

Estudio de Mercado

Producción

de Paprika

en Perú

**Oficina Comercial España en Lima
Andrés Gutiérrez-Meca Maestre
Enero 2001**



INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	2
II.	CARACTERISTICAS DE PRODUCCIÓN	
	II.I Datos y Costos de Producción.....	2
	II.I.I Rentabilidad del Cultivo.....	4
	II.II Limitaciones Técnicas: Sistemas de Riego y Secado.....	4
	II.III Situación Actual de las Plantaciones y Cantidad Estimada de Cosecha.....	5
	II.IV Calidades y Precios.....	6
	II.V Productores y Precios en Mercados Internacionales.....	7
III.	COMERCIALIZACIÓN	
	Exportadores.....	8
	Exportaciones Peruanas.....	9
IV.	OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS ESPAÑOLAS	
	IV.I Importaciones Españolas.....	10
	IV.II Oportunidad de Inversión: Procesamiento Local.....	12
	IV.III Facilidades para el Financiamiento de la Inversión.....	12
	IV.IV Interés Peruano.....	12
	IV.V Marco Legal de la Inversión.....	13
V.	CONCLUSIONES.....	14
VI.	ANEXOS Y DATOS PRACTICOS	
	V.I.I Ferias y Rueda de Negocios.....	15
	V.I.II Principales Exportadores en el año 2000.....	16
	V.I.III Datos de Cofides.....	16



INTRODUCCIÓN

El Paprika, conocido como pimentón una vez que es procesado, es una variedad de pimiento (ají) dulce rojo que se produce todo el año en la región de la costa, donde se encuentran las condiciones más óptimas para la obtención de un producto de calidad. Los mayores volúmenes de producción se dan entre los meses de marzo a julio.

La calidad del producto peruano es una de sus mejores cualidades, sus tonos de rojo brillante y su grado de concentración de aceites hacen de él una materia prima excelente para los procesadores internacionales que están acopiando la practica totalidad de la producción nacional.

Las estadísticas de exportación demuestran que el paprika del Perú es muy cotizado en el mercado internacional ya que tiene un alto contenido de color (valor ASTA) y la participación de los mercados a las que se exporta son: España 85%, EE.U.U. 7% y Alemania 4%.

Las exportaciones en los últimos años han ido en aumento. En 1999, se exportaron 2.2 millones de US\$. El 2000 se elevaron a 5.9 millones de US\$. Durante el pasado año 2001 las ventas al exterior entre enero y setiembre ascendieron a US\$ 13.9 millones que corresponden a un volumen exportado de 8,516 Tm. Las exportaciones para el 2001, estarían representando un incremento de 300% con respecto al año 2000.

El incremento de las exportaciones, además de por la calidad, se esta produciendo por los buenos precios que tiene el producto peruano frente a sus competidores en los mercados internacionales, tales como Sudáfrica o Zimbabwe.

La única limitación con la que se enfrenta el productor de paprika peruano es siempre de carácter técnico. Tanto en el proceso productivo como en el secado posterior no suele existir ninguna tecnología agrícola que facilitaría obtener unas calidades incluso superiores a las que se están obteniendo actualmente. La descapitalización de las empresas de sector agrícola hace que no puedan hacer frente al gasto de una inversión en tecnología por lo que la mayoría utiliza sistemas de riego por gravedad y realiza el secado del pimiento bajo el sol.

Por lo tanto nos encontramos ante un producto de calidad, con un precio competitivo y cuya demanda internacional esta incrementándose de manera espectacular en los últimos años pero cuya falta de liquidez para implementar una innovación técnica esta limitando el crecimiento del sector.



CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN

Datos y Costos de Producción¹

Nombre Científico: Capsicum annum, L.

Nombre común: Pimiento o ají dulce (Perú), Pápinkra (alemán), red pepper (ingles)

Familia: Solanáceae.

Variedad: Papriqueen, papriking, papriace y peto color.

Período Vegetativo: 6 - 7 meses dependiendo de variedad, usos y zona

Principales Plagas: Gusano de tierra, gusano minador de la hoja, gusano perforador del fruto, gusano de fruto.

Principales Enfermedades: marchitez o roya, manchas en las hojas por bacteria, moho, y chupadera.

Requerimiento de Suelo: Suelos, franco - arenosos, profundos y buen drenaje con pH 5.5-6.8 Tolera cierto grado de acidez con pH 6 - 7, pero no la acumulación de agua, no soporta salinidad ni heladas.

