

**BOLETIN SECTORIAL IV TRIMESTRE
Octubre – Diciembre 2007**

1. Evaluación del Sector

Durante el año 2007 las exportaciones del Sector Agrario y Agroindustrial confirmaron el crecimiento experimentado los últimos años alcanzando la cifra de 1,963 millones de dólares, 9% más que el año anterior, incremento que se explica por el aumento en las exportaciones de los sectores agrícola (9%) y pecuario (22%), según se muestra en el siguiente cuadro.

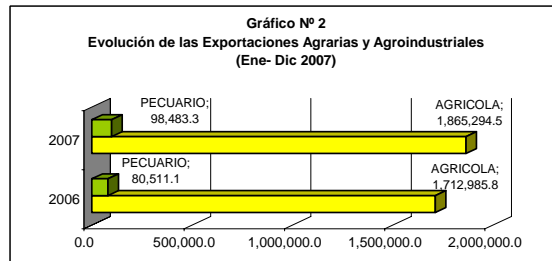
Se observa también en los gráficos N° 1 y N° 2 que el sector agrícola sigue teniendo mayor participación en las exportaciones agrarias, representando el 95% del total exportado, mientras que el sector pecuario es tan sólo el 5%, lo que en valores implican montos de 1,865 y 98 millones de dólares respectivamente para cada sector.

**1. Evaluación del Sector
Evolucion de las Exportaciones del Sector Agro
FOB en Miles de US\$**

SECTOR	DICIEMBRE				IV TRIMESTRE				ENERO - DICIEMBRE			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
AGRICOLA	199,106.9	229,592.2	15%	97%	618,618.9	609,836.9	-1%	96%	1,712,985.8	1,865,294.5	9%	95%
PECUARIO	7,729.2	7,900.6	2%	3%	26,215.4	25,764.3	-2%	4%	80,511.1	98,483.3	22%	5%
TOTAL AGRO	206,836.1	237,492.9	15%	100%	644,834.3	635,601.2	-1%	100%	1,793,496.9	1,963,777.8	9%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU



2. Evaluación según Sub Sectores

Entre Enero y Diciembre del 2007, las exportaciones agrícolas tradicionales entre las que se incluyen al café, algodón y azúcar han sufrido un retroceso de 20% en el valor exportado ratificado lo que ha venido sucediendo a lo largo del año y que también se observa en el IV trimestre del año con una caída del 34%. Esta fuerte reducción se debe básicamente, a pesar que los 3 productos tuvieron crecimientos negativos, a la menor exportación de café que paso de valores de 515 hasta 427 millones de dólares del año 2006 al 2007. Contrastando esta realidad se encuentran las exportaciones agrícolas no tradicionales las cuales presentan crecimientos dinámicos, prosiguiendo así con el crecimiento mostrado en los últimos períodos con un 23% para el año 2007, destacando las tasas que presentaron la partida por la cual se exportan hortalizas y frutas conservadas en vinagre (64%), principalmente los espárragos y alcachofas, y los espárragos conservados (49%).

Resumiendo, durante el año, las exportaciones agrícolas tradicionales han sufrido una disminución del 20%, mientras que las no tradicionales han crecido en 23% en relación con el año anterior. De esta forma el balance del sector agrícola ha sido positivo (crecimiento del 9%) a causa de la mayor participación de los productos no tradicionales en nuestras exportaciones (76% contra 24% de los productos tradicionales).

En el caso de las exportaciones no tradicionales se observa un crecimiento más dinámico por la ampliación de áreas de cultivo, productos de la expansión que vive nuestra economía, 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, lo que hace altamente interesante este rubro. 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 y su gran variedad por lo que tiene la posibilidad de entrar a distintos mercados que poseen gustos disímiles.

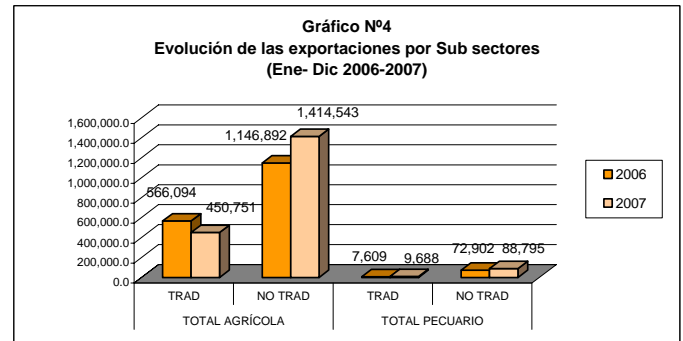
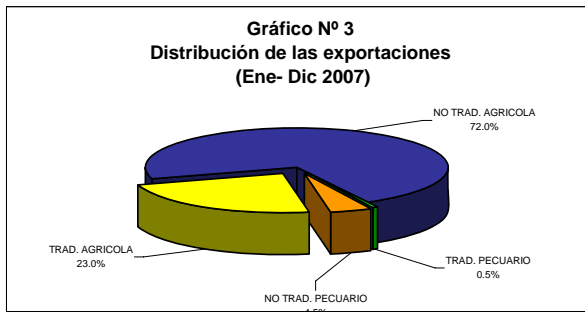
Por otra parte, en el comportamiento de las exportaciones pecuarias se observa que ambos sub sectores han experimentado expansiones en el presente año en promedio de 22% a pesar de que en el último trimestre se sufrió un revés promedio de 2%. El sub sector tradicional experimentó una caída del 7% en el IV trimestre del presente año, mientras que en el sub sector pecuario no tradicional fu tan solo de 1%. En particular para el año 2007 el crecimiento fue de 27% para las exportaciones pecuarias tradicionales y de 22% para las no tradicionales en comparación con el 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 (72.0%). En segundo lugar se encuentran los productos agrícolas tradicionales (23.0%) seguidos por las exportaciones pecuarias no tradicionales (4.5%) y por último las pecuarias tradicionales (0.5%).

