

**BOLETIN SECTORIAL II TRIMESTRE  
Abril – Junio 2007**

**1. Evaluación del Sector**

Durante el segundo trimestre del 2007 las exportaciones del Sector Agrario y Agroindustrial mantuvieron la tendencia de crecimiento de los últimos años alcanzando los USD 352 millones de dólares, 9% más que el mismo periodo del año anterior, incremento que se explica por el aumento en las exportaciones de los sectores agrícola (12%) y pecuario (21%), según se muestra en el siguiente cuadro.

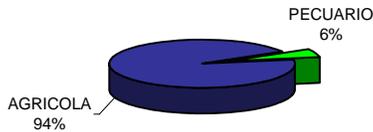
Se observa también en los gráficos N° 1 y N° 2 que el sector agrícola sigue teniendo mayor participación en las exportaciones agrarias, representando el 94% del total exportado, mientras que el sector pecuario es tan sólo el 6%.

**Evolución de las Exportaciones del Sector Agro  
US \$ Millones FOB**

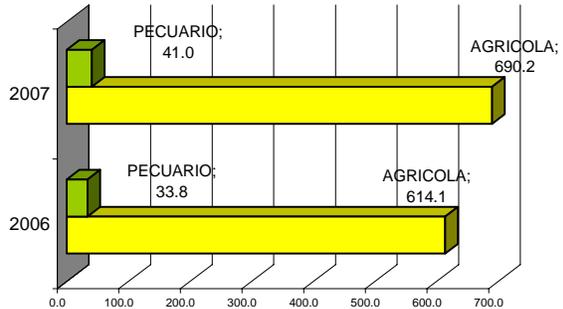
RUBRO	JUNIO				II TRIMESTRE				ENERO - JUNIO			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
AGRICOLA	118.87	132.88	12%	95%	307.89	331.60	8%	94%	614.12	690.16	12%	94%
PECUARIO	5.73	6.92	21%	5%	15.96	20.43	28%	6%	33.83	40.97	21%	6%
<b>TOTAL AGRO</b>	<b>124.60</b>	<b>139.80</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>	<b>323.85</b>	<b>352.02</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>	<b>647.95</b>	<b>731.13</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

**Gráfico N° 1  
Exportaciones Agrarias y Agroindustriales  
(Ene - Jun 2007)**



**Gráfico N° 2  
Evolución de las Exportaciones Agrarias y  
Agroindustriales  
(Ene- Jun)**



### 2. Evaluación según Sub Sectores

Entre Abril y Junio del 2007, las exportaciones agrícolas tradicionales que incluyen al café, algodón y azúcar han sufrido un retroceso de 38% en el valor exportado que se explica básicamente por la disminución de la exportación de café (38%). Sin embargo las exportaciones agrícolas no tradicionales, en el mismo período, se han expandido en un 25% por el crecimiento entre otros productos, de las exportaciones de uvas (119%) espárragos en conserva (66%) y congelados (66%).

En general durante el primer semestre del año, las exportaciones agrícolas tradicionales han sufrido una disminución del 13%, mientras que las no tradicionales han crecido en 20% en relación con el mismo período del año anterior. Siendo el balance del sector agrícola positivo (12%) por la mayor participación de los productos no tradicionales (83% contra 17% de los productos tradicionales).

En el caso de las exportaciones no tradicionales se observa en general un crecimiento más dinámico por la ampliación de áreas de cultivo y el reconocimiento de la calidad del producto peruano en el contexto internacional con lo que se logran precios competitivos para los productos nacionales en los mercados mundiales. Otra ventaja de las frutas y hortalizas frescas que Perú exporta es la “contra estación” que permite llegar a los mercados del hemisferio norte en momento en que no hay producción.

Por su parte, en el comportamiento de las exportaciones pecuarias se observa que ambos sub sectores se han expandido tanto en el trimestre (28%) como en el semestre (21%). El sub sector tradicional experimentó un incremento del 60% en el II trimestre del presente año, mientras que el sub sector pecuario no tradicional creció en 24%. En particular para el primer semestre el crecimiento fue de 59% para las exportaciones pecuarias tradicionales y de 17% para las no tradicionales en comparación con el mismo período del año anterior.

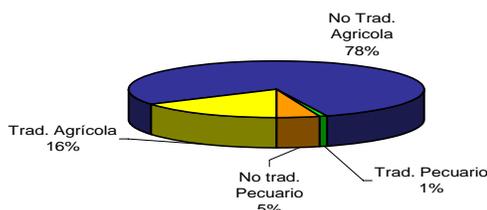
En el gráfico N° 3 se observa que el mayor valor exportado del sector se encuentra en el sub sector agrícola, específicamente en las exportaciones no tradicionales (78%). En segundo lugar se encuentran los productos agrícolas tradicionales (16%) seguidos por las exportaciones pecuarias no tradicionales (5%) y por último las pecuarias tradicionales (1%).