Zonas de producción: Siempre en la costa, localizándose las plantaciones más importantes en Arequipa, Lima, Ancash, Lambayeque, y Piura.

Epocas de Siembra: La principal se produce en Abril - Mayo. Se cosecha: 6 meses para cosecha en fresco y 7 meses para cosecha en seco.

El período vegetativo del paprika es de 6 a 7 meses dependiendo de la variedad, tecnología y zona de cultivo, y cerca de un mes más para su comercialización en seco. Las principales zonas de producción en el Perú son: Arequipa, Ica, Lima, Ancash, Lambayeque y Piura. Con tecnología baja se obtiene un rendimiento de hasta 10 Tm en fresco y 2 Tm en seco, con tecnología media hasta 15 Tm en fresco y de 2 a 3 Tm en seco, y con tecnología de punta hasta 25 Tm en fresco y de 4 a 5 Tm. en seco. Los costos de producción varían de acuerdo al tipo de tecnología usada y van desde US\$ 1,700 hasta US\$ 3,000.

En términos generales para esta campaña se prevé un total de 3,500 has sembradas y el precio actual de pápinkra puesta en planta es de US\$ 1.00 por kilo.

¹ Fuente: MINAG (Ministerio de Agricultura del Perú)



Rentabilidad del cultivo con tecnología media de los valles Chao y Virú

Costos de producción para una hectárea de Ají Paprika (US\$) periodo de referencia: Campaña 2000/2001 Tecnología: media, localidad de referencia: Chao Virú			
Presupuesto de cultivo	Cantidades	Precio \$	Valor \$
Rendimiento (kilo)	2200		
Precio		1,2	
Ingreso de la producción			2646,3
Preparación de Terreno y Siembra			
Mano de Obra (jornales)	25	2,9	71,4
Maquinaria (hora)	8	20	160
Labores Culturales			
Mano de Obra (jornales)	49	2,9	140
Maquinaria (hora)	5	20	100
Cosecha			
Mano de Obra (jornales)	46	2,9	131,4
Vigilancia y transporte	20	2,9	57,1
Insumos			
Semilla			180
Fertilizantes			312
Agroquímicos			542
Otros (1)			9,1
Agua			72,2
Costos Directos			1775,4
Utilidad Bruta			870,9
Gastos Administrativos (2)			177,5
Costos Financieros (3)			89,8
Ingresos Neto			603,6
(1) Otros incluye: transporte e insumos Volumen de agua en m ³ : 14.000			
(2) Gastos administrativos incluye gastos e imprevistos 10% de los costos directos			
(3) Costos financieros, claculado en base a un 30% de financiamiento externo y un 70% propio.			

Situación Actual de las Plantaciones y Cantidad Estimada de Cosecha

La suma total de tierra cultivada se aproxima a 3.500 Has. en todo el Perú. Las cosechas del sur y norte chico, se producen en los meses de Enero a Septiembre, en el Norte (Piura) las cosechas son entre Octubre a Enero.

- En el departamento de Arequipa hay 1100 Has (aprox.) plantadas, en los valles de Tambo, Vitor, Majes y las irrigaciones de Majes, Santa Rita, San Camilo y La Joya
- En el Departamento de Tacna hay 400 Has plantadas.
- En Departamento de Ica hay 1150 Has, repartidas entre Villacuri (900) y el valle de Nazca (250)
- En el norte chico, Departamento de Lima y Ancash hay unas 300 Has.
- En el norte grande, Departamentos de Lambayeque, La Libertad y Piura hay aproximadamente 550 Has, plantadas.



Podría estimarse una producción promedio de 2.500 kilos por Ha. lo que haría un total posible de 8.750 toneladas, pero esto es muy variable y está en función del clima de las diferentes regiones del Perú.

Características Técnicas:

Los sistemas de riego y de secadoras son los dos aspectos que están marcando las calidades del producto final. El sistema tradicional de riego es por surco o gravedad, pero en ciertas zonas se utiliza el riego por aspersión (irrigación de Majes y San Camilo) y por goteo también en la irrigación de Majes, Tacna, Villacurí (Ica) y algunos fundos de Piura.