2. Evaluación según Sub Sectores Evolución de las Exportaciones del Sector Agro FOB en Miles de US\$

SECTOR	DICIEMBRE				IV TRIMESTRE				ENERO - DICIEMBRE			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
AGRICOLA												
TRADICIONAL	63,215.9	46,926.5	-26%	20%	233,828.7	155,417.9	-34%	25%	566,093.7	450,751.0	-20%	24%
NO TRADICIONAL	135,891.1	182,665.7	34%	80%	384,790.2	454,419.0	18%	75%	1,146,892.1	1,414,543.5	23%	76%
TOTAL AGRICO	199,106.9	229,592.2	15%	100%	618,618.9	609,836.9	-1%	100%	1,712,985.8	1,865,294.5	9%	100%
PECUARIO												
TRADICIONAL	963.1	522.4	-46%	7%	1,985.8	1,837.8	-7%	7%	7,609.2	9,688.1	27%	10%
NO TRADICIONAL	6,766.1	7,378.2	9%	93%	24,229.6	23,926.5	-1%	93%	72,901.9	88,795.3	22%	90%
TOTAL PECUARIO	7,729.2	7,900.6	2%	100%	26,215.4	25,764.3	-2%	100%	80,511.1	98,483.3	22%	100%

Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERU



3. Principales Productos

Las exportaciones del sector agrario y agroindustrial mantuvieron este año la marcada tendencia creciente de los últimos años, observándose incrementos en la mayor parte de los principales productos de exportación, destacándose productos tales como las conservas de frutas y hortalizas en vinagre, las conservas de espárragos y cebollas y chalotes con crecimientos del 64%, 49% y 30% respectivamente.

Las frutas y hortalizas conservadas en vinagre han sido exportadas durante el presente año por medio de 23 empresas a 18 países por un valor total de 18.4 millones de dólares, siendo su principal mercado por lejos Estados Unidos con USD 12.8 millones, seguido por Alemania con USD 1.9 millones y España con 1.1 millones, siendo la empresa Sociedad Agrícola Virú la empresa líder del mercado con ventas por la cantidad de USD 8.4 millones.

Las exportaciones de espárragos en conserva han crecido en 49% durante el año 2007 y se han dirigido a 10 nuevos destinos, con una tasa de crecimiento en el último trimestre de 8%. El principal mercado de este producto es España con un valor exportado de USD 56,1 millones y una tasa de crecimiento de 91,2%. Francia y Estados Unidos son el segundo y el tercer país en importancia con 39,8% y -8% de incremento respectivamente, siendo los países con tasas de crecimiento más explosivas: Alemania (204%), Portugal (149%) y Bélgica (103%).

No menos importante es el crecimiento de las cebollas y chalotes que en el transcurso del año obtuvieron un 30% de incremento y a pesar de que cayeron en el último trimestre en 8% (con respecto al mismo trimestre del 2007) y que solamente cuenta con una participación de 1,14% de las exportaciones son productos que debemos tener en cuenta ya que se observa un comportamiento promisorio. Este producto ha sido exportado a 18 países, siendo su mercado muy concentrado en su principal importador Estados Unidos (USD 19,2 millones) siendo abastecido por 61 empresas donde ninguna de ellas pasa los USD 2 millones en exportación por lo cual podemos deducir que existe una competencia bastante pareja entre ellas. Los siguientes destinos en importancia de valor exportado fueron: Chile y España con USD 1,4 millones y USD 0,4 millones respectivamente.

El primer producto de exportación para el año 2007 fue, a pesar de su caída, el café en grano verde, que llegó a los USD 426,7 millones, manteniendo su liderazgo con el 21,7% de participación de las exportaciones. Alemania lidera a nuestros compradores con USD 134,6 millones seguido por Estados Unidos (USD 125,1 millones) y Bélgica (USD 39 millones).

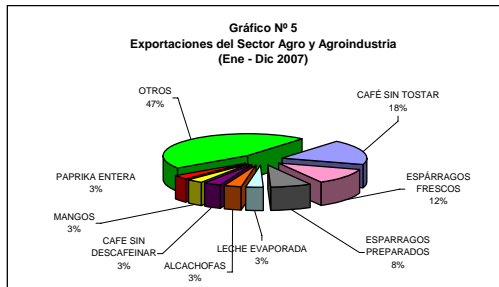
En general a lo largo del año se confirmó el crecimiento continuo que mantiene nuestro sector a tasas de 19% para los principales 20 productos a pesar que en el resto de partidas se presentó una caída del 9% dando como resultante un saldo positivo para el sector agrícola del 9% lo cual no indica que nos estamos probablemente focalizando demasiado en algunos productos. Pocos de los productos tuvieron una caída en su exportación, como fue el caso del azúcar de caña (-56%), sin embargo esto no se debió a un circunstancia adversa sino lo contrario, al tener precios más atractivos en el mercado nacional se decidió hacer menos envíos y comercializar el producto en el mercado interno. Cabe destacar que hay algunas partidas que podemos observar en el Cuadro N° 3 en las que no se indican algunos porcentajes porque debido al cambio de partidas arancelarias en el presente año no tenemos partidas iguales en los años anteriores.

Como se deslinda del Gráfico N° 5, que se presenta a continuación, durante el año 2007 se mantiene la tendencia de los últimos años, existiendo poca diversificación de productos en el sector, sin embargo se está observando una diversificación paulatina ya que a pesar que en las primeras 5 partidas se encuentran concentradas el 44% del total exportado si lo comparamos con el hubo una mejoría ya que a dicha fecha se concentraban cerca del 52% de las exportaciones en las mismas partidas. En el Cuadro N° 3 se presenta el ranking de los primeros 20 productos de exportación.

