de 27.4% respecto al mismo mes del año 2007. Durante el periodo enero – junio de 2008, las mismas totalizaron US\$ 862.5, representando el 23.8% de las exportaciones no tradicionales y un incremento de 40.0% respecto al mismo periodo del año anterior.

**Sector Agropecuario**  
(Millones de US\$)

Producto	Junio			Enero - Junio		
	2007	2008	Var. %	2007	2008	Var. %
Espárragos	31.85	30.01	-5.8	159.1	188.9	18.7
Frescos	15.41	12.54	-18.6	70.60	77.89	10.3
Conserva	14.45	14.06	-2.7	74.43	95.06	27.7
Congelados	1.99	3.41	71.0	14.08	16.00	13.6
Páprika	11.47	16.69	45.5	40.66	74.22	82.5
Leche evaporada	4.35	8.26	90.2	25.39	44.14	73.8
Alcachofa	3.66	4.60	25.7	21.69	29.55	36.2
Pimiento	1.28	1.37	6.4	17.28	17.47	1.1
Banano Orgánico	2.19	3.44	57.6	14.99	21.83	45.6
Paltas	11.51	10.22	-11.3	31.23	42.07	34.7
Otros	48.79	72.01	47.6	305.54	444.28	45.4
<b>Total</b>	<b>115.10</b>	<b>146.60</b>	<b>27.4</b>	<b>615.90</b>	<b>862.50</b>	<b>40.0</b>

Fuente: SUNAT

• **Productos**

**Espárragos:** Las exportaciones de espárragos, en sus tres presentaciones, sumaron US\$ 188.9 millones durante el primer semestre del año 2008, lo que representó un crecimiento de 18.7% respecto al mismo periodo del año anterior. Las exportaciones del espárrago en conserva son las que han mostrado el mayor crecimiento durante el periodo indicado (27.7%), explicado por los mayores envíos realizados hacia los principales mercados de destino. Así, las exportaciones a

## PROMPERÚ – Julio de 2008

España y Francia mostraron variaciones positivas de 31.6% y 32.7%. Durante el periodo analizado, se registran mayores exportaciones hacia Italia (171.6%), Bélgica (75.8%) y Canadá (72.5%). Cabe indicar que las exportaciones de espárrago verde representan el 70% mientras que las de espárrago blanco 30%.

**Páprika:** Los envíos de páprika en el mes de junio sumaron US\$ 16.7 millones, acumulando 74.22 millones durante los primeros seis meses del año; mostrando variaciones positivas de 45.5% y 82.5% respectivamente. El buen desempeño es el resultado de las mayores exportaciones hacia España (62.7%), México (312.2%), Estados Unidos (275.7%) y Chile (597.7%). Los problemas de producción en México así como las mejores cotizaciones internacionales (US\$ 2.80 versus US\$ 2.20 en años anteriores) ha influenciado positivamente en el mejor desempeño exportador peruano.

**Palta:** Las exportaciones de palta acumularon US\$ 42.07 millones durante los primeros seis meses del año, lo que significó un crecimiento de 34.7% respecto al mismo periodo del año anterior. Las principales exportaciones se dirigieron hacia Países Bajos, las cuales sumaron US\$ 20 millones durante los primeros seis meses del año, lo que significó un crecimiento de 69.2% respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, se registraron variaciones positivas en las exportaciones hacia España (44.3%) y Francia (50.7%). El buen desenvolvimiento de estas exportaciones están asociadas a los mayores niveles de producción nacional, como resultado de las nuevas plantaciones realizadas hace tres años.

**Banano orgánico:** Los envíos hacia el exterior sumaron US\$ 21.83 millones, lo que significó una variación positiva de 45.6% respecto al mismo periodo del año anterior. Los principales mercados de destino son Países Bajos y Estados Unidos, los cuales registraron crecimientos de 87.9% y 34.6% respectivamente. Para este desarrollo ha sido fundamental el trabajo realizado por la Central de Pequeños Productores de Banano Orgánico en Piura en materia de registro y certificación. De otro lado, las condiciones climáticas negativas en otros países proveedores, como los huracanes en República Dominicana, las cuales arrasaron con la producción de banano orgánico de ese país; así como las lluvias en Ecuador, han significado nuevas oportunidades de exportación para la producción peruana. Son alrededor de 3,500 hectáreas en la zona y se espera que estas se sigan expandiendo.

