

Perú: Tendencias de la Agro-exportación

Dpto. Agro y Agroindustria



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Evolución de exportaciones de Agro y Agroindustria (Miles USD)

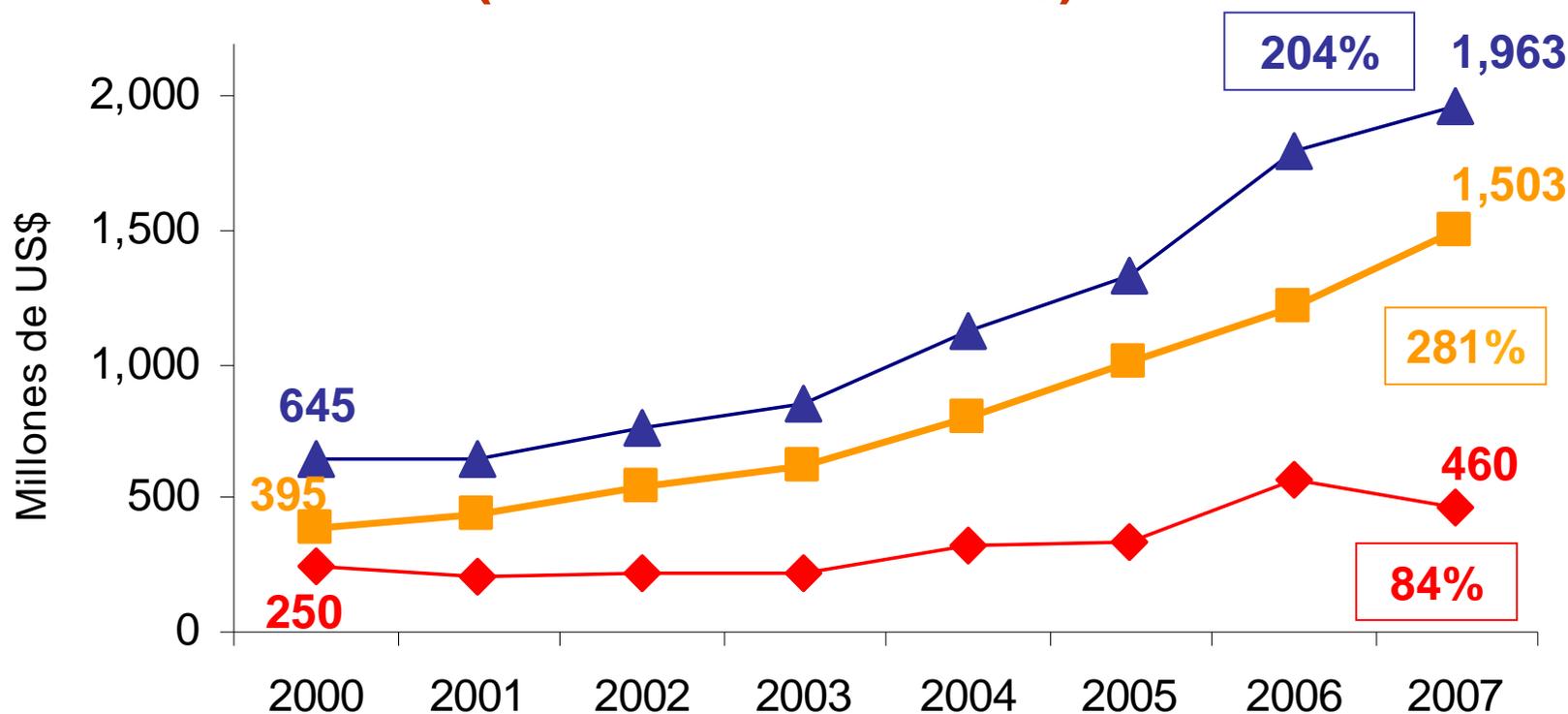
PRODUCTO	2,006	2,007	Var %	Part %
CAFÉ	515.04	426.96	-17.1%	92.7%
AZUCAR	42.99	18.77	-56.3%	4.1%
RESTO	8.68	11.46	32%	2.5%
ALGODÓN	7.00	3.25	-53.5%	0.7%
TRADICIONAL	573.70	460.44	-19.7%	100%
ESPARRAGO	318.6	422.4	32.6%	28.1%
ALCACHOFAS	66.0	78.0	18.1%	5.2%
PÁPRIKA	73.5	74.7	1.8%	5.0%
LECHE EVAPORADA	51.4	65.1	26.8%	4.3%
MANGOS FRESCOS	59.0	63.3	7.2%	4.2%
UVAS FRESCAS	51.0	54.5	7.0%	3.6%
PALTAS FRESCAS	38.8	46.9	21.0%	3.1%
RESTO	561.5	698.0	24.3%	53.6%
NO TRADICIONAL	1219.8	1503.1	23.2%	100%
Total	1793.5	1963.5	9.5%	100%




 COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

Gerencia de Agro y Agroindustria

Evolución de exportaciones del Sector Agro y Agroindustria 2000 – 2007 (en millones de US\$)



Fuente: SUNAT
Elaboración: PROMPERU

—◆— TRADICIONAL —■— NO TRADICIONAL —▲— TOTAL



Gerencia de Agro y Agroindustria

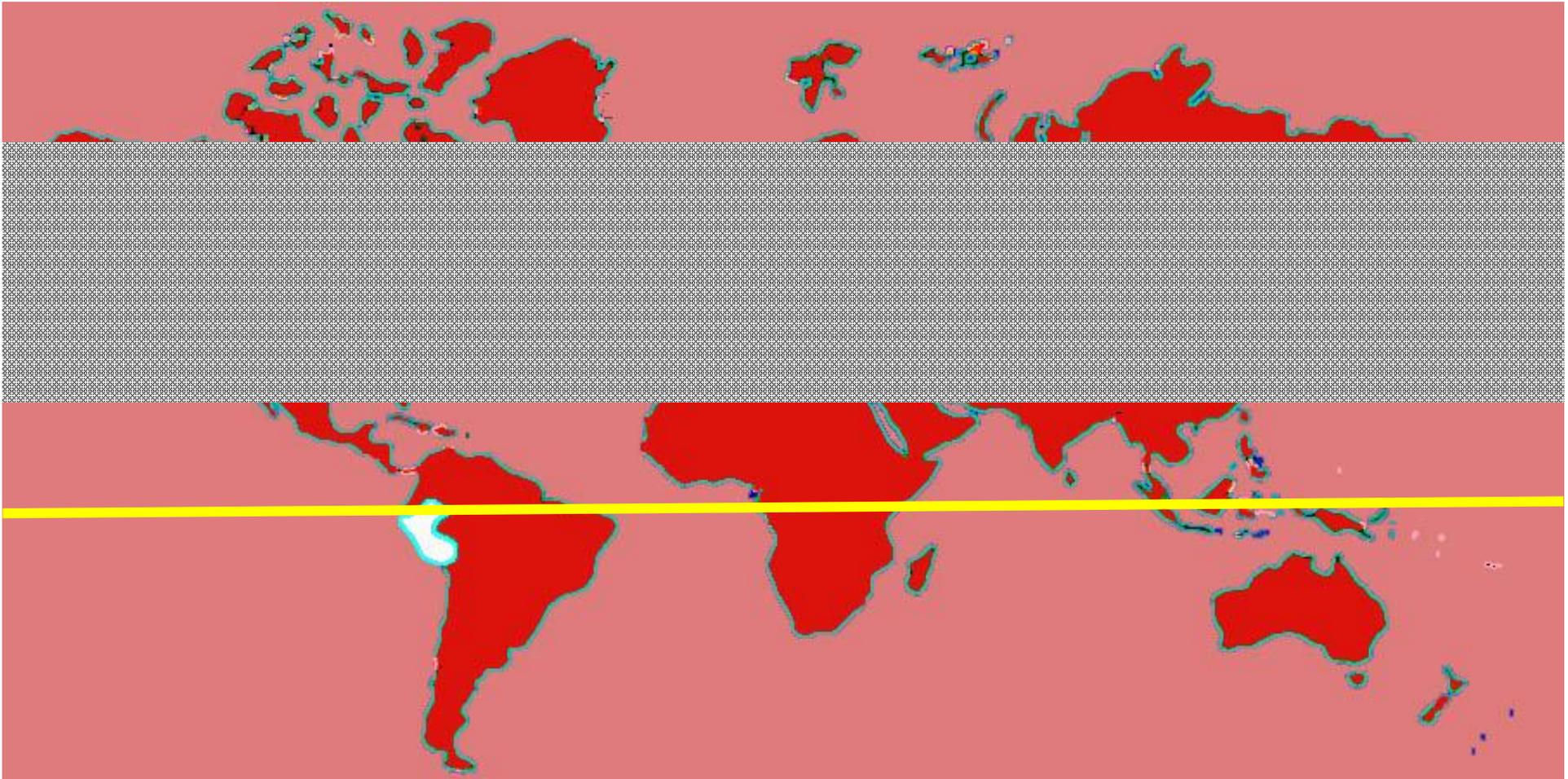


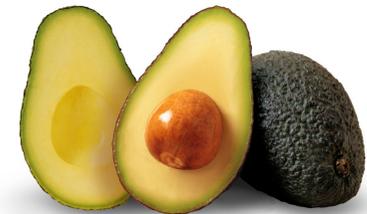
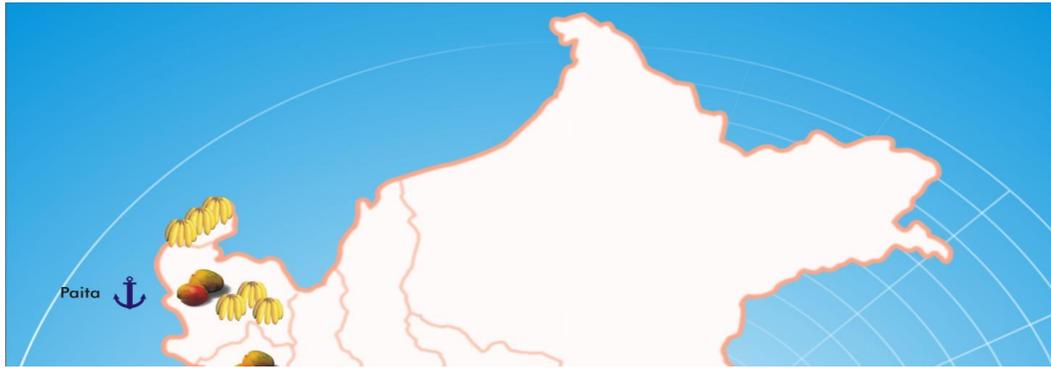
¿A qué nos enfrentamos?

Competencia Mundial

¿A dónde vamos?