El riego por goteo ha demostrado ser el más eficiente y con el que se han logrado mayores producciones (hasta 8.000 kilos Ha.) y un promedio entre 4.500 a 5000 kilos por Ha. La falta de financiación al pequeño y mediano agricultor no ha permitido que se extienda este tipo de sistemas de riego. En la irrigación de Majes el agua llega a presión a las parcelas tanto que las 15.000 Has hasta ahora desarrolladas riegan por aspersión, algunos agricultores han instalado también equipos de goteo.

En cuanto al secado del pimiento este se realiza sin ningún tipo de maquinaria y de forma totalmente natural mediante la exposición al sol. Esta limitación técnica provoca que las cosechas pierdan uniformidad y estén expuestas a verse afectadas por los cambios climatológicos (lluvias, humedad...)

Las calidades por tanto pueden variar tanto durante la producción como durante el secado del producto. La falta de facilidades para la financiación es una causa común para que ambas necesidades técnicas no se vean implementadas. Los agricultores y exportadores son conscientes que se podría asegurar un mejor precio y una mayor cuota de mercado al aplicar una mayor tecnología en el proceso pero siempre chocan con la falta de presupuestos para realizar la inversión.

Rendimientos (TM/Ha):

- Tecnología baja. 10 TM en fresco y 2 TM en seco.
- Tecnología media. 15 TM en fresco y 3 TM en seco.
- Tecnología punta. 25 TM en fresco y 5 TM en seco

Costo Producción (USA \$/Ha):

(Tipo de cambio Julio 99 = 3.35)

- Tecnología baja. 1,700
- Tecnología media. 2,300
- Tecnología punta. 3,000

Manejo Técnico: Semilla (Kg/Ha): 1kg/ Ha. La profundidad del sembrío es de 0.5 a 1 centímetro. Distanciamiento (m): 0.8 mt. entre surco, 0.40 - 0.50 mt. entre plantas

Fertilizantes: Nitrógeno (N). (Kg/Ha): Fósforo (P₂ O₅). (Kg/Ha): Potasio (K₂O). (Kg/Ha)



Calidades y Precios

Calidad Primera: frutos bien limpios de color rojo maduro intenso y parejo, con total ausencia de manchas u otro tipo de decoloraciones. Calidad Segunda: frutos limpios de color rojo claro y/o frutos de color rojo intenso que presenten suciedad o manchas o decoloraciones no superiores al 20% del fruto.

El fruto debe ser madurado y presecado en la mata, posteriormente secado al sol, con una humedad residual de menos del 12%, las vainas secas deben ser prensadas y envasadas en fardos estables de aproximadamente 95cmsX45cmsX25-30cm, o las medidas que permitan cargar un contenedor de 40" con 21.000 kilos.

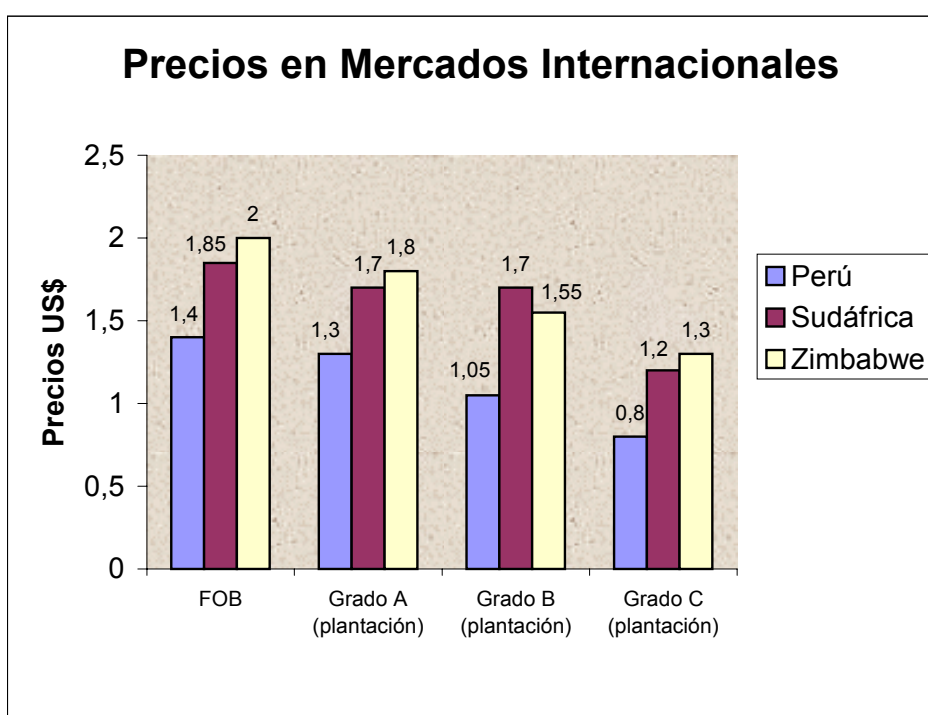
La mayoría de empresas españolas prefieren éste tipo de clasificación y pagan por unidades ASTA para evitarse complicaciones. Como referencia la calidad "primera" tiene entre 180 - 250 unidades ASTA.