3. Principales Productos según Sectores Principales Productos de Exportación del Sector Agro (FOB en Miles de US\$)

Partida	Descripción	DICIEMBRE				IV TRIMESTRE				ENERO - DICIEMBRE			
		2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
0901119000	CAFÉ SIN TOSTAR, S	-	46,720.0	-.-	20%	-	143,906.0	-.-	23%	-	363,135.7	-.-	18.49%
0709200000	ESPÁRRAGOS FRESC	26,508.1	29,482.8	11%	12%	75,001.7	87,324.0	16%	14%	187,350.4	235,747.2	26%	12.00%
2005600000	ESPÁRRAGOS PREPA	12,545.8	23,138.0	84%	10%	37,614.8	49,250.8	31%	8%	104,544.4	155,998.6	49%	7.94%
0402911000	LECHE EVAPORADA	3,986.3	4,847.2	22%	2%	17,258.7	17,304.6	0%	3%	51,388.5	65,149.4	27%	3.32%
2005991000	ALCACHOFAS (ALCA	-	13,236.5	-.-	6%	-	36,347.8	-.-	6%	66,012.4	64,250.2	-.-	3.27%
0901110000	CAFÉ SIN DESCAFEIN	54,660.1	-	-100%	0%	215,126.5	0.0	-100%	0%	514,917.8	63,629.3	-88%	3.24%
0804502000	MANGOS Y MANGOS	8,891.5	19,802.9	123%	8%	10,976.1	24,916.8	127%	4%	59,096.6	63,334.2	7%	3.23%
0904201010	PAPRIKA ENTERA	-	4,813.2	-.-	2%	-	14,508.2	-.-	2%	-	56,023.1	-.-	2.85%
0806100000	UVAS FRESCAS	19,365.8	21,382.2	10%	9%	34,577.9	33,128.2	-4%	5%	50,932.4	54,525.1	7%	2.78%
0804400000	AGUACATES (PALTAS	80.9	130.0	61%	0%	84.1	200.1	138%	0%	38,792.7	47,342.8	22%	2.41%
2309909000	LAS DEMÁS PREPAR	3,165.8	4,024.1	27%	2%	8,511.9	12,143.4	43%	2%	35,118.0	45,457.9	29%	2.31%
0803001200	BANANAS O PLATAN	1,794.5	3,085.3	72%	1%	5,924.7	8,713.2	47%	1%	26,542.4	31,241.5	18%	1.59%
2005992000	PIMIENTO PIQUILLO (-	4,800.8	-.-	2%	-	13,917.4	-.-	2%	-	30,804.9	-.-	1.57%
0710901000	ESPÁRRAGOS COCID	3,402.0	4,323.6	27%	2%	12,536.6	11,997.3	-4%	2%	26,652.5	30,376.2	14%	1.55%
1905310000	GALLETAS DULCES (1,567.1	2,534.3	62%	1%	6,071.4	6,555.9	8%	1%	20,460.0	24,655.6	21%	1.26%
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOT	2,718.0	3,741.0	38%	2%	12,434.0	11,391.8	-8%	2%	17,211.5	22,358.5	30%	1.14%
1701119000	LOS DEMÁS AZÚCAR	7,962.6	-	-100%	0%	16,304.2	10,220.1	-37%	2%	42,978.9	18,771.7	-56%	0.96%
2001909000	LOS DEMÁS HORTAL	1,376.6	2,152.8	56%	1%	4,375.0	7,328.4	68%	1%	11,234.6	18,405.8	64%	0.94%
1804001200	MANTECA, GRASA Y	-	1,143.3	-.-	0%	-	4,110.2	-.-	1%	-	17,752.1	-.-	0.90%
0805201000	MANDARINAS (INCLU	-	-	-.-	0%	283.9	140.0	-51%	0%	14,663.6	16,792.4	15%	0.86%
SUB TOTAL 20 PRINC. PARTIDAS		148,025.2	189,357.9	28%	80%	457,081.6	493,404.0	8%	78%	1,201,884.5	1,425,752.1	19%	73%
RESTO PARTIDAS		58,811.0	48,135.0	-18%	20%	187,752.7	142,197.2	-24%	22%	591,612.4	538,025.7	-9%	27%
TOTAL AGRICOLA		206,836.1	237,492.9	15%	100%	644,834.3	635,601.2	-1%	100%	1,793,496.9	1,963,777.8	9%	100%

Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERU



4. Principales Mercados

Se observa que para el 2007 obtuvimos un crecimiento promedio de 9% en las exportaciones a nuestros principales mercados, donde Hong Kong, Venezuela y México han alcanzado tasas de crecimientos de 98%, 50% y 47% respectivamente. El incremento de las exportaciones a Hong Kong se explica debido a que los 3 productos más exportados a este país han tenido aumentos significativos, sin embargo el producto que más influenció esto fueron las uvas frescas que pasaron de USD 5,1 millones a casi USD 10 millones lo que implica una tasa de crecimiento de 96,2%. Los otros 2 productos mencionados son las pecanas enteras (91,6%) y los mucílago de semilla de tara (151,3%).

Estados Unidos sigue colocado en el primer lugar de nuestro ranking 2007 como destino de exportación con una participación de 32% y una tasa de crecimiento del 8% en relación al año 2006. El crecimiento del valor FOB exportado a este destino fue impulsado en gran medida por el mayor envío de espárragos frescos que sumaron USD 157,4 millones en comparación a los USD 124,3 millones del 2006. De la misma forma también se incrementaron las exportaciones de café (11,4%), alcanzando el valor de USD 125,1 millones siendo básicamente los 2 productos que sustentan en mayor porción el comportamiento en dicho mercado.

En el año sólo se han registrado disminuciones considerables en el valor exportado a Bélgica y Alemania (entre nuestros principales mercados) y en tasas de -34% y -15% respectivamente, a pesar de ello no han logrado afectar de gran manera al sector ya que por lo general el resto de mercados se ha comportado en forma positiva. En el caso de la reducción de las exportaciones a los mercados belga y alemán se debe en gran medida a la caída del café en grano verde reduciéndose en el primer caso en 46,5% y en el segundo en 25,7%. Siguiendo con Bélgica también podemos observar que hubo una caída considerable en el caso del banano de 47,4%. El caso alemán es contrario ya que todos los productos más importantes han tenido evoluciones positivas y de nivel muy interesante, sin embargo debido al gran peso del café (76,6%) en nuestras exportaciones a este destino es que tenemos este rendimiento negativo.