**Evolución de las Exportaciones del Sector Agro**  
US \$ Millones FOB

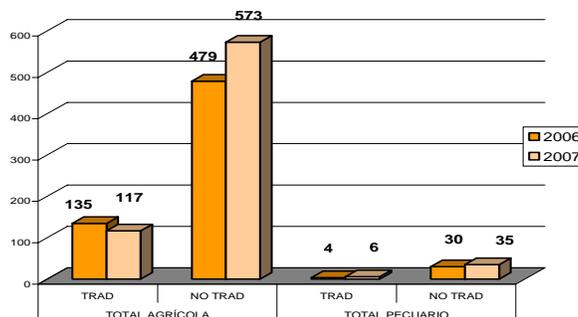
RUBRO	JUNIO				II TRIMESTRE				ENERO - JUNIO			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
<b>AGRICOLA</b>												
TRADICIONAL	42.98	25.28	-41%	19%	83.13	51.17	-38%	15%	135.05	116.86	-13%	17%
NO TRADICIONAL	75.89	107.60	42%	81%	224.76	280.42	25%	85%	479.07	573.30	20%	83%
<b>TOTAL AGRICOLA</b>	<b>118.87</b>	<b>132.88</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>	<b>307.89</b>	<b>331.60</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>	<b>614.12</b>	<b>690.16</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>
<b>PECUARIO</b>												
TRADICIONAL	0.86	0.73	-15%	11%	1.85	2.96	60%	15%	3.62	5.77	59%	14%
NO TRADICIONAL	4.87	6.19	27%	89%	14.12	17.46	24%	85%	30.21	35.19	17%	86%
<b>TOTAL PECUARIO</b>	<b>5.73</b>	<b>6.92</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>	<b>15.96</b>	<b>20.43</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>	<b>33.83</b>	<b>40.97</b>	<b>21%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

**Gráfico N° 3**  
Distribución de las exportaciones  
(Ene- Jun 2007)



**Gráfico N°4**  
Evolución de las exportaciones por Sub sectores  
(Ene- Mar)



### **3. Principales Productos**

Las exportaciones del sector agrario y agroindustrial mantienen en el II trimestre su tendencia creciente de los últimos años, observándose incremento en la mayor parte de los principales productos de exportación.

En el periodo Abril - Junio, los productos con mayor crecimiento fueron las uvas frescas (119%), los espárragos en conserva (66%) y los espárragos congelados (66%).

Las uvas frescas hasta el mes de Junio fueron exportadas por 29 empresas a 31 destinos por un valor de USD 17,8 millones, siendo el principal mercado de este producto Hong Kong con USD 8,7 millones, seguido de Holanda con USD 1,6 millones e Indonesia con USD 1,5 millones.

Las exportaciones de espárragos en conserva han crecido en 66% en el trimestre enviándose a 6 nuevos destinos, con una tasa de crecimiento en el semestre de 72%. El principal mercado de este producto es España con un valor exportado de USD 23,7 millones y una tasa de crecimiento de 82%. Francia y Estados Unidos son el segundo y el tercer país en importancia con 53% y 37% de incremento respectivamente, seguidos de 3 países con un crecimiento más explosivo: Holanda (239%), Bélgica (341%) y Dinamarca (226%).

Por su parte, los espárragos congelados a pesar de su pequeña participación porcentual en las exportaciones (2%), en el primer semestre presentaron un ritmo incremento mayor que algunos de los principales productos (35%), obteniendo el tercer puesto en tasa de variación 06/07. Este producto ha sido exportado a 13 países, siendo el más importante Estados Unidos (USD 5,6 millones) abastecido por 11 empresas. Los siguientes destinos en importancia de valor exportado fueron: España e Italia con USD 3,3 millones y USD 1,6 millones, respectivamente.

El primer producto de exportación en el semestre sigue siendo el café verde, que a pesar de la disminución en el valor exportado (-38%) mantiene su liderazgo con el 16% de participación de las exportaciones. Este decrecimiento estaba previsto por las empresas exportadoras debido a cambios climáticos que ocasionaron menor floración del cultivo.

Para el caso del café verde, Estados Unidos lidera a nuestros compradores con USD 42 millones seguido por Alemania (USD 30,4 millones) y Bélgica (USD 14 millones). España y Suecia presentaron en el semestre las tasas de crecimiento más altas para el café verde en este mercado: 486% y 100% respectivamente. Las exportaciones de este producto a Alemania pasaron de USD 0,4 millones a USD 1,9 millones y a Bélgica de USD 2,8 millones a USD 5,6 millones. Debe resaltarse que el café "orgánico" viene consolidando un crecimiento sostenido que ubica al Perú como el primer productor mundial de dicho producto siendo sus principales mercados Alemania y Estados Unidos.