En cuanto a los precios que se manejan, las empresas contratan el cultivo de los agricultores, aseguran un precio mínimo (precio de refugio) de USD 1.00 F.O.T. (empacado y sobre el camión) por kilo de primera calidad y la mitad por la segunda calidad, en algunos casos aseguran el precio mínimo de USD 1.05 F.O.B. (limpio a bordo del barco). En los contratos se estipula que el precio final de compra será el precio promedio del mercado. En la última campaña (2000-2001) el precio promedio FOB fue de USD 1.48 por kilo de primera calidad.



Productores y Precios en Mercados Internacionales

Precios en Mercados Internacionales (Kg. en US\$)				
	FOB	Grado A (plantación)	Grado B (plantación)	Grado C (plantación)
Perú	1,4	1,3	1,05	0,8
Sudáfrica	1,85	1,7	1,7	1,2
Zimbabwe	2	1,8	1,55	1,3



Como ya se ha indicado, además de Perú los principales exportadores de paprika hacia España son Zimbabwe y Sudáfrica. En todos los casos se pueden encontrar diversas calidades del producto, pero según muestra el gráfico los precios de la paprika varían dependiendo del país de procedencia.

El gráfico representa los precios de la paprika bajo las mismas condiciones de empaqueo pero determinados por la variable del precio en FOB, y sus calidades en plantación. Ya sea en FOB como en los tres tipos de calidades aceptadas, encontramos que en los países africanos el precio es sensiblemente mayor que en Perú. Ahora bien también hay que tener en cuenta que el precio de transporte del flete puede ser mayor desde Perú, aunque este precio también variará conforme a cada cargamento.



COMERCIALIZACIÓN

Exportadores

Las empresas que se dedican a la exportación contratan las cosechas de los agricultores concentrando bastante el número de empresas con volúmenes. Las empresas que son punteras en la exportación del paprika están muy bien estructuradas, contando con oficinas en diferentes puntos del país tales como Arequipa, Ica, Lima (Barranca). Muchas se están ya expandiendo, si es que ya no están instaladas, hacia Piura donde todas tienen ya áreas contratadas.

También cabe señalar que cuentan con un equipo de ingenieros agrónomos en cada oficina los mismos que visitan a los agricultores y recomiendan sobre el manejo y control de plagas y enfermedades en forma semanal. Esto les permite tener un monitoreo a tiempo real del estado de los cultivos y así la empresa a su vez se asegura poder cumplir con sus pedidos y compromisos con el mercado exterior.

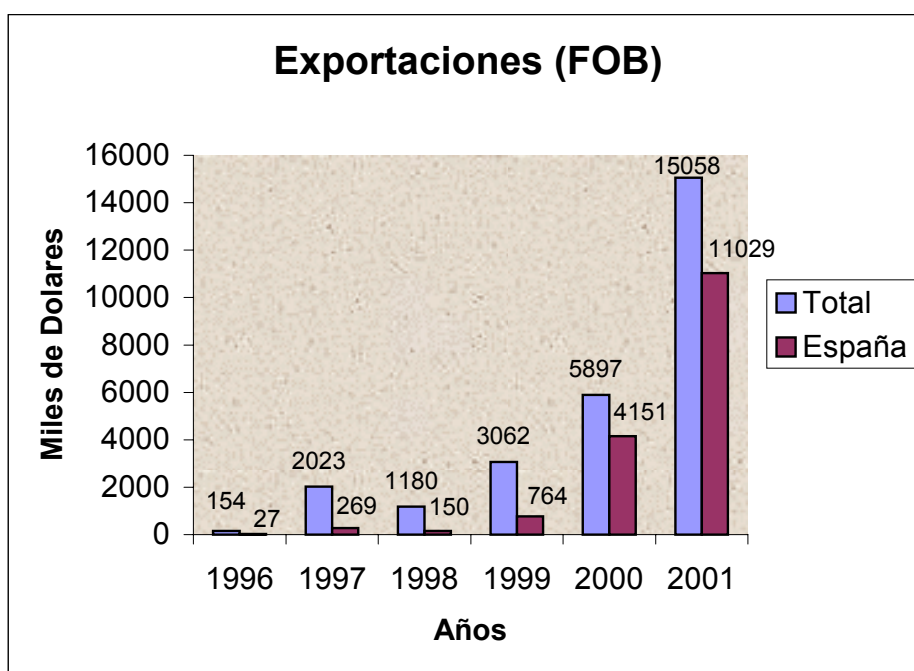
La presentación de paprika en forma fragmentada concentra actualmente el mayor tamaño de mercado, por lo que es el segundo gran negocio después del producto seco. La tercera forma de presentación que es la oleoresina (extracción de aceite del pimiento) se considera aún una industria naciente.