Analizando la exportación por bloques económicos, se observa que el bloque comercial con mayor crecimiento en comparación al año 2006 fue el MERCOSUR (39%), siendo Brasil el principal destino del bloque con USD 20,5 millones, seguido por Argentina con USD 6 millones. Paraguay presenta una tasa altísima de crecimiento (1184,1%) pero no es relevante debido a su escasa participación dentro del bloque (0,15%) lo que no lo descalifica como una opción interesante para observar a futuro. En líneas generales el MERCOSUR se podría considerar un mercado con mucho potencial de crecimiento para nuestros productos (sólo tiene 2% en la participación de nuestras exportaciones) ya que los otros 3 países poseen tasas de crecimiento como destino de nuestros envíos mayores al 30% siendo para Brasil 39,5%, para Argentina 33,3% y para Uruguay 48,8%.

La Unión Europea sigue siendo el principal destino de nuestras exportaciones, concentrando el 42,9% del valor FOB exportado, mientras que el NAFTA representa el 35% del mercado peruano de productos agrarios y agroindustriales. Ambos bloques representan en conjunto el 77,9% 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 91,3% del mercado de productos peruanos.

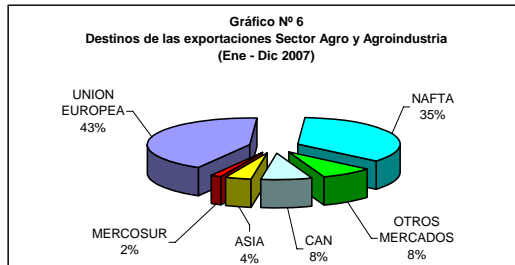
4. Principales Mercados segun Sectores Principales Mercados de Exportación del Sector Agro FOB en Miles de US\$

MERCADO DESTINO	DICIEMBRE				IV TRIMESTRE				ENERO - DICIEMBRE			
	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
ESTADOS UNIDOS	73,599.8	87,126.2	18%	37%	229,056.8	232,516.5	2%	37%	580,298.5	629,195.9	8%	32%
ESPAÑA	21,196.6	27,412.8	29%	12%	53,616.5	66,061.6	23%	10%	166,365.0	214,234.8	29%	11%
ALEMANIA	18,128.0	15,740.0	-13%	7%	70,694.7	57,107.9	-19%	9%	205,823.8	175,582.9	-15%	9%
PAISES BAJOS	17,284.8	20,596.4	19%	9%	41,951.3	47,367.9	13%	7%	129,126.2	154,029.6	19%	8%
FRANCIA	5,498.6	10,071.4	83%	4%	21,910.3	23,873.9	9%	4%	72,021.0	84,260.6	17%	4%
REINO UNIDO	5,748.2	7,002.5	22%	3%	20,863.7	25,631.6	23%	4%	71,183.2	82,535.7	16%	4%
ECUADOR	4,849.1	6,046.3	25%	3%	18,162.6	18,093.2	0%	3%	55,362.6	63,306.7	14%	3%
BELGICA	13,853.6	4,756.3	-66%	2%	41,389.9	14,751.8	-64%	2%	88,906.1	58,785.9	-34%	3%
COLOMBIA	6,035.5	4,865.9	-19%	2%	15,894.8	12,671.4	-20%	2%	44,267.3	43,870.1	-1%	2%
CANADA	2,155.7	3,799.1	76%	2%	9,089.1	11,836.9	30%	2%	29,064.2	35,561.5	22%	2%
HAITI	3,184.0	1,641.9	-48%	1%	11,842.5	9,094.8	-23%	1%	33,875.8	35,299.5	4%	2%
CHILE	2,008.8	3,021.5	50%	1%	5,603.9	9,495.8	69%	1%	22,236.7	29,640.9	33%	2%
VENEZUELA	2,427.3	5,123.4	111%	2%	6,869.2	11,755.4	71%	2%	19,718.6	29,532.2	50%	2%
JAPON	2,925.0	3,771.1	29%	2%	13,833.4	7,818.9	-43%	1%	30,316.6	28,903.9	-5%	1%
ITALIA	3,176.6	3,522.9	11%	1%	9,151.2	7,996.3	-13%	1%	22,375.9	25,110.7	12%	1%
SUECIA	1,670.9	2,626.3	57%	1%	7,749.1	7,654.9	-1%	1%	17,489.3	24,190.4	38%	1%
MEXICO	1,630.6	2,399.5	47%	1%	4,731.9	6,442.4	36%	1%	15,767.1	23,204.3	47%	1%
BOLIVIA	1,546.1	2,036.5	32%	1%	6,149.2	5,398.4	-12%	1%	22,535.9	21,347.7	-5%	1%
BRASIL	1,667.6	2,495.4	50%	1%	4,349.3	6,751.6	55%	1%	14,694.6	20,437.5	39%	1%
HONG KONG	2,192.9	1,434.7	-35%	1%	2,303.7	1,821.2	-21%	0%	7,892.5	15,663.5	98%	1%
SUB TOTAL 20 PRINC. N	190,779.6	215,490.2	13%	91%	595,213.2	584,142.4	-2%	92%	1,649,321.0	1,794,694.4	9%	91.39%
RESTO MERCADOS	16,056.5	22,002.7	37%	9%	49,621.1	51,458.8	4%	8%	144,175.9	169,083.5	17%	8.61%
TOTAL AGRICOLA	206,836.1	237,492.9	15%	100%	644,834.3	635,601.2	-1%	100%	1,793,496.9	1,963,777.8	9%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

91.96%
8.04%



5. Principales Productos por Mercado

En el cuadro N° 5 se presentan los principales partidas de exportación por principales mercados, observándose que las frutas y hortalizas frescas y el café en grano verde se envían principalmente a Europa y Estados Unidos. Por otro lado, vemos otros productos encabezados por la leche evaporada (USD 65,1 millones) que son básicamente dirigidos a América Latina, teniendo también como referentes al alimento para animales (USD 45,4 millones) y galletas dulces (USD 24,6 millones).