A pesar del crecimiento del valor exportado sectorial, algunos de los principales productos han presentado decrecimiento en las exportaciones del trimestre con respecto al 2006, como es el caso del mango fresco (-52%) debido a un ligero aumento de la temperatura en los valles piuranos que ocasionó 30% menos de floración. También decayeron las exportaciones de frijol castilla (-24%), hortalizas en conserva (-6%) y mandarinas (-6%).

Como se deslinda del Gráfico N° 5, que se presenta a continuación, durante el segundo trimestre se mantiene la tendencia de los últimos años, existiendo poca diversificación de productos en el sector, concentrándose entre las primeras 5 partidas el 51% del total exportado. Sin embargo debe resaltarse que el agregado semestral mejoró ligeramente donde las 5 primeras partidas concentran el 46% del total exportado. En el Cuadro N° 3 se presenta el ranking de los primeros 20 productos de exportación.

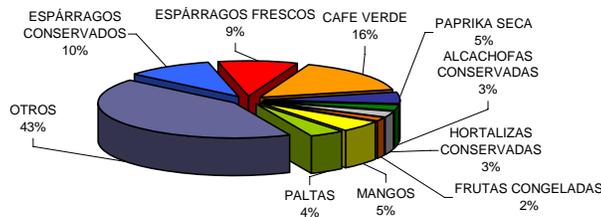
## Evolución de las Exportaciones del Sector Agro US \$ Millones FOB

#	Partida	Descripción	JUNIO				II TRIMESTRE				ENERO - JUNIO			
			2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
1	2005600000	ESPÁRRAGOS CONSERVADOS	8.41	14.35	71%	10%	22.20	36.93	66%	10%	43.23	74.28	72%	10%
2	0709200000	ESPÁRRAGOS FRESCOS	10.75	14.81	38%	11%	25.66	29.97	17%	9%	51.42	69.42	35%	9%
3	0901110000	CAFE VERDE	41.77	24.65	-41%	18%	80.55	49.76	-38%	14%	112.59	113.78	1%	16%
4	0904200000	PAPRIKA TRITURADA	5.79	11.35	96%	8%	19.18	43.21	125%	12%	36.79	38.04	3%	5%
5	2005901000	ALCACHOFAS CONSERVADAS	1.52	3.66	142%	3%	5.92	8.06	36%	2%	15.99	21.70	36%	3%
6	2005909000	HORTALIZAS CONSERVADAS	1.80	2.27	27%	2%	7.88	7.43	-6%	2%	22.04	20.71	-6%	3%
7	0811909000	DEMÁS FRUTAS CONGELADAS	0.86	1.00	16%	1%	3.66	3.54	-3%	1%	11.42	11.22	-2%	2%
8	0804502000	MANGOS FRESCOS	0.00	0.00	78%	0%	0.93	0.45	-52%	0%	48.11	38.59	-20%	5%
9	0804400000	PALTAS FRESCAS	8.26	11.54	40%	8%	22.98	27.81	21%	8%	24.93	30.93	24%	4%
10	0402911000	LECHE EVAPORADA	3.71	4.35	17%	3%	10.35	12.10	17%	3%	22.12	25.39	15%	3%
11	2309909000	ALIMENTO DE ANIMALES, EXCEPTO PERROS Y GATOS	2.35	5.19	121%	4%	8.57	12.57	47%	4%	15.19	21.09	39%	3%
12	0806100000	UVAS FRESCAS	0.00	0.04	45575%	0%	0.18	0.40	119%	0%	16.37	17.76	9%	2%
13	0803001200	BANANAS O PLATANOS FRESCOS	2.09	2.15	3%	2%	6.83	7.21	6%	2%	14.32	15.29	7%	2%
14	0710801000	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	1.34	1.99	49%	1%	4.80	7.99	66%	2%	10.48	14.09	35%	2%
15	1905310000	GALLETAS DULCES	1.88	2.69	43%	2%	5.89	6.52	11%	2%	9.73	11.92	23%	2%
16	0805201000	MANDARINAS	2.61	2.45	-6%	2%	10.00	9.41	-6%	3%	10.48	10.47	0%	1%
17	0713399200	FRIJOL CASTILLA	1.35	0.60	-56%	0%	3.53	2.69	-24%	1%	6.28	6.42	2%	1%
<b>TOTAL PRINCIPALES PRODUCTOS</b>			<b>94.48</b>	<b>103.09</b>	<b>9%</b>	<b>74%</b>	<b>239.12</b>	<b>266.04</b>	<b>11%</b>	<b>76%</b>	<b>471.48</b>	<b>541.10</b>	<b>24%</b>	<b>74%</b>
<b>OTROS</b>			<b>30.11</b>	<b>36.71</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>84.74</b>	<b>85.99</b>	<b>1%</b>	<b>24%</b>	<b>176.47</b>	<b>190.03</b>	<b>-7%</b>	<b>26%</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>124.60</b>	<b>139.80</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>	<b>323.85</b>	<b>352.02</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>	<b>647.95</b>	<b>731.13</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