Generalmente el mercado está tendiendo a que estos grandes exportadores acopien las producciones de los agricultores más pequeños y se está tendiendo a reducir mucho el número de exportadores directos. Ante el crecimiento en la demanda de paprika peruana los exportadores están estimulando a muchos pequeños agricultores a cultivar este producto y la clave está en la confianza que les ofrece el tener un precio refugio acordado con las empresas importadoras.



Exportaciones Peruanas²

Exportaciones (FOB)		
	Totales	España
1996	154	27
1997	2023	269
1998	1180	150
1999	3062	764
2000	5897	4151
2001	15058	11029



Como se puede extraer del gráfico las plantaciones de paprika, como ya ocurriera con otros cultivos como el espárrago, nunca habían sido una plantación tradicional y las producciones casi no existían antes del 1996. Ha sido a raíz de la demanda internacional por ese producto cuando se produjo el estímulo por el que se ha experimentado un gran crecimiento en las exportaciones en los últimos cinco años.

Cabe destacar también como se demuestra que el producto está destinado casi en su totalidad al mercado español y el crecimiento ha sido bastante más notable en este último año.

Por otra parte el descenso en las exportaciones reflejadas en el año 1998 se debe a que los cultivos de paprika, y la agricultura peruana en general, se vieron enormemente afectados por el fenómeno meteorológico del niño que tuvo lugar entre finales del 1997 y los primeros meses de 1998.

² Fuente: ADEX (Asociación de Exportadores del Perú)



OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS ESPAÑOLAS

Nº	País	Año 2001
1	SUDAFRICA	14,478
2	PERU	12,32
3	ZIMBABWE	4,213
4	MALASIA	2,545
5	VIETNAM	1,923
6	BRASIL	1,68
7	ZAMBIA	1,156
8	INDIA	1,129
9	ALEMANIA	1,12
10	CHINA	1,095
11	INDONESIA	849
12	MARRUECOS	753
13	SINGAPUR	637
14	MALAWI	533
15	FRANCIA Y MONACO	408
16	ESTADOS UNIDOS	336
17	PAISES BAJOS	185
18	ARGENTINA	68
19	PORTUGAL	56
20	REINO UNIDO	51
	SUBTOTAL	45,537
	TODOS LOS PAISES	46,236
	OTROS	0
	TOTAL	46,236

Nº	País	Año 2000
1	ZIMBABWE	9,948
2	MALASIA	8,109
3	BRASIL	5,703
4	PERU	4,969
5	SUDAFRICA	4,435
6	INDIA	3,431
7	INDONESIA	2,847
8	ALEMANIA	1,913
9	SINGAPUR	1,342
10	VIETNAM	1,114
11	MARRUECOS	1,042
12	FRANCIA Y MONACO	899
13	ZAMBIA	667
14	PAISES BAJOS	518
15	CHINA	422
16	MALAWI	381
17	REINO UNIDO	206
18	ESTADOS UNIDOS	60
19	PORTUGAL	21
20	ARGENTINA	6
	SUBTOTAL	48,034
	TODOS LOS PAISES	50,478
	OTROS	0
	TOTAL	50,478

Nº	País	Año 1999
1	ZIMBABWE	14,335
2	MALASIA	7,763
3	SUDAFRICA	6,207
4	INDIA	4,469
5	BRASIL	4,289
6	VIETNAM	2,712
7	ALEMANIA	2,596
8	INDONESIA	2,039
9	SINGAPUR	1,224
10	CHINA	1,214
11	MARRUECOS	939
12	PERU	727
13	MALAWI	580
14	PAISES BAJOS	570
15	FRANCIA Y MONACO	503
16	ZAMBIA	315
17	REINO UNIDO	109
18	ESTADOS UNIDOS	105
19	ARGENTINA	25
	SUBTOTAL	50,721
	TODOS LOS PAISES	51,911
	OTROS	0
	TOTAL	51,911