5. Principales Productos por Mercados Destino segun Sectores
Principales Partidas segun Pais Destino del Sector AGRO - Ene Dic, 2007
FOB en Miles de US\$

PARTIDA	DESCRIPCION	FOB 2007	PAIS1	PAIS2	PAIS3	PAIS4	PAIS5
0901119000	CAFÉ SIN TOSTAR, SIN DESCAFEINAR	363,135.7	ALEMANIA	STADOS UNIDO	BELGICA	SUECIA	PAISES BAJOS
			121,331.8	96,367.5	30,480.5	19,202.7	18,581.3
0709200000	ESPÁRRAGOS FRESCOS O REFRIGERADOS	235,747.2	STADOS UNIDO	PAISES BAJOS	REINO UNIDO	ESPAÑA	AUSTRALIA
			157,387.4	25,284.5	18,572.9	16,794.6	2,637.4
2005600000	ESPARRAGOS PREPARADOS	155,998.6	ESPAÑA	FRANCIA	STADOS UNIDO	ALEMANIA	PAISES BAJOS
			56,136.9	39,584.7	23,568.8	12,822.0	7,659.1
0402911000	LECHE EVAPORADA	65,149.4	HAITI	NIGERIA	INIDAD Y TOBAGO	BOLIVIA	GUINEA
			24,394.3	6,422.5	5,893.3	3,206.3	3,187.2
2005991000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)	64,250.2	STADOS UNIDO	ESPAÑA	FRANCIA	ALEMANIA	PAISES BAJOS
			33,894.0	14,453.9	8,332.0	2,891.9	2,050.5
0901110000	CAFE SIN DESCAFEINAR, SIN TOSTAR	63,629.3	STADOS UNIDO	ALEMANIA	BELGICA	FRANCIA	SUECIA
			28,749.8	13,288.4	8,520.4	2,004.9	1,769.8
0804502000	MANGOS Y MANGOSTANE	63,334.2	STADOS UNIDO	PAISES BAJOS	REINO UNIDO	ESPAÑA	CANADA
			25,292.9	24,024.6	5,882.6	3,088.0	2,569.4
0904201010	PAPRIKA ENTERA	56,023.1	ESPAÑA	STADOS UNIDO	MEXICO	BRASIL	CHILE
			23,654.1	18,179.6	10,122.1	1,311.3	906.6
0806100000	UVAS FRESCAS	54,525.1	STADOS UNIDO	HONG KONG	REINO UNIDO	PAISES BAJOS	CHINA
			17,038.0	9,813.5	7,707.8	4,325.9	2,917.0
0804400000	AGUACATES (PALTAS), FRESCOS	47,342.8	PAISES BAJOS	ESPAÑA	REINO UNIDO	FRANCIA	CANADA
			16,978.7	14,614.0	8,905.9	4,344.6	1,433.9
2309909000	LAS DEMÁS PREPARACION DE LOS	45,457.9	COLOMBIA	ECUADOR	HONDURAS	GUATEMALA	VENEZUELA
			21,254.0	10,054.2	5,994.0	2,760.3	2,088.7
0803001200	BANANAS O PLATANOS TIPO	31,241.5	PAISES BAJOS	STADOS UNIDO	JAPON	ALEMANIA	BELGICA
			13,935.7	8,118.8	3,787.8	2,751.3	2,410.9
2005992000	PIMIENTO PIQUILLO (CAPSICUM)	30,804.9	ESPAÑA	STADOS UNIDO	FRANCIA	ALEMANIA	AUSTRALIA
			28,607.3	1,724.6	123.0	105.7	86.8
0710801000	ESPARRAGOS COCIDOS EN AGUA	30,376.2	STADOS UNIDO	ESPAÑA	ITALIA	JAPON	REINO UNIDO
			13,626.0	5,946.8	2,677.5	1,980.8	1,414.9
1905310000	GALLETAS DULCES (CON AZÚCARES)	24,655.6	ECUADOR	COLOMBIA	BOLIVIA	HAITI	REPUBLICA DOMINICANA
			7,658.6	6,223.0	4,555.1	4,271.0	847.4
0703100000	CEBOLLAS Y CHALOTES	22,358.5	STADOS UNIDO	CHILE	ESPAÑA	PAISES BAJOS	CANADA
			19,459.7	1,448.8	451.1	294.9	248.4
1701119000	LOS DEMÁS AZÚCARES	18,771.7	STADOS UNIDOS				
			18,771.7				
2001909000	LOS DEMÁS HORTALIZAS, FRUTAS Y	18,405.8	STADOS UNIDO	ALEMANIA	ESPAÑA	PAISES BAJOS	REINO UNIDO
			12,866.7	1,915.8	1,112.0	849.9	710.1
1804001200	MANTECA, GRASA Y ACEITE DE	17,752.1	FRANCIA	REINO UNIDO	STADOS UNIDO	PAISES BAJOS	ALEMANIA
			4,771.7	4,629.3	3,808.6	3,773.3	560.0
0805201000	MANDARINAS (INCLUIDAS LAS	16,792.4	REINO UNIDO	STADOS UNIDO	CANADA	PAISES BAJOS	IRLANDA (EIRE)
			5,116.3	3,663.5	3,471.5	2,239.9	720.0

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU

6. Exportaciones por Empresas

Al totalizar el presente año podemos observar que la empresa líder en el sector pasó a ser Camposol con el 5,7% relegando a la segunda posición a Perales Huancaruna que sólo obtuvo el 5% y siguiendo a estas dos, Sociedad Agrícola Virú con 4,4%. El relevo en el primer lugar se debió básicamente como sabemos a la caída en la exportación del café en grano verde y que afectó a la empresa Perales Huancaruna, además del crecimiento de 15% que obtuvo Camposol en le presente ejercicio. Los valores exportados por las tres principales empresas son de USD 112,8 millones, USD 98,3 millones y USD 86 millones para Camposol, Perales Huancaruna y Sociedad Agrícola Virú respectivamente.

