



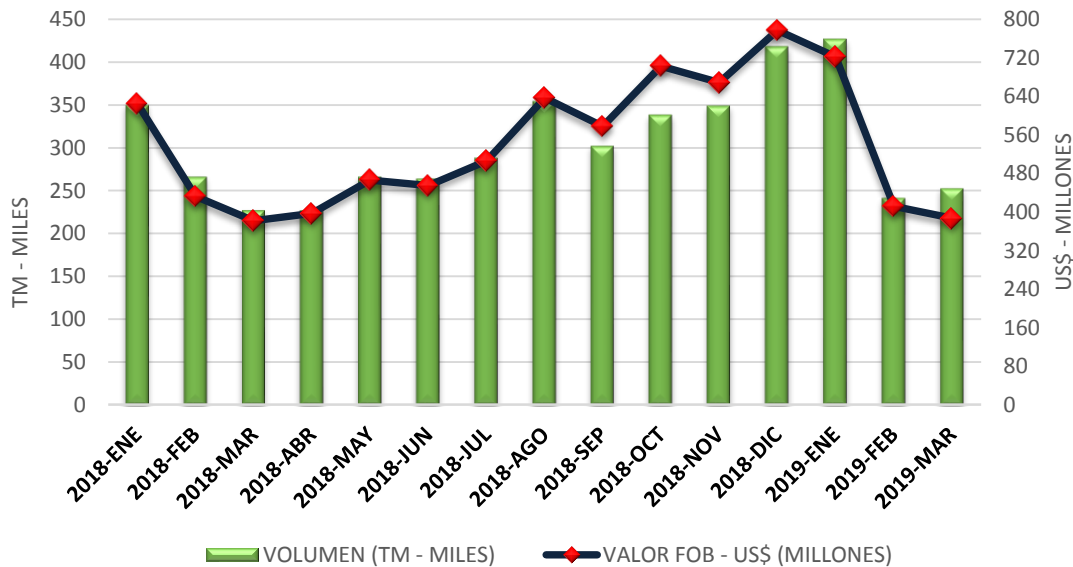
BOLETÍN 1ER TRIMESTRE 2019 | **DEPARTAMENTO AGRONEGOCIOS**



RESUMEN DE LAS AGROEXPORTACIONES TOTALES

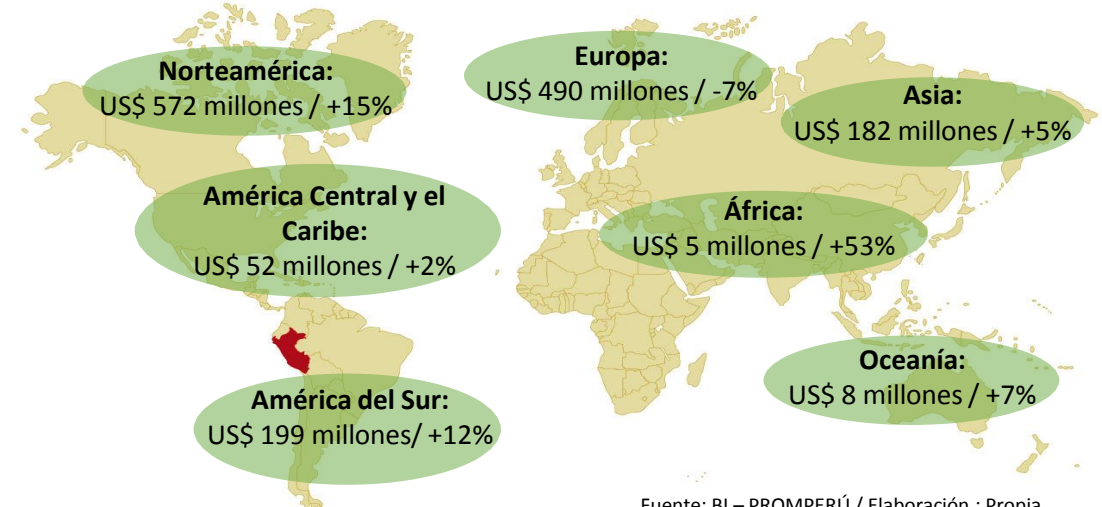
En el periodo enero – marzo del 2019, el valor de las agroexportaciones totales alcanzaron los US\$ 1,522 millones, mostrando un incremento del 5.7%, respecto al periodo anterior. En el primer trimestre del 2019, las agroexportaciones no tradicionales alcanzaron los US\$ 1,429, mostrando una variación positiva del 6.6% respecto al mismo periodo del 2018. Las líneas de frutas y hortalizas frescas, y productos congelados fueron los únicos que mostraron incrementos.

EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS AGROEXPORTACIONES (VALOR FOB – US\$ / Volumen)



Fuente: BI – PROMPERÚ / Elaboración : Propia

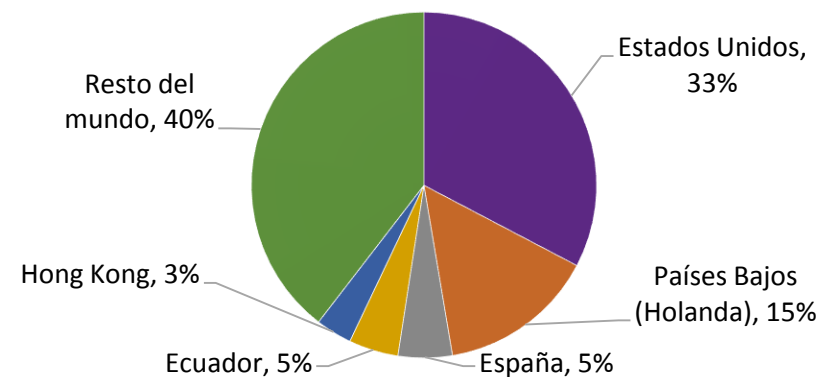
PARTICIPACIÓN POR REGIONES – AGROEXPORTACIONES (VALOR FOB – US\$)



Fuente: BI – PROMPERÚ / Elaboración : Propia

En el periodo enero – marzo del 2019, las agroexportaciones llegaron a 123 mercados, 8 más que en el mismo periodo del 2018. Los 5 principales mercados representaron el 60% del valor de las agroexportaciones totales durante el primer trimestre del 2019. Cabe indicar que algunos de los mercados más dinámicos fueron Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Brasil, Republica Dominicana y México, con variaciones positivas del 215%, 85%, 52%, 44% y 42%, respectivamente

PARTICIPACIÓN POR MERCADO DE DESTINO (2019 - 1 TRIM)



Fuente: BI – PROMPERÚ / Elaboración : Propia



RESUMEN POR LÍNEAS PRIORIZADAS

En cuanto a la línea de **frutas y hortalizas frescas**, el valor de las exportaciones mostró incrementos en las regiones de América y Asia, con variaciones positivas del 20% y 25%, respectivamente. En el caso del continente americano, las exportaciones de uvas frescas y arándanos frescos hicieron posible el crecimiento en mención. En cuanto al continente asiático, las exportaciones de uvas, mangos, arándanos, paltas y dátiles mostraron crecimientos del 146%, 79%, 67%, 462%; respectivamente. En el caso de Europa, las exportaciones de frescos cayeron en 11% por una reducción en los envíos de mango, palta, espárragos y bananos orgánicos.

En el caso de los **productos congelados**, el mango congelado, principal producto de esta línea, mostró un incremento debido a una mayor demanda internacional. En el caso de la palta congelada, las exportaciones han mantenido crecimientos positivos en los últimos dos años, con notables incrementos en varios mercados de Norteamérica, Europa y Asia. Respecto al arándano congelado, este producto fue el más dinámico al mostrar una variación positiva del 419% con respecto al trimestre anterior.

Sobre la línea de **café, cacao y derivados**, el valor de las exportaciones mostraron una reducción, esto se debió principalmente por los bajos precios internacionales del café en grano y una disminución en la demanda de granos de cacao en países como Bélgica y Estados Unidos. Sin embargo, los productos derivados del cacao mostraron variaciones positivas como el cacao en grano tostado (+41%) y chocolates (+13%), respecto al primer trimestre del 2018.