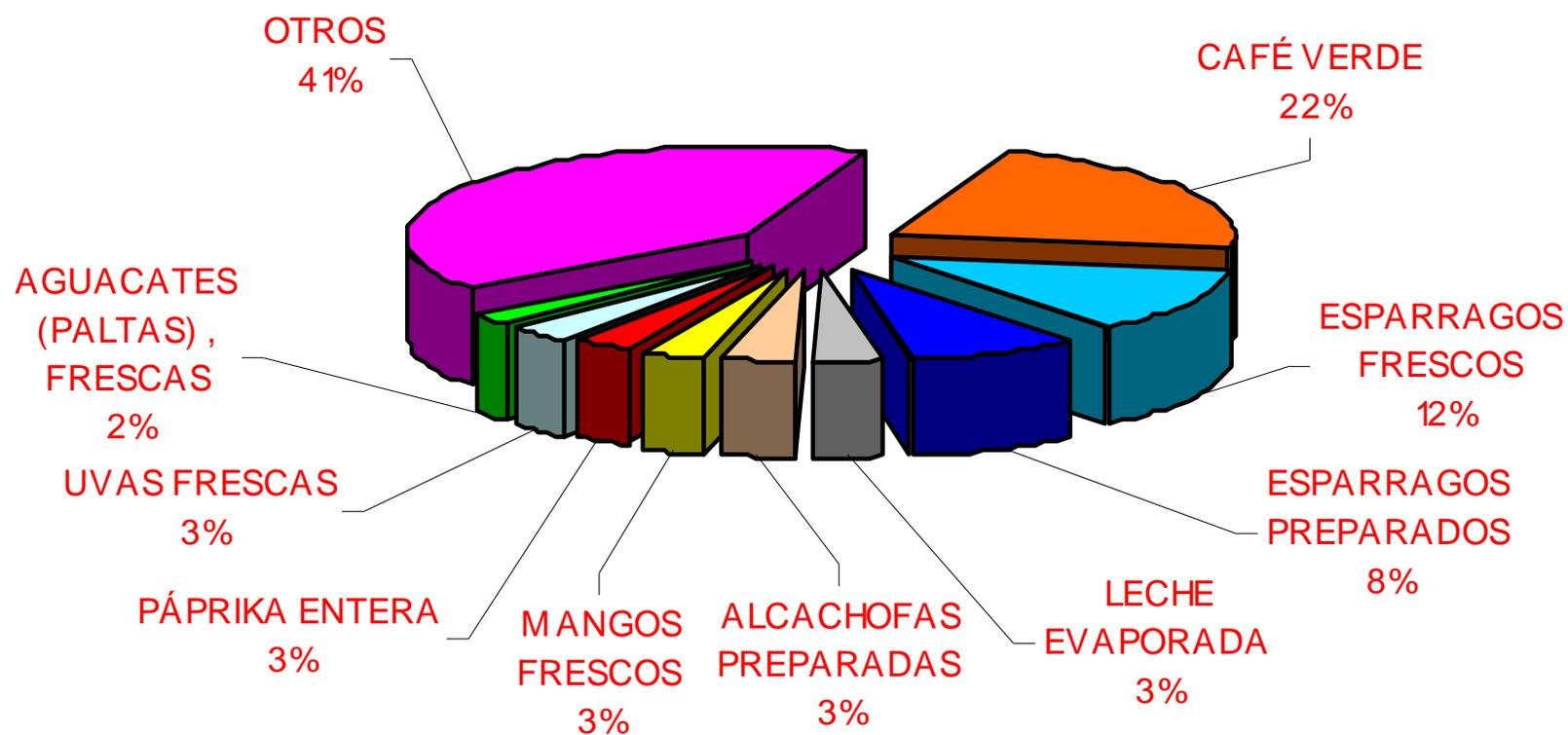
Donde nos paguen más





Gerencia de Agroindustria

Principales productos de exportación 2007



Fuente: SUNAT

Elaboración: PROMPERU



Gerencia de Agronegocios y Agroindustria

Contexto internacional





Contexto internacional (1)



Contexto internacional (2)

- **Concentración del poder de compra por fusión de cadenas de supermercados.**
- **Tendencia al abastecimiento a través de grandes proveedores.**
- **Demanda de abastecimiento durante todo el año.**
- **Constante búsqueda de nuevos sabores y presentaciones más atractivas.**
- **Técnicas comerciales altamente competitivas.**



Consumidor en General:

- Son más viejos.
- Son más ricos.
- Tienen menos tiempo.
- Desean más variedad.
- Están más informados.
- Son más exigentes.
- Cocinan menos.
- Son étnicamente más diversos.



Cambios en los hábitos de consumo de alimentos

1980's

- Análisis de contenido:
Calorías
- Alimentos bajos en colesterol
- Recetas con más de 10 ingredientes. 45 minutos o más de preparación
- Tiendas vegetarianas

Gusto

1990's

- Análisis de contenido:
Grasas
- Alimentos bajos en grasas
- Recetas con 5 a 10 ingredientes. 30 minutos o menos de preparación
- Supermercados gourmet

Salud

2000's

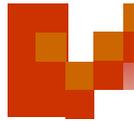
- Seguridad Alimentaria
- Ausencia de residuos químicos, preferencia por los productos orgánicos, funcionales
- Recetas con menos de 5 ingredientes. Minutos de preparación
- Trazabilidad

Inocuidad Alimentaria

¿Qué quieren los consumidores?