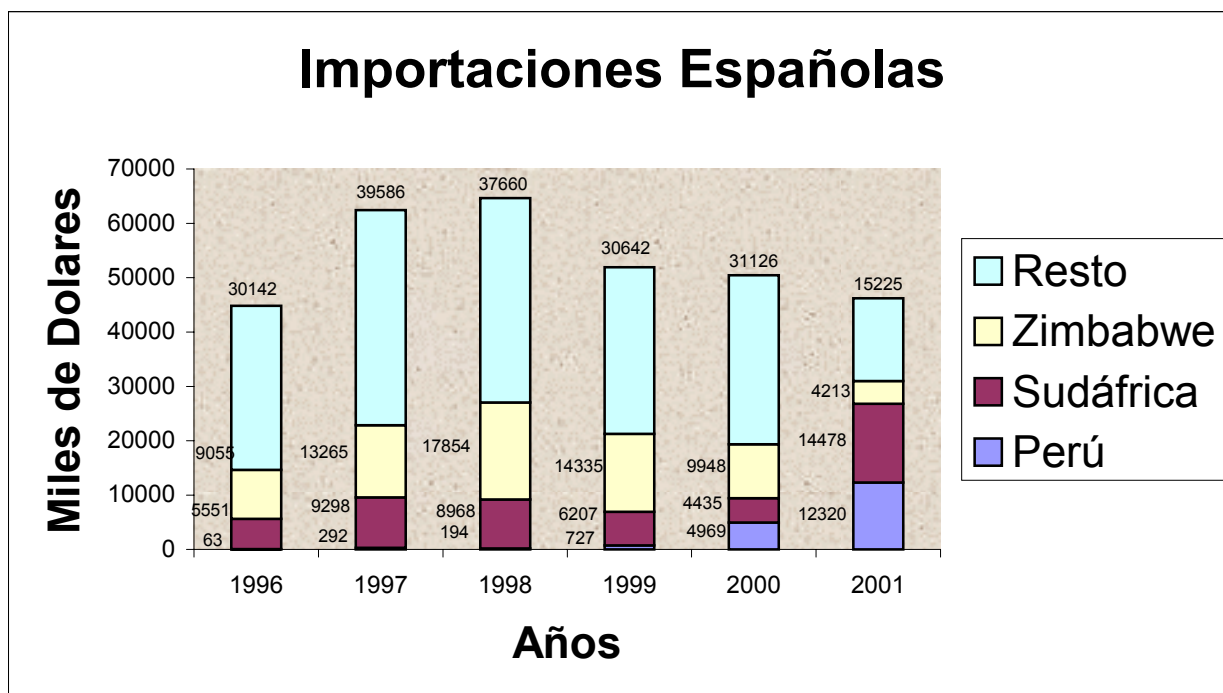
Nº	País	Año 1998
1	ZIMBABWE	17,854
2	MALASIA	11,523
3	SUDAFRICA	8,968
4	BRASIL	6,689
5	INDIA	3,993
6	MARRUECOS	3,515
7	INDONESIA	2,209
8	ALEMANIA	1,896
9	FRANCIA Y MONACO	1,461
10	CHINA	1,229
11	MALAWI	1,117
12	SINGAPUR	789
13	ZAMBIA	738
14	PAISES BAJOS	546
15	VIETNAM	507
16	REINO UNIDO	312
17	PERU	194
18	ESTADOS UNIDOS	14
19	ARGENTINA	8
	SUBTOTAL	63,562
	TODOS LOS PAISES	64,676
	OTROS	0
	TOTAL	64,676

Nº	País	Año 1997
1	ZIMBABWE	13,265
2	SUDAFRICA	9,298
3	MARRUECOS	9,129
4	MALASIA	6,898
5	INDIA	5,794
6	CHINA	2,939
7	BRASIL	2,892
8	MALAWI	1,892
9	ALEMANIA	1,619
10	INDONESIA	1,572
11	FRANCIA Y MONACO	1,346
12	SINGAPUR	1,074
13	VIETNAM	1,049
14	PAISES BAJOS	501
15	PERU	292
16	REINO UNIDO	159
17	ZAMBIA	113
18	ESTADOS UNIDOS	99
19	ARGENTINA	46
	SUBTOTAL	59,978
	TODOS LOS PAISES	62,441
	OTROS	0
	TOTAL	62,441