Respecto a los **productos preparados y conservados**, el valor de las exportaciones sufrió una leve caída de -0.4%, respecto al periodo enero – marzo 2018. Los principales productos de esta línea fueron los espárragos en conserva, alcachofas en conserva y paprika procesada que mostraron variaciones del -1%, -14% y +7%, respectivamente.

Valor de las agroexportaciones por líneas priorizadas

VALOR FOB - US\$ (millones) / (Enero - Marzo) 2018 – 2019					
LINEA	2018	2019	VAR.% 19/18	PART.% 2018	PART.% 2019
Frutas y hortalizas frescas	753	810	7.6%	52%	53%
Productos preparados y conservados	146	146	-0.4%	10%	10%
Café , Cacao y sus derivados	130	123	-4.8%	9%	8%
Productos congelados	78	85	9.3%	5%	6%
Productos Funcionales	59	51	-14.0%	4%	3%
Resto	274	307	12%	19%	20%
AGRO TOTAL	1,440	1,522	5.7%	100%	100%

Fuente: BI – PROMPERÚ / Elaboración : Propia

En cuanto a los **productos funcionales**, el valor de las exportaciones mostró una variación negativa debido a la caída en el valor de las exportaciones de castañas y sacha Inchi; no obstante, se notó un leve incremento en las exportaciones de quinua. En el caso de las castañas, la producción se ha estabilizado y el precio promedio (Valor FOB - US\$/Kg) ha caído respecto al trimestre anterior en 53.5%, pasando de un precio promedio de 15.0 a 6.97 durante el primer trimestre del 2019. Sobre el Sacha Inchi, el volumen exportado mostró una variación negativa del 86%, respecto al primer trimestre del 2018; esto se debió por la reducción de la demanda en Corea del Sur y el ingreso de otros productos similares provenientes de Tailandia y Vietnam.



Trends / Tips



Frutas y hortalizas frescas:

- Los consumidores buscan productos frescos que sean más convenientes y saludables.
- Los consumidores buscan frutas y verduras con una conexión emocional, marcas que transmitan confianza por su calidad superior.
- Los consumidores son más conscientes, desean mayor transparencia sobre toda la cadena de suministro y buscan que los productos que consumen tengan un menor impacto ambiental.



Productos ready to eat

- **Top claims:** 44% fácil de usar, 20% empaque eco-amigable, 19% sin aditivos ni preservantes.
- Los ingredientes con más rápidos crecimiento:
 - ✓ Curry
 - ✓ Vegetales
 - ✓ Langostinos / Camarones
- Las empresas buscan minimizar los residuos de alimentos y envases. Los consumidores buscan kits de comida en base a la conveniencia de tiempo y el mínimo desperdicio de alimentos.

Criteria en orden de importancia al comprar alimentos frescos:

Ranking	Criterios	Importancia
1	Calidad	33%
2	Variedad	21%
3	Presentación de producto	10%
4	Disponibilidad del producto	5%
5	Precio y promociones	4%
6	Nivel de atención	3%
7	Compromiso ambiental	2%

Fuente: Fruit Logistica Trend Report - 2019



LuenGo! Garbanzos con Quinoa y Albahaca (España).

Fuente: Mintel



Chef Fitness Batata Doce com Carne (Brasil). Free from gluten, lactose, preservatives and trans fat.

Fuente: Mintel



Trends / Tips



Chocolate

- Los consumidores buscan chocolates en presentaciones más pequeñas para darse un gusto sin mucha culpa.
- Los consumidores buscan marcas con productos que se preocupen por causas éticas relevantes, como el comercio justo.
- Los consumidores buscan snacks saludables y de alta calidad para sus antojos.

Concentrados y bebidas

- Los consumidores demandan jugos y bebidas que sean considerados “naturales”, se consideran como productos premium. Según la consultora Mintel, el 66% de los consumidores chinos de jugo consideran como una característica Premium los jugos "100% natural", un atributo que están dispuestos a pagar.
- Los consumidores demandan una comunicación clara y honesta de parte de las empresas. Se busca jugos envasados con más detalles en el empaque, en relación con la calidad y el origen de los ingredientes utilizados en sus productos.