**Gráfico N° 5**  
**Exportaciones del Sector Agro y Agroindustria**  
**(Ene - Jun 2007)**



#### **4. Principales Mercados**

Se observa para el segundo trimestre del 2007 crecimiento promedio de 8% de las exportaciones a todos los principales mercados, donde Hong Kong, Suecia y México han alcanzado tasas de crecimientos de 194%, 132% y 100% respectivamente. El incremento de las exportaciones a Hong Kong se explica por el mayor valor exportado de uvas frescas de USD 3,1 millones a USD 8,7 millones con una tasa de crecimiento 177%. Del mismo modo otros productos presentaron incremento en valor exportado en este mercado, tal es el caso de los espárragos frescos (653%) y los mucílago de semilla de tara (223%).

Tanto en el II trimestre como en el primer semestre Estados Unidos se mantiene en el primer lugar del ranking exportador con participaciones de 24% y 27% respectivamente y con tasas de crecimiento de 10% y 5% para los períodos en mención. El crecimiento del valor FOB exportado a este destino se explica en parte por el mayor envío de café verde que en el semestre alcanzó el valor de USD 42 millones en comparación a USD 26,6 millones del 2006. También se incrementaron las exportaciones de espárrago fresco (47%) y en conserva (36%) con una exportación conjunta de USD 52,2 millones.

En el trimestre se presentaron disminuciones en el valor exportado a Alemania (-47%), Haití (-15%), Bolivia (-11%) y el Reino Unido (-10%). En el caso de la reducción de las exportaciones del primer semestre al mercado alemán se explican básicamente por la menor exportación de café verde (-40%).

Analizando la exportación por bloques económicos, se observa que el bloque comercial con mayor crecimiento en el semestre fue el asiático (59%), siendo Japón el principal destino del bloque con USD 13 millones, seguido por Hong Kong con USD 11 millones. Sin embargo, Hong Kong presenta la mayor tasa de crecimiento de exportaciones con 180%, seguido por Singapur (113%) e Indonesia (94%).

La Unión Europea sigue siendo el principal destino de nuestras exportaciones, concentrando el 44% del valor FOB exportado, mientras que el NAFTA representa el 30% del mercado peruano de productos agrarios y agroindustriales. Ambos bloques representan en conjunto cerca del 74% del mercado de exportación peruano, como se puede observar en el Gráfico N° 6.

En el siguiente cuadro se presenta el ranking de mercados de exportación, siendo los 20 principales países destino de nuestras exportaciones el 90% del mercado de productos peruanos.

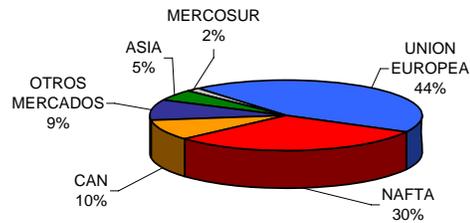
### Evolución de las Exportaciones del Sector Agro US \$ Millones FOB