- Calidad, inocuidad.
- Respeto al medioambiente en el proceso de producción.
- Productos naturales, que aseguren la nutrición y la salud .
- Alimentos elaborados, que ahorren tiempo y trabajo.
- Empaques pequeños, individuales o adecuados para familias pequeñas.
- Nuevos sabores y presentaciones más atractivas.
- Variedad de comidas étnicas.





Campañas saludables...



Instituto de Investigación Nutricional

5 al día Perú

Apoya
Estrategia Mundial de Régimen Alimentario y Actividad Física
Organización Mundial de la Salud

MISIÓN
Promocionar el consumo de frutas y verduras, cambiando hábitos y costumbres alimentarias, respetando los valores culturales, mejorando la calidad de vida de los peruanos

VISIÓN
2015 el Programa 5 al día Perú debe de ser identificado como un líder nacional para la promoción del consumo de frutas, verduras y la práctica de actividad física

Consuma 400 gr. de frutas y verduras y realice 30 minutos de Actividad Física diarios




5 al día Perú
Tu salud siempre en forma

www.iin.sld.pe/fperez@iin.sld.pe

Les fruits et légumes frais,
10
par jour!
c'est sain, c'est simple.




Just Eat More
(fruit & veg)



frutas y hortalizas frescas 5 al día



FRUIT & VEG



5 + a DAY

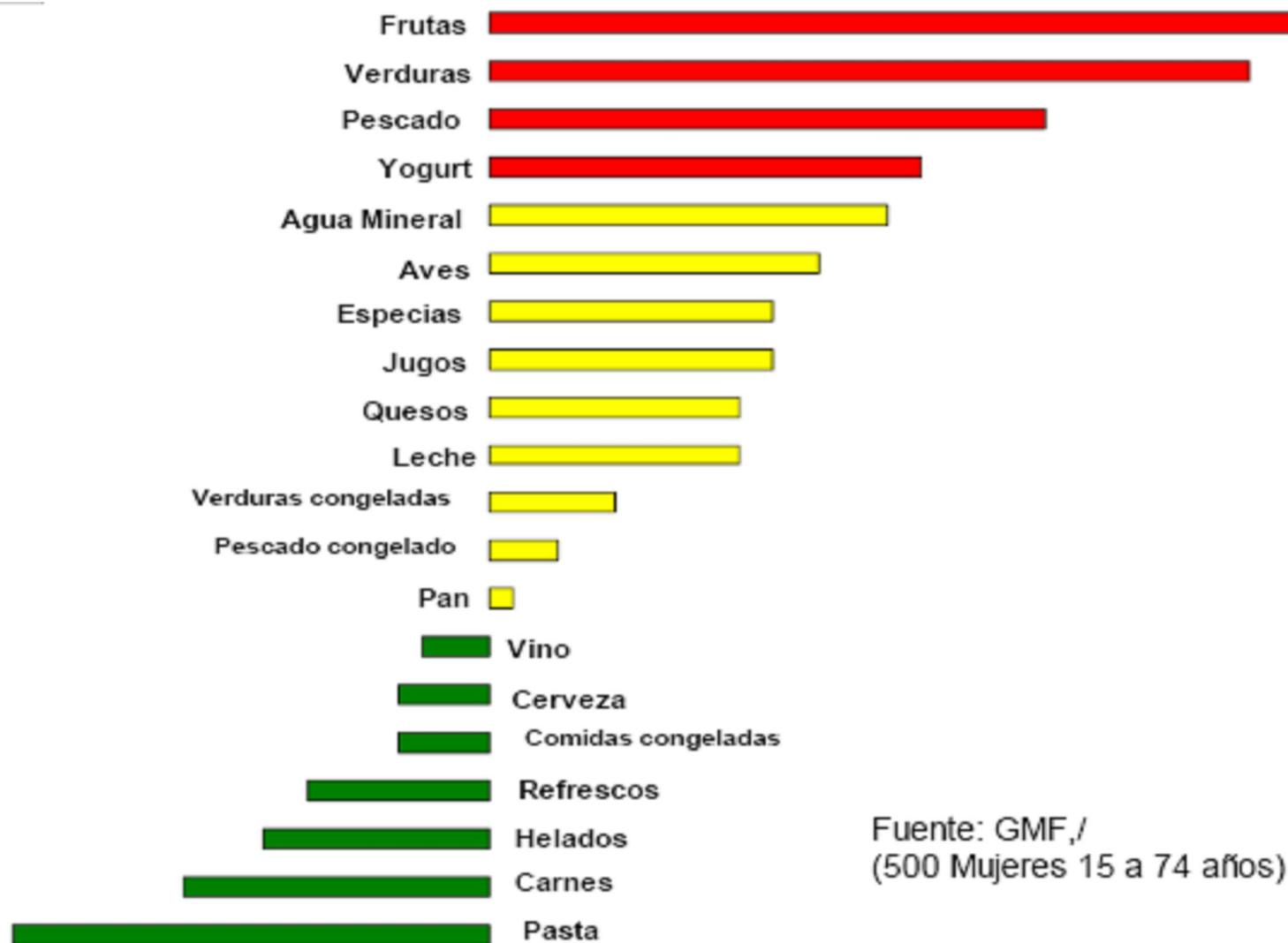


THE COLOUR WAY

1日5サービング (1日5回)
野菜と果物を
食べよう!

5 A DAY
ファイブ・ア・デイ

Tendencia en el consumo de alimentos en los próximos 10 años



Fuente: GMF,
(500 Mujeres 15 a 74 años)