Lindt Sensation Fruit.
70g Stand-Up Pouches
(Francia)

Fuente: Euromonitor



Green & Black's
Velvet Edition –
90g. (Reino Unido)

Fuente: Euromonitor



Acai Tea L5 Honey Lemon
Jelly Drink (Indonesia).
Free from dairy, gluten,
GMOs and 'artificial stuff'.

Fuente: Mintel



Natural One Peach Special
Blend Juice (Brasil)
Destaca sus ingredientes
en el etiquetado.

Fuente: Mintel



AGROEXPORTACIONES NO TRADICIONALES

Principales mercados y sus principales productos (Valor FOB US\$ - millones):

	1ER TRIM - 2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
ESTADOS UNIDOS	474	+12%
Uvas frescas	163.5	20%
Arándanos frescos	59.3	90%
Mangos frescos	41.8	-5%
Espárragos frescos	26.2	-3%
Alcachofas conservadas	17.4	-18%

	1ER TRIM - 2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
ESPAÑA	76	-10%
Mangos frescos	13.1	-10%
Espárragos conservados	12.3	26%
Uvas frescos	7.6	14%
Palta fresca	6.9	-47%
Espárragos frescos	5.6	-13%

	1ER TRIM - 2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
PAISES BAJOS	222	-11%
Mangos frescos	63.6	-17%
Uvas frescas	34.2	-8%
Paltas frescas	22.3	-27%
Granada fresca	19.1	27%
Bananas orgánicas frescas	12.3	-26%

	1ER TRIM - 2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
HONG KONG	51	+12%
Uvas frescas	12.9	10%
Paltas frescas	59.3	156%
Granadas frescas	41.8	-39%
Arándanos frescos	26.2	379%
Quinoa en granos	17.4	55%

Mercados dinámicos y sus principales productos (Valor FOB US\$- MILLONES) :

	1ER TRIM - 2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
Arabia Saudita	2.7	+21%
Uvas frescas	1.39	241%
Granadas frescas	0.81	528%
Quinoa en granos	0.13	165%
Pallares secos	0.12	184%
Castañas	0.09	47%

	1ER TRIM -2019	VAR.% 1ERTRIM 2019/2018
Emiratos Árabes Unidos	2.3	+111%
Granadas frescas	0.6	288%
Uvas frescas	0.39	-
Quinoa en granos	0.3	76%
Mangos frescos	0.28	111%
Conservas de jalapeño	0.17	-17%

Principales productos por línea (Valor FOB US\$ - millones):

SUBLÍNEA	1ER TRIM -2019	VAR.% 1ER TRIM 2019/2018
FRUTAS & HORTALIZAS FRESCAS	810.0	+7.6%
Uvas frescas	354.7	18.6%
Mangos frescos	166.8	-4.3%
Arándanos frescos	82.9	70.2%
Espárragos frescos	54.7	-12.3%
Banano Orgánico fresco	43.0	-11.2%
PRODUCTOS CONGELADOS	85.07	+9.3%
Mango congelado	47.11	+6.9%
Palta Congelada	10.47	41.0%
Espárragos congelados	8.98	-14.1%
Pulpa de maracuyá	6.44	+9.4%
Fresas congeladas	2.99	324.0%
PROCESADOS / CONSERVADOS	145.7	-0.4%
Alcachofas en conserva	27.1	-14.1%
Espárragos en conserva	26.3	-1.1%
Leche evaporada	23.4	+32.9%
Paprika procesada	17.5	+7.7%
Mangos en conserva	11.1	-4.9%
PRODUCTOS FUNCIONALES	50.9	-14.0%
Quinoa en granos	27.1	+6.7%
Castañas	8.1	-49.3%
Maca en polvo	3.8	+46.5%
Pallares	3.2	+16.5%
Maíz gigante del Cusco	2.9	+32.4%
CACAO Y DERIVADOS	55.5	+2.8%
Cacao en granos	68.0	-10.2%
Manteca de cacao	24.4	-10.6%
Chocolate	18.8	+12.9%
Cacao en polvo	4.4	+7.9%
Cacao en grano tostado	2.4	+41.1%