PAÍS	JUNIO				II TRIMESTRE				ENERO - JUNIO			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
1 ESTADOS UNIDOS	28.47	35.25	24%	25%	77.27	84.61	10%	24%	189.91	199.87	5%	27%
2 ESPAÑA	12.26	19.15	56%	14%	34.29	46.23	35%	13%	71.84	87.37	22%	12%
3 PAISES BAJOS	8.64	12.49	44%	9%	23.60	32.57	38%	9%	57.47	68.77	20%	9%
4 ALEMANIA	21.88	11.01	-50%	8%	46.69	24.84	-47%	7%	62.69	48.65	-22%	7%
5 FRANCIA	6.40	7.77	21%	6%	18.42	20.21	10%	6%	33.20	38.33	15%	5%
6 REINO UNIDO	7.12	6.05	-15%	4%	18.57	16.67	-10%	5%	30.73	31.62	3%	4%
7 ECUADOR	3.58	5.19	45%	4%	11.82	15.97	35%	5%	22.87	29.30	28%	4%
8 BELGICA	6.38	7.17	12%	5%	9.82	11.00	12%	3%	15.84	23.08	46%	3%
9 COLOMBIA	2.57	5.06	97%	4%	9.38	11.07	18%	3%	17.30	19.92	15%	3%
10 HAITI	2.28	1.93	-15%	1%	7.05	6.00	-15%	2%	14.65	14.16	-3%	2%
11 JAPON	2.21	2.37	7%	2%	5.49	6.74	23%	2%	9.88	13.09	32%	2%
12 CHILE	2.00	2.15	8%	2%	5.30	6.40	21%	2%	10.86	12.89	19%	2%
13 CANADA	2.14	2.25	5%	2%	5.69	6.13	8%	2%	10.89	11.43	5%	2%
14 MEXICO	1.50	2.07	38%	1%	3.36	6.72	100%	2%	6.19	10.72	73%	1%
15 BOLIVIA	2.35	2.25	-4%	2%	6.15	5.48	-11%	2%	11.30	10.68	-5%	1%
16 VENEZUELA	1.43	1.09	-24%	1%	4.29	4.81	12%	1%	7.83	10.25	31%	1%
17 BRASIL	1.50	1.60	7%	1%	3.44	4.18	21%	1%	6.25	8.47	36%	1%
18 HONG KONG	0.39	1.02	164%	1%	0.50	1.46	194%	0%	3.88	7.91	104%	1%
19 ITALIA	0.67	1.21	82%	1%	3.08	3.80	24%	1%	6.86	7.50	9%	1%
20 SUECIA	0.92	2.16	134%	2%	2.10	4.87	132%	1%	3.77	7.31	94%	1%
<b>TOTAL 20 PAISES</b>	<b>114.66</b>	<b>129.25</b>	<b>13%</b>	<b>92%</b>	<b>296.32</b>	<b>319.78</b>	<b>8%</b>	<b>91%</b>	<b>594.22</b>	<b>661.33</b>	<b>11%</b>	<b>90%</b>
<b>OTROS</b>	<b>9.93</b>	<b>10.55</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>27.54</b>	<b>32.24</b>	<b>17%</b>	<b>9%</b>	<b>53.73</b>	<b>69.80</b>	<b>30%</b>	<b>10%</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>124.60</b>	<b>139.80</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>	<b>323.85</b>	<b>352.02</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>	<b>647.95</b>	<b>731.13</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

Gráfico N° 6  
Destinos de las exportaciones Sector Agro y Agroindustria  
(Ene - Jun 2007)



**5. Principales Productos por Mercado**

En el cuadro N° 5 se presentan los principales productos de exportación por principales mercados, observándose que las frutas y hortalizas frescas se envían principalmente a Europa y Estados Unidos, mientras que la leche evaporada (USD 25,4 millones), alimento de animales (USD 21,1 millones) y galletas dulces (USD 11,9 millones) se destinan a América Latina.

**Evolución de las Exportaciones del Sector Agro  
Porcentaje de participación por producto y mercado  
II Trimestre 2007**