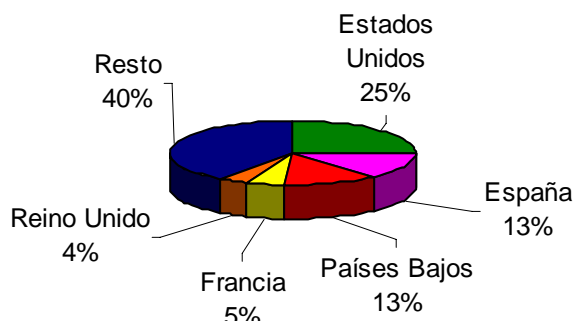
**Otros productos:** Durante el periodo enero – junio 2008 se observan crecimientos importantes en otros productos de interés, los cuales influyen positivamente en el desempeño del sector agro exportador no tradicional.

- Aceitunas en Conserva: Las exportaciones sumaron US\$ 9.8 millones durante el periodo enero - junio, lo que representó un crecimiento de 74.9%. Los principales mercados de destino fueron Brasil con una tasa de crecimiento de 91.9%, Estados Unidos (47.2%) y Chile (95.7%).
- Tara en polvo: Los envíos sumaron US\$ 9.7 millones en los primeros seis meses del año, lo que significó un crecimiento de 64.4%. Las exportaciones se dirigen principalmente a Italia y Argentina, los cuales mostraron variaciones positivas de 43.7% y 76.8%. Durante el mismo periodo resaltan también las mayores exportaciones hacia Bélgica, las cuales sumaron US\$ 829 mil dólares, superior a lo exportado en el mismo periodo del año anterior (US\$ 107 mil).

- **Mercados**

En el primer semestre del año 2008, la Unión Europea fue el principal bloque de destino de las exportaciones agrarias no tradicionales, con una participación de 42% y un crecimiento de 40% respecto al mismo periodo del año anterior. Asimismo, se registraron variaciones positivas en los montos enviados hacia Estados Unidos (37%), Comunidad Andina (41%), Centroamérica (62%) y MERCOSUR (50%).

### Exportaciones No Tradicionales: Sector Agropecuario Participación por Mercado de Destino



Fuente: SUNAT. Elaboración PROMPERU

**Estados Unidos** se mantiene como el principal país de destino de las exportaciones agropecuarias no tradicionales. Durante el periodo enero – junio, las ventas hacia el mercado norteamericano totalizaron US\$ 219 millones, lo que significó una participación de 25% y un crecimiento de 37.3% respecto al mismo periodo del año anterior. Los productos que muestran un desempeño positivo son los espárragos en conserva, que registraron un crecimiento de 28.6%. Asimismo, las exportaciones de alcachofas en conserva sumaron US\$ 8.9 millones, monto muy superior al del mismo periodo del año anterior (US\$ 1.2 millones).

**España** es el segundo mercado de destino de las exportaciones agrarias no tradicionales durante el periodo enero – junio 2008. Las mismas sumaron US\$ 111.6 millones, lo que significó una participación de 13% y una variación positiva de 30.46% respecto al mismo periodo del año anterior. Los principales productos exportados son los espárragos en conserva y la páprika entera, los cuales mostraron tasas de crecimiento de 31.6% 62.7% respectivamente.

**Países Bajos** se ubica como tercer país de destino de las exportaciones agrarias no tradicionales en el periodo enero – junio 2008. Las exportaciones hacia este mercado miembro de la Unión Europea totalizaron 110.3 millones, lo que representó una participación de 13% y un crecimiento de 73.5%. Se registraron incrementos en las exportaciones de paltas (69.2%), espárragos frescos (78.7%), banano (87.8%) y mangos preparados (61.9%).

Durante el primer semestre del año se registraron crecimientos en las exportaciones peruanas destinadas hacia Rusia (293.9%), México (134.3%), Venezuela (96.4%), Chile (40.9%) y Nigeria (29%). En el caso de Rusia, el gran crecimiento se explica por las exportaciones de uvas realizadas durante la campaña del año 2008 y las exportaciones de mandarinas en curso.