Nº	País	Año 1996
1	MARRUECOS	14,116
2	ZIMBABWE	9,055
3	SUDAFRICA	5,551
4	BRASIL	4,866
5	MALASIA	2,754
6	MALAWI	1,69
7	INDIA	1,194
8	FRANCIA Y MONACO	1,084
9	ALEMANIA	755
10	PAISES BAJOS	666
11	INDONESIA	656
12	SINGAPUR	467
13	ZAMBIA	175
14	ARGENTINA	174
15	ESTADOS UNIDOS	100
16	VIETNAM	73
17	PERU	63
18	REINO UNIDO	54
19	CHINA	19
	SUBTOTAL	43,512
	TODOS LOS PAISES	44,811
	OTROS	0
	TOTAL	44,811



Importaciones Españolas³



Además de Perú, los principales exportadores de paprika hacia España son Zimbabwe y Sudáfrica. Estos países africanos han compartido con otros exportadores tan dispares como Marruecos, Malasia, Brasil o la India, las cuotas del mercado de importación de este producto en España.

En los últimos dos años Perú ha aparecido en la escena para convertirse en el segundo proveedor más importante después de Sudáfrica. El gráfico demuestra como Zimbabwe ha resultado la gran perjudicada con un descenso considerable de sus exportaciones durante el año 2001.

Por ultimo a continuación se puede observar en los listados generales el ascenso del Perú y la gran diferencia en volúmenes entre los dos primeros exportadores y los siguientes.

³ Fuente: ESTACOM (Estadísticas comerciales del ICEX)



Oportunidad de Inversión: Procesamiento Local

El paprika, ha venido representando en los últimos años una oportunidad de cultivo rentable y generador de divisas para el país. Si el paprika es bien administrado tanto en la diversificación y profundización de mercados, como en la presentación del producto final a exportar se darían las condiciones necesarias para hacer rentable el realizar una inversión en el país. Esta inversión podría realizarse en asociación con inversores locales, atendiendo así a demanda del producto con valor agregado.

Interés Peruano

Una inversión sería muy bien vista tanto por los productores como por las autoridades peruanas. Por un lado se estaría generando empleo y por otra parte a los agricultores se les estarían asegurando las ventas de las cosechas. Desde las propias autoridades⁴ se asegura que es importante estar vinculado con los importadores y distribuidores, con quienes se puede trabajar la posibilidad de que les vean no sólo como proveedores de materia prima sino también como socios comerciales. La realidad es que en ese sentido se podría avanzar en darle mayor valor agregado al producto (actualmente se vende básicamente como pimiento seco entero) y a través de un joint venture o asociaciones de coinversión instalar plantas para la elaboración de productos en forma fragmentada (trituration, granulado o polvo) lo que se conoce como pimentón, o en otras presentaciones.

Facilidades para el Financiamiento de la Inversión

El gobierno Peruano apoya y da facilidades para estimular la inversión extranjera, aunque esta suele limitarse a facilidades legales. La falta de fondos y las limitaciones económicas no le permite ofrecer ningún tipo de apoyo para la inversión en el sector privado.

Sin embargo, si que hay un programa de apoyo a la inversión para aquellas pequeñas y medianas empresas españolas que quieran realizar una inversión en el extranjero por medio de COFIDES (Compañía Española de Financiación del Desarrollo) Esta compañía es una sociedad anónima de capital mixto cuyo objetivo es el apoyo financiero, con criterios de rentabilidad a las inversiones productivas de empresas españolas en países en desarrollo, emergentes o en transición a la economía de mercado.

En el caso de Perú, un joint venture (empresa mixta) con una empresa local, el programa de financiamiento se encontraría apoyado por dos líneas de crédito. La de Cofides que se concedería a la parte española y otra línea que se concedería de Fomin a la empresa local.

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), promueve el desarrollo del sector privado y las inversiones privadas en América Latina y el Caribe. Este fondo especial del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) se aportaría a la empresa peruana de manera proporcional al aporte de Cofides, entidad que por otra parte sería la encargada de gestionar ambos créditos.