#	Partida	Producto	Millones USD	PAIS1	PAIS2	PAIS3	PAIS4	PAIS5
1	2005600000	ESPÁRRAGOS CONSERVADOS	74.28	ESPAÑA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA	PAISES BAJOS
				23.72	18.89	12.86	5.84	4.39
2	0709200000	ESPÁRRAGOS FRESCOS	69.42	ESTADOS UNIDOS	PAISES BAJOS	REINO UNIDO	ESPAÑA	AUSTRALIA
				38.38	10.47	7.22	5.62	1.81
3	0901110000	CAFÉ VERDE**	63.63	ESTADOS UNIDOS	ALEMANIA	BELGICA	FRANCIA	SUECIA
				28.75	13.29	8.52	2.00	1.77
4	0901119000	CAFÉ VERDE**	50.15	ALEMANIA	ESTADOS UNIDOS	BELGICA	SUECIA	PAISES BAJOS
				17.10	13.28	6.03	3.82	3.30
5	0804502000	MANGOS FRESCOS	38.59	ESTADOS UNIDOS	PAISES BAJOS	REINO UNIDO	ESPAÑA	CANADA
				17.36	12.35	3.85	1.83	1.30
6	0804400000	PALTAS FRESCAS	30.93	PAISES BAJOS	ESPAÑA	REINO UNIDO	FRANCIA	CANADA
				11.98	9.80	5.52	2.40	0.58
7	0402911000	LECHE EVAPORADA	25.39	HAITI	NIGERIA	TRINIDAD Y TOBAGO	GAMBIA	BOLIVIA
				8.44	3.07	2.71	1.44	1.44
8	2309909000	ALIMENTO DE ANIMALES, EXCEP PERROS Y GATOS	21.09	COLOMBIA	ECUADOR	HONDURAS	GUATEMALA	COSTA RICA
				9.61	5.16	4.27	0.67	0.54
9	0904201010	PAPRIKA ENTERA	19.07	ESPAÑA	MEXICO	ESTADOS UNIDOS	BRASIL	GUATEMALA
				9.42	4.11	3.78	0.93	0.27
10	0806100000	UVAS FRESCAS	17.76	HONG KONG	PAISES BAJOS	INDONESIA	ESTADOS UNIDOS	CHINA
				5.76	1.62	1.58	1.42	1.41
11	0803001200	BANANAS O PLATANOS FRESCOS	15.29	PAISES BAJOS	ESTADOS UNIDOS	JAPON	BELGICA	ALEMANIA
				5.52	4.57	2.00	1.86	1.32
12	0710801000	ESPÁRRAGOS CONGELADOS	14.09	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	ITALIA	JAPON	REINO UNIDO
				5.56	3.34	1.59	0.79	0.75
13	2005901000	ALCACHOFAS CONSERVADAS**	13.71	ESTADOS UNIDOS	FRANCIA	ESPAÑA	ALEMANIA	PAISES BAJOS
				6.02	3.00	2.98	0.53	0.48
14	2005909000	HORTALIZAS CONSERVADAS	13.46	ESPAÑA	ESTADOS UNIDOS	CANADA	REINO UNIDO	PUERTO RICO
				9.97	2.10	0.36	0.19	0.17
15	0904200000	PÁPRIKA SECA	13.24	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	MEXICO	BRASIL	POLONIA
				6.34	2.71	2.09	0.90	0.28
16	1905310000	GALLETAS DULCES	11.92	ECUADOR	COLOMBIA	HAITI	BOLIVIA	REPUBLICA DOMINICANA
				3.38	3.30	2.46	1.95	0.35
17	0805201000	MANDARINAS	10.47	REINO UNIDO	ESTADOS UNIDOS	CANADA	PAISES BAJOS	IRLANDA (EIRE)
				2.83	2.36	2.22	1.52	0.65
18	0811909000	FRUTAS CONGELADAS	8.13	ESTADOS UNIDOS	JAPON	PAISES BAJOS	REINO UNIDO	CANADA
				2.34	1.94	1.18	0.80	0.65
19	2005991000	ALCACHOFAS CONSERVADAS**	7.99	ESTADOS UNIDOS	ESPAÑA	FRANCIA	ALEMANIA	PAISES BAJOS
				2.90	2.34	2.10	0.19	0.18
20	0713399200	FRIJOL CASTILLA	6.42	PORTUGAL	ESTADOS UNIDOS	REINO UNIDO	ARABIA SAUDITA	CANADA
				1.49	0.83	0.63	0.38	0.36

(\*) Partida según arancel 202

(\*\*) Partida según arancel 2007

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

## **6. Exportaciones por Empresas**

Para el segundo trimestre se observa que el liderazgo lo tiene la empresa Camposol con una participación de 6% en las exportaciones del sector y un valor exportado de USD 21,8 millones. Este liderazgo se da a pesar de un decrecimiento de -10% en sus exportaciones en comparación con el segundo trimestre del año pasado, explicado principalmente por la caída del valor exportado de paltas (-34%) y de alcachofas (-31%). En el semestre la segunda empresa del ranking exportador es Sociedad Agrícola Virú (USD 15,3 millones) y en tercer lugar se encuentra Alicorp, empresa dedicada a los alimentos procesados.

Cabe resaltar que las tasas de crecimiento más elevadas del periodo las presentaron: Gandules, IQF del Perú y Danper Trujillo con crecimientos de 95%, 72% y 71% respectivamente.

En el periodo las empresas cafetaleras presentan retrocesos en las exportaciones, tal es el caso de Perales Huancaruna (-61%) y COCLA (-23%) que se explica por la disminución de la exportación de café.

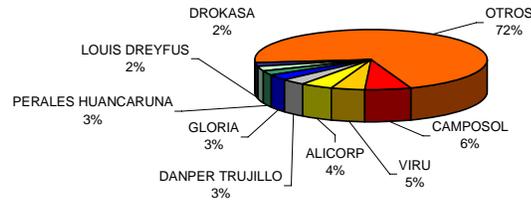
En el semestre se observa que de las 5 empresas con mayor valor exportado 3 son de frutas y hortalizas (Camposol, Sociedad Agrícola Virú y Danper Trujillo). En promedio las 20 empresas más representativas del sector agrario tuvieron un crecimiento del 23% para el primer semestre gracias a los incrementos de las exportaciones de frutas y hortalizas que compensaron la caída de la exportación de café verde. Debe resaltarse que estas 20 empresas tienen una participación del 45% en el total exportado.