Cabe resaltar que las tasas de crecimiento más elevadas del periodo las presentaron: Outspan Peru, Complejo Agroindustrial Beta y Consorcio de Productores de Fruta con crecimientos de 128%, 59% y 55% respectivamente.

Este año observamos que dentro de las 20 principales empresas exportadoras peruanas sólo las que tienen su giro de negocio principal en torno al mercado de café han sufrido una reducción en sus ventas. Los casos que podemos mencionar además del de Perales Huancaruna son los de Cía Internacional del Café, Romero Trading y Macchu Pichu Coffee Trading con caídas del 42%, 30% y 10% respectivamente y que se debió en gran medida al “agotamiento” de las plantaciones (que aquejo en general a todo el sector cafetalero) después de los crecimientos continuos de los últimos años.

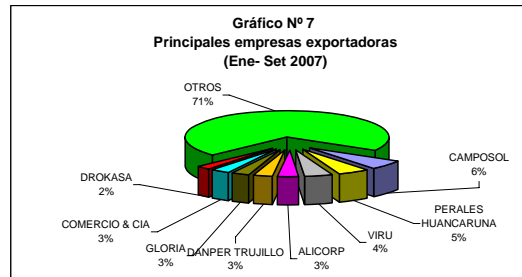
Consolidando el 2007 notamos que de las 5 empresas con mayor valor exportado 3 son de frutas y hortalizas (Camposol, Sociedad Agrícola Virú y Danper Trujillo), 1 de café (Perales Huancaruna) y 1 de alimentos procesados (Alicorp). De esta forma vemos como las empresas con productos no convencionales están creciendo y posicionándose entre las más grandes de nuestro país. En promedio las 20 empresas más representativas del sector agrario tuvieron un crecimiento del 10% para el presente año gracias a los incrementos de las exportaciones no tradicionales, principalmente, de las de frutas y hortalizas que compensaron la caída de la exportación del café. Debe resaltarse que entre las 8 empresas más importantes, como se puede observar en el Gráfico N°7, casi manejan el 30% de las exportaciones pero si ampliamos este rango a 20 empresas éstas sólo tienen una participación del 45% en el total exportado por lo que percibimos que existen una diversificación de empresas importante que están promoviendo la competencia.

6. Principales Empresas segun Sectores Principales Empresas Exportadoras del Sector Agro FOB en miles de US\$

Empresa	Razón Social	DICIEMBRE				IV TRIMESTRE				ENERO - DICIEMBRE			
		2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07	2006	2007	Var. % 07	Part. % 07
20340584237	CAMPOSOL S.A	12,234.7	16,379.3	34%	7%	29,748.7	40,615.8	37%	6%	98,167.4	112,791.1	15%	5.74%
20131495006	PERALES HUANCARUNA	12,933.0	17,634.8	36%	7%	44,453.2	38,225.1	-14%	6%	119,827.9	98,324.6	-18%	5.01%
20373860736	SOCIEDAD AGRARIA	11,494.0	13,583.8	18%	6%	29,170.9	30,245.9	4%	5%	71,642.8	86,907.2	21%	4.43%
20100055237	ALICORP SAA	4,879.7	5,991.2	23%	3%	14,465.1	17,375.3	20%	3%	55,749.6	67,112.8	20%	3.42%
20170040938	DANPER TRUJILLO	5,472.4	7,004.6	28%	3%	15,825.6	20,428.1	29%	3%	41,683.6	57,896.8	39%	2.95%
20100190797	GLORIA S.A	3,791.7	4,179.6	10%	2%	15,264.4	15,323.0	0%	2%	43,286.0	57,838.8	34%	2.95%
20258505213	COMERCIO & CIA	4,711.0	3,214.5	-32%	1%	16,779.7	18,923.2	13%	3%	39,917.5	57,459.8	44%	2.93%
20325117835	SOCIEDAD AGRARIA	8,783.2	8,278.1	-6%	3%	22,846.4	18,678.6	-18%	3%	42,471.2	45,448.7	7%	2.31%
20107974467	CIA INTERNACIONAL	3,951.5	3,521.0	-11%	1%	25,479.3	11,964.3	-53%	2%	58,076.4	33,905.5	-42%	2%
20500985322	MACHU PICCHU	2,325.4	4,258.6	83%	2%	11,561.2	10,187.1	-12%	2%	36,375.5	32,700.2	-10%	2%
20136201213	CENTRAL DE CEREALES	3,664.3	4,037.4	10%	2%	12,795.7	12,063.1	-6%	2%	29,754.9	30,386.3	2%	2%
20104420282	AGROINDUSTRIAL	3,121.6	4,111.9	32%	2%	11,709.2	11,751.9	0%	2%	27,556.3	29,576.6	7%	2%
20100032709	I Q F DEL PERU	2,641.5	3,494.2	32%	1%	11,184.0	11,136.9	0%	2%	24,567.2	27,243.5	11%	1%
20297939131	COMPLEJO AGRARIO	2,232.9	4,965.0	122%	2%	5,963.8	10,922.1	83%	2%	15,791.5	25,148.4	59%	1%
20255322363	CORPORACION	1,000.2	1,980.1	98%	1%	3,415.3	5,104.2	49%	1%	18,424.3	21,914.3	19%	1%
20100164010	KRAFT FOODS	1,310.5	1,339.4	2%	1%	5,300.8	4,753.8	-10%	1%	20,326.3	21,801.4	7%	1%
20111378909	ROMERO TRADING	2,099.0	496.0	-76%	0%	11,096.1	3,993.6	-64%	1%	30,982.8	21,539.6	-30%	1%
20501923428	CONSORCIO DE EMPRESAS	-	-	-	0%	-	-	-	0%	13,686.0	21,195.0	55%	1%
20504004415	GANDULES INC	1,226.6	1,943.1	58%	1%	5,269.4	6,370.8	21%	1%	13,622.4	20,823.0	53%	1%
20512896252	OUTSPAN PERU	3,330.3	2,479.9	-26%	1%	7,713.1	10,433.0	35%	2%	8,875.8	20,193.2	128%	1%
SUB TOTAL 20 PRINC. EMPRESAS		91,203.6	108,892.3	19%	46%	300,041.9	298,495.8	-1%	47%	810,785.7	890,206.7	10%	45%
RESTO PARTIDAS		115,632.6	128,600.6	11%	54%	344,792.4	337,105.4	-2%	53%	982,711.1	1,073,571.1	9%	55%
Total General		206,836.1	237,492.9	15%	100%	644,834.3	635,601.2	-1%	100%	1,793,496.9	1,963,777.8	9%	100%

Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU



7. Información del Sector

Incluso España lo compra para enviarlo a países vecinos

11:32 Exportación de pimiento piquillo tiene gran potencial por ventajas frente a producción de España y México



Cosecha de pimiento piquillo. FotoANDINA/Archivo

Lima, abr. 22 (ANDINA).- La consultora Maximixe afirmó que las exportaciones de pimiento piquillo de Perú tienen ventajas comparativas respecto a sus más cercanos competidores, como son España y México, debido a que las tierras de la costa norte son óptimas para su cultivo y presentan altos rendimientos.

Además, el tamaño del pimiento piquillo peruano es mayor comparado con el que se produce en España.

Maximixe destacó que en el 2007 el valor de las exportaciones de pimiento piquillo creció 73.2 por ciento respecto al 2006, alcanzando los 36 millones de dólares, ante las mayores ventas a España, Estados Unidos y Francia.

Los envíos a Estados Unidos crecieron fuertemente en el 2007, como resultado de la mayor demanda de este producto, que incidió en una mejora en el precio promedio de exportación, afirmó la consultora.

Asimismo, refirió que Perú es reconocido por la calidad de su pimiento piquillo, lo que lleva a que España lo adquiera y lo reenvíe a los países vecinos.

La consultora manifestó que los principales exportadores están en la búsqueda de nuevos países de destino para diversificar su oferta y depender menos de España, por lo que están mirando con gran atractivo a Francia y Estados Unidos debido a su alto poder adquisitivo.

Destacó que las exportaciones agroindustriales peruanas de espárragos frescos y de alcachofas, por ejemplo, siguen creciendo impulsadas principalmente por la fuerte demanda de Estados Unidos y la Unión Europea.

Asimismo, hay productos que ya se encuentran consolidados en el mercado exterior, como es el caso de los espárragos frescos que se envían principalmente a Estados Unidos y Holanda, mientras las alcachofas en conservas ya tienen un mercado ganado en Estados Unidos y España.

Hay otros productos que tienen un alto potencial de crecimiento, como el pimiento piquillo, que es producido en Lambayeque, La Libertad y Piura, y que se exporta en conservas casi en su totalidad a España.

Fuente: ANDINA Agencia Peruana de Noticias

Precios promedio al consumidor de insumos agrícolas Provincia de Lima, agosto 2007

Insumos	Precio (S/.)	Insumos	Precio (S/.)
Nitrogenados (sacos 50 kg)			
Urea	65.0	Fungicidas	
Nitrato de amonio	59.0	Antracol (1 kg)	31.0
Sulfato de amonio	46.0	Fitoraz (1 kg)	71.0
Nitrato de calcio	142.0	Ridomil (1 kg)	71.0
Nitrato de potasio perlado	168.0	Herbicidas	
Sulpomag	49.0	Atalon 50 PM (1 kg)	109.0
Fosforados (sacos 50 kg)			
Fosfato diamónico	88.0	Gramoxone (1 l)	35.0
Superfosfato de calcio (nacional)	65.0	Gesaprin (1 kg)	85.0
Potasios (sacos 50 kg)			
Cloruro de potasio estándar	53.0	Rayo (1 l)	30.0
Sulfato de potasio	67.0	Folque (1 l)	37.0
Abonos compuestos (sacos 50 kg)			
20x20x20	80.0	Roundup (1 l)	25.0
Insecticidas			
Tamaron (1 l)	32.0	Acaricidas	
Lannate 90 (1 kg)	155.0	Kenyo 115 (1 l)	170.0
Lorsban 480 E (1 l)	53.0	Peropal (1 kg)	115.0
Campal 250 CE (1 l)	73.0	Adherentes	
Triona (4 l)	56.0	Citowett (1 l)	32.5
Fungicidas			
Curzate (1 kg)	65.0	BB5 (1 l)	25.5
Manzate (1 kg)	25.0	Surtac (1 l)	18.0
Sulta 80 PM (1 kg)	11.0	Nutrientes foliares	
Kumulus (1 kg)	14.0	Abonofol 20-20-20 (1 kg)	10.0
Ceroolim (1 kg)	138.0	Abonofol 30-10-10 (1 kg)	9.0
		Fetrilon Combi 1 (1 kg)	105.0
		Multifrut (1 kg)	25.0
		Poliphos (1 kg)	16.0
		Reguladores de crecimiento	
		Activol (pastilla)	11.0
		Aminofol (1 l)	161.0

Fuente: Negocios Agrícolas La Bienes Coacaba, Calle Lima # 626 Barranca. Tel. 235-5555. Elaboración: AgroData-CEPES



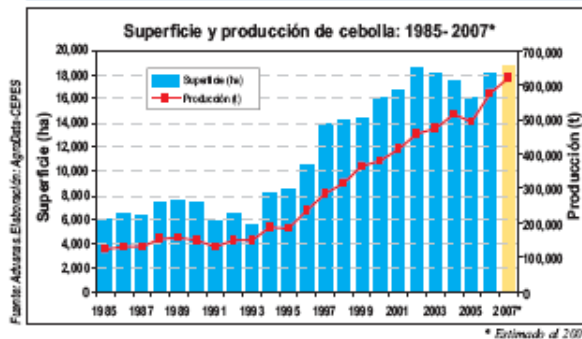
En agosto, los precios de los principales fertilizantes han sufrido los vaivenes de los precios internacionales.

Entre los fertilizantes nitrogenados, el saco de urea de 50 kg se expende entre S/.65 y S/.66, luego de las alzas en los meses anteriores, cuando llegó a cotizarse hasta en S/.70; y el fosfato diamónico se incrementó a S/.88, 10% más con respecto a junio.