## NOTICIAS DEL SECTOR

### Estados Unidos: plaga en cítricos de Louisiana



El Departamento de Agricultura de Estados Unidos confirmó el viernes que detectó una plaga en cítricos en el estado de Louisiana y el insecto que la causa en México, cerca de la frontera con California.

Una funcionaria del Servicio de Inspección de Salud de Animales y Plantas del Departamento de Agricultura estadounidense dijo que la enfermedad del dragón amarillo fue detectada este mes en Louisiana.

El psílido asiático, el insecto que propaga el dragón amarillo, fue hallado en Tijuana, cerca de la frontera con California, aunque no en ese estado norteamericano, agregó la funcionaria.

La enfermedad del dragón amarillo, que llegó a Estados Unidos desde Asia, provoca el enverdecimiento de los cítricos y puede matar a los árboles.

Fuente: <http://www.prensa.com>

Fecha de publicación: 01/07/2008

### Bio-boom en los supermercados

A escala europea el mercado de orgánicos sigue creciendo, no solo en Alemania sino también en todos los países vecinos. Con una facturación de 5,4 millones de euros y una proporción del 3 por ciento del mercado total de alimentos y de los mayores exportadores de este tipo de productos.

En Alemania las cifras preliminares de 2007 muestran un aumento del 7 por ciento más en el área de cultivo orgánico respecto al año 2006.

Los supermercados, son los principales vendedores

En cuanto a los puntos de venta para los productos orgánicos es interesante observar que en 15 países europeos organizados en el comercio minorista de alimentos venden más del 50 por ciento de los alimentos orgánicos. Sobre todo en Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca las principales cadenas de supermercados se concentran en productos orgánicos desde hace ya algunos años. En otros países, como Francia, Alemania, Italia y los Países Bajos el comercio especializado en productos naturales desempeña un mayor papel para la venta de alimentos orgánicos.

En Alemania, la cuota de mercado de estas ventas especializadas pasó del 31 por ciento en 1997 a 23 por ciento ahora. Sin embargo, en números absolutos, el comercio ha pasado de 460 millones de euros en 1997 a 1,2 a 1,3 millones de euros en 2007.

Basado en ZMP GmbH

Fecha de publicación: 01/07/2008

Autor: Jahir Lombana

Derechos de reproducción: [www.freshplaza.es](http://www.freshplaza.es)

### Wal-Mart reinforces its locally grown commitment

By Pamela Riemenschneider

## PROMPERÚ – Julio de 2008

(July 3, 5:37 p.m.) Wal-Mart Stores Inc. plans to source more produce from local growers.

The Bentonville, Ark.-based retailer said over the past two years, its partnerships with local growers have grown by 50%, according to a news release.

Wal-Mart said it purchases more than 70% of its produce from U.S.-based suppliers and expects to source about \$400 million in locally grown produce in the U.S. this year.

“Offering local produce has been a Wal-Mart priority for years, and we’re taking it to a new level with a pledge to grow our partnerships with local farmers,” said Pam Kohn, Wal-Mart’s senior vice president and general merchandise manager for grocery in the release. “Increasing the amount of local produce in our grocery aisles — and adding clear locally grown signage — reflects our dedication to offer the freshest products possible at great prices.”

Consumers can go to [www.livebetterindex.com](http://www.livebetterindex.com) to see what locally grown produce is available at Wal-Mart stores in their state.

Wal-Mart features several produce companies as part of a Farmers Market feature on its locally grown Web page, [www.walmart.com/locallygrown](http://www.walmart.com/locallygrown).

### Among the nine featured:

- Ridge Spring, S.C.-based Titan Farms Inc.;
- Glennville, Ga.-based Bland Farms LLC; and
- Willard, Ohio-based Wiers Farm Inc.

The company also mentions among its local sourcing programs Oviedo, Fla.-based Duda Farm Fresh Foods Inc. and a program to introduce cilantro to its Belle Glade, Fla.-based growing operations.