## Evolución de las Exportaciones del Sector Agro US \$ Millones FOB

#	RUC	Empresa	JUNIO				II TRIMESTRE				ENERO - JUNIO			
			2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
1	20340584237	CAMPOSOL S.A.	8.77	9.84	12%	7%	24.26	21.80	-10%	6%	44.20	46.92	6%	6%
2	20373860736	SOCIEDAD AGRICOLA VIRU S.A.	3.71	5.63	52%	4%	11.40	15.36	35%	4%	25.54	35.23	38%	5%
3	20100055237	ALICORP SAA	4.33	7.14	65%	5%	14.37	18.94	32%	5%	25.00	32.35	29%	4%
4	20170040938	DANPER TRUJILLO S.A.C.	2.29	5.19	127%	4%	7.46	12.80	71%	4%	16.33	24.47	50%	3%
5	20100190797	GLORIA S A	3.03	3.62	20%	3%	8.26	10.02	21%	3%	18.26	21.94	20%	3%
6	20131495006	PERALES HUANCARUNA S.A.C.	11.05	4.41	-60%	3%	24.06	9.37	-61%	3%	30.71	18.63	-39%	3%
7	20325117835	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	1.93	2.83	47%	2%	4.72	7.01	49%	2%	10.86	17.08	57%	2%
8	20415077565	LOUIS DREYFUS PERU S.A.	0.00	0.00	-	0%	0.00	0.65	-	0%	1.61	15.38	857%	2%
9	20258505213	COMERCIO & CIA S.A	4.89	2.84	-42%	2%	6.32	6.23	-1%	2%	10.43	13.69	31%	2%
10	20500985322	MACHU PICCHU COFFEE TRADING S.A.C.	3.37	2.82	-16%	2%	7.19	9.59	33%	3%	9.65	12.37	28%	2%
11	20100032709	I Q F DEL PERU SA	1.03	1.74	68%	1%	4.07	7.00	72%	2%	9.57	11.53	20%	2%
12	20104420282	AGROINDUSTRIAS AIB S.A	1.21	1.68	39%	1%	4.23	5.20	23%	1%	9.51	10.74	13%	1%
13	20100164010	KRAFT FOODS PERU S.A.	1.89	2.00	5%	1%	5.87	6.32	8%	2%	9.98	10.42	4%	1%
14	20255322363	CORPORACION MISKI S.A.	1.13	2.16	91%	2%	4.44	6.72	51%	2%	9.74	9.95	2%	1%
15	20297939131	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	0.66	0.38	-41%	0%	1.58	1.13	-29%	0%	5.79	9.16	58%	1%
16	20136201213	CENTRAL DE COOPERATIVAS AGRARIAS CAFETAL ERAS COCLA LTDA. 281	2.95	2.66	-10%	2%	5.16	3.96	-23%	1%	8.12	8.45	4%	1%
17	20397680038	GREEN PERU S.A	0.55	1.18	114%	1%	2.32	3.59	55%	1%	4.91	8.36	70%	1%
18	20502102436	CORPORACION PERUANA DE DESARROLLO BANANERO S.A.C.	1.14	1.29	13%	1%	3.99	4.00	0%	1%	8.22	8.27	1%	1%
19	20504004415	GANDULES INC SAC	0.48	1.02	113%	1%	2.08	4.05	95%	1%	4.86	8.14	67%	1%
20	20451899881	PROCESADORA LARAN SAC	1.40	1.77	26%	1%	4.76	5.34	12%	2%	5.55	7.70	39%	1%
<b>SUB TOTAL</b>			<b>55.81</b>	<b>60.20</b>	<b>8%</b>	<b>43%</b>	<b>146.54</b>	<b>159.07</b>	<b>9%</b>	<b>45%</b>	<b>268.83</b>	<b>330.78</b>	<b>23%</b>	<b>45%</b>
OTRAS EMPRESAS			68.79	79.60	16%	57%	177.31	192.96	9%	55%	379.12	400.35	6%	55%
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>124.60</b>	<b>139.80</b>	<b>12%</b>	<b>100%</b>	<b>323.85</b>	<b>352.02</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>	<b>647.95</b>	<b>731.13</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT  
Elaboración: PROMPERU

**Gráfico Nº 7**  
**Principales empresas exportadoras**  
**(Ene- Jun 2007)**



## 7. Información del Sector



### **Tabernero en el Fancy Food Show de New York** **Fecha 21/7/2005 9:37:12 | Tema: ESPECTACULOS**



Entre el 10 y 12 de julio, en Manhattan New York, Bodegas y Viñedos Tabernero se presentó primera vez en la feria de alimentos gourmet más importante del mundo: el Fancy Food Show, donde nuestro país participa por cuarto año consecutivo.

Este evento, promovido por Promperu y en el que participó Tabernero, sirvió para que se exhiban productos de bandera de primera calidad, capaces de penetrar o consolidar su presencia en un mercado con amplias oportunidades de desarrollo.

Vinos, piscos y champagnes fueron los productos que Tabernero presentó en el Fancy Food Show, siendo la empresa en su ramo participante de dicho evento con un Stand exclusivo.