Los consumidores pagan la calidad de los productos



1 dólar
aprox 110
yenes

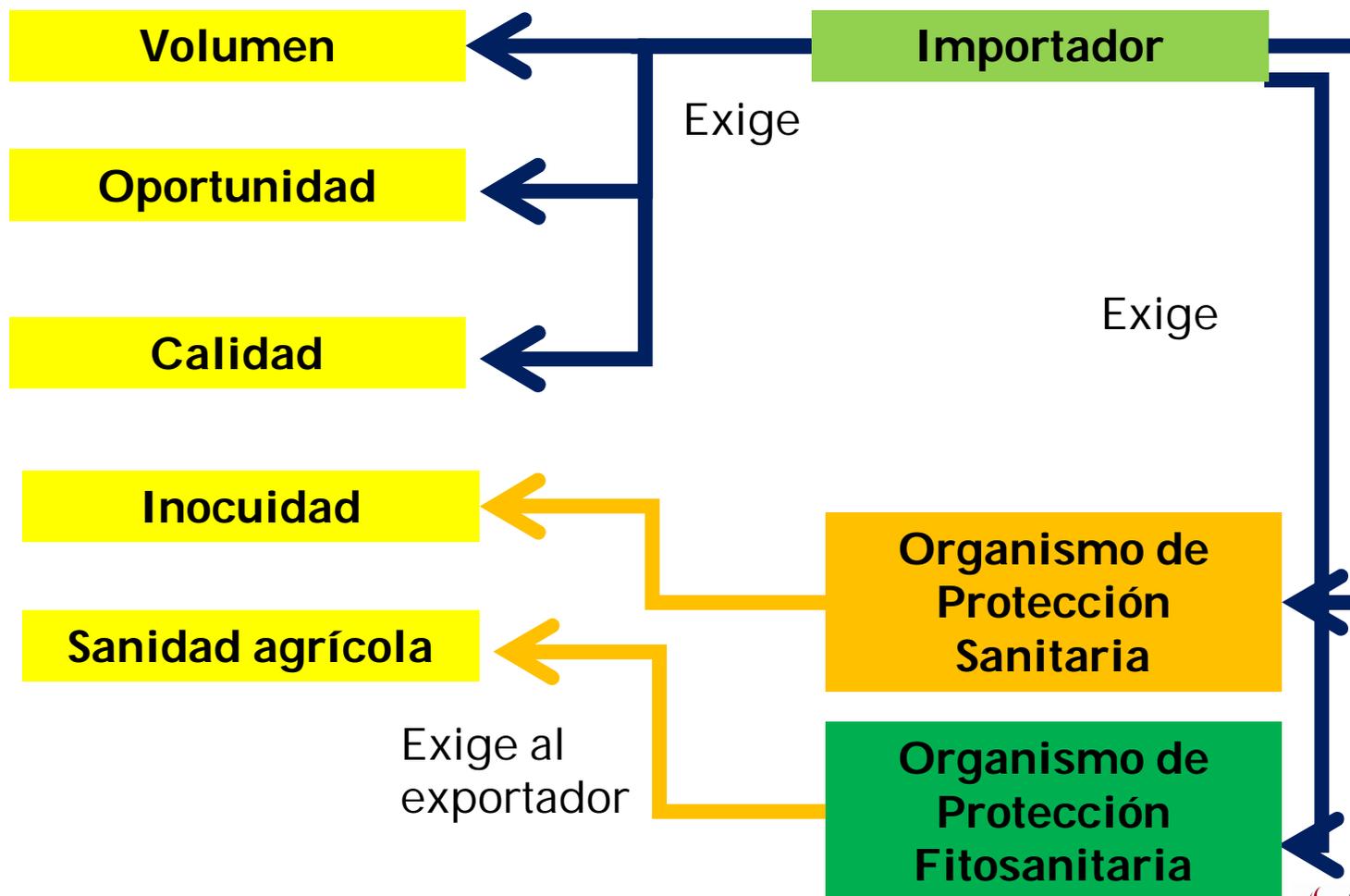