As part of the Florida-grown cilantro program for East Coast stores, Wal-Mart estimated it saves about 250,000 food miles a season.

What exactly is “local” is undefined, however. Nowhere in Wal-Mart’s literature does the company list regions, requirements or parameters for suppliers to meet a local definition.

Austin, Texas-based Whole Foods Market Inc. defines local produce as having traveled less than 7 hours to the distribution center.

The company does say on its locally grown Web site that it has implemented a “**Food Miles Calculator, which allows our buyers to enter information on each supplier and product, determine product pickup locations and select which of our 38 food distribution centers the product will reach.**”

“With this information, the calculator computes the total food miles, which the buyer can use when making buying decisions,” according to the Web site.

Calls to Wal-Mart spokespeople were not returned.

[www.thepacker.com](http://www.thepacker.com)

## La UE eliminará las medidas proteccionistas contra la importación de naranjas de Egipto

La Comisión Europea ha confirmado que ha llegado a un acuerdo en las negociaciones con la República Árabe de Egipto para liberalizar el comercio de productos agrícolas y pesqueros, según informó la Federación de Exportadores de Frutas y Hortalizas (Fepex), entidad que

## PROMPERÚ – Julio de 2008

añadió que dicho acuerdo "es muy negativo para este sector porque se elimina la protección comunitaria para productos como la patata o la cebolla, y se reduce fuertemente para otros como ajo o naranja".

Para productos como naranja, limón, melocotón y ciruela se eliminan los contingentes actualmente en vigor, limitándose la protección comunitaria al respeto de los precios de entrada. En el caso de la naranja se mantiene el precio de entrada reducido del acuerdo en vigor, fijado en 266 euros por tonelada. Los precios de entrada se mantienen para aquellos productos a los que se aplican en la actualidad.

En el caso de la patata y la cebolla que contaban con un contingente de 250.000 toneladas y 15.000 toneladas respectivamente en el acuerdo en vigor, se eliminan los contingentes y todo tipo de protección comunitaria, lo que significa la liberalización total de las exportaciones egipcias a la UE de estas dos hortalizas, con un gran potencial productivo en Egipto.

Ratificación en septiembre



El acuerdo, que debe ser ratificado por el Consejo de Asuntos General de la UE en el mes de septiembre, incluye excepciones para los productos considerados más sensibles. Éstos son tomate, pepino, alcachofa, calabacín, uva de mesa, ajo y fresa. Aunque estos productos son considerados sensibles también se han acordado concesiones, mediante ampliación de los calendarios y los contingentes establecidos.

La situación "será dramática", según Fepex, para productos como la cebolla. Las importaciones comunitarias de Egipto en los tres últimos años se han multiplicado por dos, pasando de 27.550 toneladas en 2005 a 63.627 toneladas en 2007 y "está afectando negativamente" a la situación de los mercados comunitarios", según Fepex.

Fuente: <http://www.levante-emv.com>  
Fecha de publicación: 10/07/2008

## Nuevos logos para las denominaciones europeas

La Comisión Europea aprobó el cambio de color de logotipos que pueden ser incluidos en las etiquetas o envases para diferenciar los productos cuyo nombre está registrado como "denominación de origen protegida" y registrado como "indicación geográfica protegida". El motivo ha sido para evitar la confusión entre los consumidores. El nuevo reglamento entró en vigor el 9 de julio. Sin embargo, los operadores tienen hasta el 1 de mayo de 2010 para su uso, en los envases o etiquetas que se ajusten al anexo V del Reglamento (CE) 1898/2006 aplicable antes de la entrada en vigor de este nuevo reglamento.

## Japón: tendencias de alimentación en julio

Japón se está volviendo aún más ecológico por las eficiencias de las nuevas tecnologías. Historias sobre el dióxido de carbono footprinting, baterías de automóviles ecológicos, la batalla de los yogures, y los productos libres de calorías se encuentran en este número del Japan Food Trends (JFT). JFT comunica sobre la comida japonesa y las tendencias de estilo de vida que espera ayudar a los exportadores de EE.UU. para desarrollar productos y generar ideas de marketing.

[www.freshplaza.com](http://www.freshplaza.com)