El Fancy Food Show, es un evento que representa enormes oportunidades para Tabernero ya que los visitantes son importantes profesionales del ambiente alimenticio, responsables de compra, capaces de hacer que un producto ingrese a cadenas de distribución muy importantes como hoteles, restaurantes, supermercados, entre otros.

La feria tuvo gran acogida recibiendo a más de 22 mil personas relacionadas a la industria de alimentos gourmet de Estados Unidos y del mundo.

Según estimaciones del Fancy Food Show, las ventas obtenidas fueron de US \$ 3?850,000.

Fuente: [www.rpp.com.pe](http://www.rpp.com.pe)

Mayor información de la participación de las 14 empresas peruanas en Summer Fancy Food Show en la siguiente dirección electrónica: <http://export.promperu.gob.pe/fancyfood/>

### **Productos peruanos destacan en Feria ANUGA de Alemania**

#### **Nota Informativa 665-07**

Una destacada participación tuvo el Perú en la Feria Agroalimentaria ANUGA de Colonia, en Alemania, en la que presentó una variada oferta de productos, especialmente en espárragos, alcachofas y pimientos en conservas; frutas; hortalizas; pulpas congeladas y granos andinos orgánicos.

Los productos peruanos, representados por 22 empresas, fueron exhibidos en tres stands en los pabellones de Fine Food, Productos Orgánicos y Congelados, y destacaron por sus altos estándares de calidad.

La participación de nuestro país en este importante evento fue organizada por Promperú en coordinación con la Cámara de Comercio Peruana-Alemana y contó con el apoyo de la Embajada del Perú en Alemania.

Lima, 17 de octubre de 2007

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores



### **MERCADO DE FLORES** **Mercado de la Unión Europea II.** **21 de setiembre de 2007**

Kenia es el principal proveedor de flores del mercado de la Unión Europea abasteciendo en 2006 el 39.9% del volumen total de compras extracomunitarias. En segunda ubicación, se posiciona Colombia (15.9%), país que ha evidenciado un rápido crecimiento en los últimos años (tasa de crecimiento anual de 9.8% entre 2002 y 2006) con envíos compuestos principalmente de claveles al Reino Unido. Le siguen Ecuador y Israel con participaciones de 12.8% y 10.0%, respectivamente.

Por su parte, los envíos peruanos apenas representaron el 0.4% de las adquisiciones extracomunitarias, concentrándose principalmente en Italia (66.1% del total enviado en 2006) y en los Países Bajos (33.1%). Sin embargo, los envíos a este último país han registrado la mayor dinámica en los últimos cinco años, al crecer a una tasa anual promedio de 96.3%, muy por encima del promedio total de los envíos peruanos hacia el bloque europeo (8.8%).

### **MERCADO DE NUECES DEL BRASIL** **Oferta y Demanda Mundial** **26 de octubre de 2007**

Según información de la FAO, la producción mundial de nueces del Brasil fluctúa entre las 71 mil y 75 mil TM anuales, colocando a Bolivia como el productor más representativo con alrededor de 38 mil TM, seguido de Brasil (30 mil TM) y Costa de Marfil (5.2 mil TM). Por su parte, el Perú reporta alrededor de 590 TM, esta última cifra dista con la proporcionada por el MINAG-Madre de Dios, que en el año 2006 superó las 4 mil TM.

En términos monetarios, Bolivia, Brasil y Perú mueven en conjunto alrededor del 78% de un comercio internacional que en 2006 estuvo representado por aproximadamente US\$ 231 millones (más de 40 mil TM). Por el lado de la demanda, esta es guiada por países desarrollados, de los cuales EE.UU. es el mercado más representativo con importaciones que bordean el 36% del total mundial, seguido por Reino Unido (24%), Alemania (8%), Italia (5%), Países Bajos (5%), entre otros.

.....

**MERCADO DE LA MANDARINA**  
**Mandarina peruana en el Mundo**  
**23 de noviembre de 2007**

Las oportunidades de crecimiento son alentadoras para la mandarina peruana, y es que a la creciente demanda de países europeos se suma la apertura del mercado estadounidense, plazas a las que la oferta peruana está respondiendo positivamente respaldándose en inversiones que buscan mejorar las técnicas de cultivo y cosecha, así como cumplir con exigencias fitosanitarias y de tratamiento en frío.

La exportación peruana de mandarinas está en aumento, pasando de apenas 1,587 TM en 2000 a 33.9 mil TM en 2006, tendencia que sigue acentuándose si se considera que en los primeros diez meses de 2007 ya se superó lo exportado durante todo el año 2006, al sumar más de 37.2 mil TM. Orientada básicamente a países del hemisferio norte, la mandarina peruana tiene la ventaja de estar disponible en gran parte del año (febrero- noviembre), aprovechando así ventanas comerciales que dejan los productores locales y/o abastecedores del mismo hemisferio.