Supermercado japonés

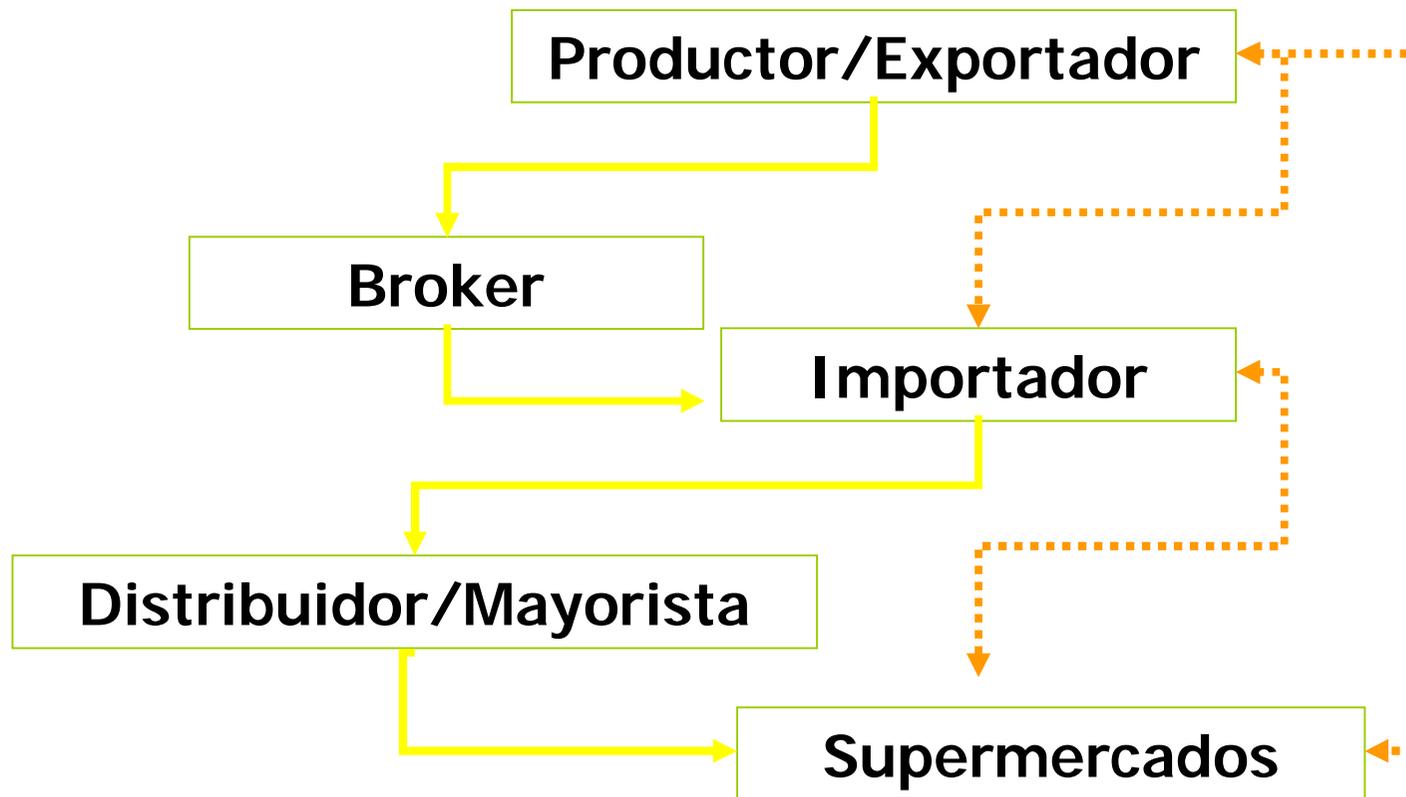
prom
perú
COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO

Gerencia de Agroindustria

Exigencias que debe tomar en cuenta el exportador de frutas



Sistemas de distribución de alimentos



— Dominante

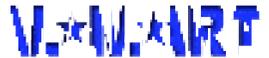
- - - Menos usual

¿Qué prefieren los Supermercados?

- Abastecimiento todo el año
- Vender marcas líderes, con respaldo y conocidas por el público.
- Los nuevos productos deben tener ventajas competitivas (precio, calidad, novedoso)
- Según el Food Institute cada año entran más de 22,000 productos nuevos, pero sólo el 1% permanece en el mercado.



Los gigantes del mercado

Rango	Compañía	País	US \$ (billones)	Tiendas
1		U.S.A	195.27	4.190
2		Francia	55.30	8.926
3		U.S.A.	49.00	2.354
4		Holanda	44.80	8.062
5		Alemania	40.09	2.169
6		U.S.A.	36.80	2.533
7		R. Unido	32.38	907
8		U.S.A.	31.98	1.688

Fuente: The Food Institute Report / Elaboración PROMPERU



Gerencia de Agronegocios y Agroindustria

Nuevas Preocupaciones (1)

- Bioterrorismo

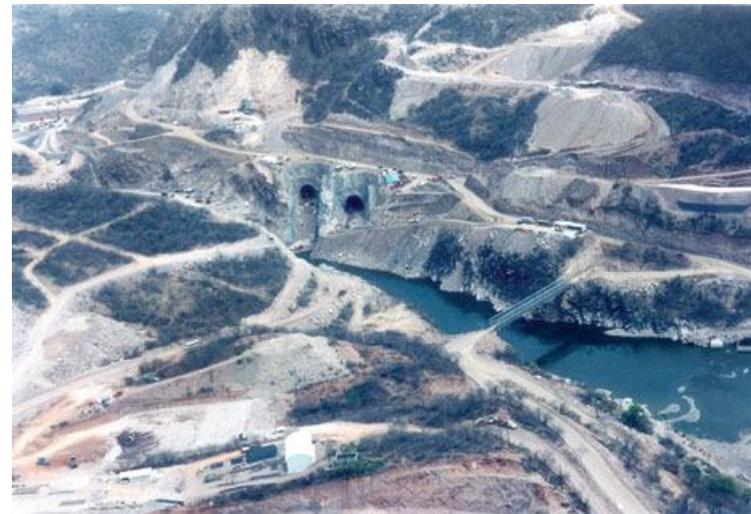


Nuevas Preocupaciones (2)

- Manipulación genética de los cultivos



Nuevas Preocupaciones (3)



- Protección del medio ambiente

Puntos Críticos: La Higiene y La Sanidad





Desafíos

- **Barreras fitosanitarias.**
- **Desarrollo tecnológico.**
- **Infraestructura y servicios a la exportación.**
- **Acceso a supermercados.**
- **Diversidad de canasta agro exportadora.**
- **Cultura agro exportadora.**
- **Inversión**