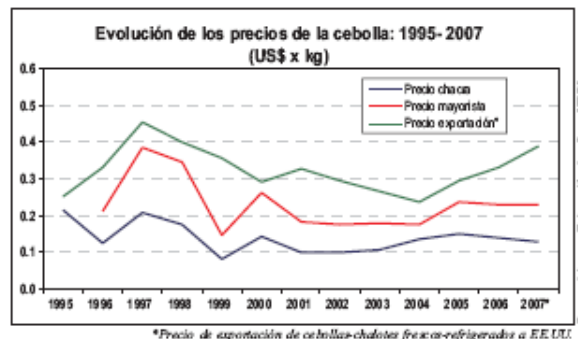
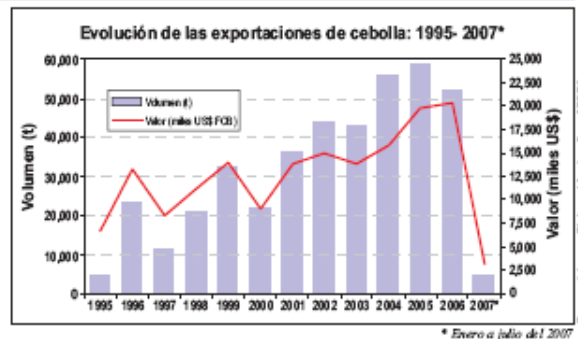
Estas alzas obedecen al incremento de la demanda mundial (debido, entre otros factores, a las mayores áreas destinadas a los cultivos para biocombustibles), amén de la sensibilidad frente a las variaciones de los precios del petróleo, que aún se mantienen altos.

Los precios de los demás insumos (fertilizantes, insecticidas, herbicidas, etc.) se han mantenido estables o con ligeras variaciones, habiendo estado, básicamente, sujetos al tipo de cambio.

Cebolla: producción, exportación y precios



La producción de cebolla se ha incrementado en los últimos 15 años en casi 400%, de 125 mil t a 600 mil t anuales. Las áreas bajo cultivo crecieron en 200% y los rendimientos mejoraron en 50%, superando las 30 t/ha en promedio. Arequipa es la zona de mayor producción de cebolla (65%), seguida de Junín (11%), Ica (6%) y Lima (4%). La inversión por campaña agrícola que se destina al cultivo de la variedad roja oscila entre US\$1,200 y US\$1,500 x ha. Por otro lado, las exportaciones se dinamizaron desde la segunda mitad de los noventa. En 2006 se exportaron 52,265 t, por un monto de US\$20 millones, en su mayoría cebollas frescas (85%) y secas (15%). El principal mercado de destino de cebolla fresca es EE.UU. (98%), y los de cebolla seca, Japón (65%), Alemania (28%) y EE.UU. (7%). Actualmente, la cebolla fresca se exporta al mercado norteamericano a US\$0.39 x kg, y la cebolla seca al Japón, a US\$20.4 x kg.



Fuente: Cepes

Banano orgánico peruano se exporta a Europa

Más de 1.300 pequeños productores de banano orgánico en Piura están protagonizando una historia de éxito empresarial: en solo tres años dejaron de vender en chacra, para empacar y embarcar su producción hacia el exigente mercado europeo. Una de las claves ha sido llevar un registro de todos sus procesos, lo que se conoce como trazabilidad.

Por primera vez, pequeños agricultores del valle del Chira, organizados en la Central Piurana de Asociaciones de Pequeños Productores de Banano Orgánico (CEPIBO), han dado el salto exportador y ahora negocian directamente con los compradores de Francia e Italia.

"Uno de los factores determinantes en este logro ha sido la capacitación que brindó GS1 Perú a los agricultores, para que lleven el registro de todos los procesos de producción, una condición requerida por los clientes en el exterior", explicó Mauricio Zúñiga, asesor de CEPIBO.



Inicialmente los pequeños agricultores no tomaron en cuenta la importancia de la trazabilidad, hasta que los potenciales clientes europeos la pusieron como condición para recibir la producción de banano. "Exigían registros detallados, certificaciones del uso de abonos naturales, por ejemplo, para no desvirtuar la condición de orgánico", anotó.



Alcanzar la trazabilidad fue un proceso paulatino. "prosiguió- hubo que capacitar a los productores agropecuarios para que lleven registros desde la compra de semillas hasta el uso de protectores para la cosecha, en suma, de todas las etapas productivas hasta que la mercadería llegue al cliente final.

"Actualmente, la ruta ha sido trazada. Los pequeños productores han comprendido que la calidad de sus procesos es un aspecto clave. La trazabilidad ha sido determinante en la gestión exportadora y en la toma de conciencia de la necesidad de tener una cultura de calidad", subrayó.

Otro aspecto importante en el proceso de los productores de banano orgánico, fue la obtención de la certificación FLO de Comercio Justo (Fair Trade), que los hizo beneficiarios de un dólar por caja, que ha sido invertido, en parte, en infraestructura de empaque y capacitación de personal.

Las coyunturas de mercado también jugaron un papel. Huracanes en República Dominicana arrasaron con la producción de banano orgánico de ese país, mientras que las lluvias afectaron a la producción ecuatoriana. Fue entonces que CEPIBO, apoyado por diversas instituciones públicas (Mincetur) y privadas logró obtener condiciones de negociación favorables para la exportación.

Actualmente, hay más de 3,500 hectáreas de banano orgánico certificadas en la zona; y el crecimiento de las exportaciones ha sido de 50% en promedio anual, cerrando en el 2007 con un valor FOB de \$27 millones de dólares. GS1 Perú es una organización sin fines de lucro que desarrolla estándares globales para la identificación de bienes y servicios. Promueve la cooperación e integración de los socios de negocios, contribuyendo a mejorar la eficiencia de sus cadenas de abastecimiento y demanda, añadiendo valor e información útil en todos los procesos.

Fecha de publicación: 09/06/2008

Fuente: Freshplaza