⁴ Prompex (Comisión para la promoción de exportaciones)



Marco Legal de la Inversión

La Ley de Fomento a las Inversiones Extranjeras, aprobada por Decreto Legislativo 662 del año 1991, se basa en el principio de la igualdad entre el capital nacional y el extranjero. Consecuentemente, la inversión extranjera, salvo en determinadas áreas enumeradas por la Ley, puede establecerse en todas las demás sin requerir autorización previa alguna por razón de su condición de foránea. Una vez efectuadas, las inversiones deben ser registradas ante la Comisión Nacional de Inversiones y Tecnologías Extranjeras - CONITE.

La inversión extranjera se puede dar libremente en cualquiera de las formas empresariales reconocidas por la ley, bajo las siguientes formas:

- Inversión Extranjera directa,
- Aporte al capital social
- Aportes para el desarrollo de joint-ventures contractuales
- Inversiones en bienes y propiedades ubicados dentro del territorio nacional
- Inversiones en cartera.

CONITE reconocerá como inversión extranjera los aportes efectuados bajo las siguientes formas:

- Moneda libremente convertible, canalizada a través del sistema financiero
- Bienes y equipos
- Capitalización de deudas
- Reinversión de utilidades,
- Aportes tecnológicos intangibles,
- Otras que contribuyan al desarrollo del país.

Derechos que la Ley reconoce al Inversionistas Extranjero:

- Trato no discriminatorio frente al nacional.
- Libre remesa de utilidades o dividendos.
- Libre re-exportación de su capital.
- Acceso irrestricto al crédito interno.
- Libre contratación de tecnología y remesa de regalías.
- Libertad para adquirir acciones de propiedad de inversionistas nacionales.
- Libertad para contratar en el exterior seguros para su inversión.
- Posibilidad de suscribir con el Estado Convenios de Estabilidad Jurídica para su inversión en el país.

Con la finalidad de complementar el marco jurídico para propiciar la inversión privada y crear el adecuado clima para fomentar un mayor flujo de inversiones extranjeras, se ha facilitado al inversionista el acceso a mecanismos de carácter multilateral, bilateral e interno que otorgan garantías y protección a su inversión con el respaldo entre otras entidades del Banco Mundial.



CONCLUSIONES

Los últimos datos publicados reflejan que en términos generales las exportaciones totales del sector agrícola habrían alcanzado los US\$ 600 millones al cierre del año pasado, lo cual significaría una caída del 2.3% con relación al 2000, en que las ventas al exterior de este sector fueron de US\$ 614 millones.

Frente a esto tenemos que en el sector de la paprika, las exportaciones se habrían incrementado mucho durante los últimos años y es que a diferencia de las exportaciones totales de este sector agrícola y de los productos tradicionales, que también habrían registrado una caída en el 2001, las exportaciones no tradicionales habrían crecido (21%), llegando a un monto de US\$ 450 millones.

Estos datos reflejan como a pesar del un decaimiento del sector en general, la cantidad de las exportaciones de los productos llamados “no tradicionales” como la paprika ha crecido. Por eso existe interés por parte de las autoridades del país en que se conviertan en las alternativas para los agricultores, que ya no pueden cultivar los productos tradicionales cuyo mercado esta agotado y precios están a la baja.

Por lo tanto nos encontramos con un producto y un mercado que reflejan:

- La disponibilidad para abastecer a los compradores, con un incremento en la producción sostenido y con previsiones de que este crecimiento se mantenga estable durante las próximas campañas.
- La calidad de un producto que esta cumpliendo los requisitos de los importadores y satisfaciendo a las empresas españolas que hasta ahora se están abasteciendo del Perú.
- El interés de los productores en continuar produciendo pero que sin embargo se enfrentan a la falta de tecnología como consecuencia a su vez de la falta de liquidez para afrontar la inversión.
- El gobierno peruano facilita legalmente la inversión extranjera para apoyar la falta de liquidez de la empresa local y como motor de reactivación económica del sector.
- Facilidades para encontrar el financiamiento por medio de Cofides creando una empresa mixta con un socio Peruano.

Todos estas conclusiones aconsejan no solo él continuar abasteciéndose de materia prima en este mercado sino que al mismo tiempo se plantea el ir un paso más adelante al aconsejar la posibilidad de una inversión en el país creando una empresa mixta. De esta manera lo que se busca es que lo que se exporte no sea únicamente una materia prima sino un producto procesado y con un valor añadido.



ANEXOS Y DATOS PRACTICOS

Ferias y Ruedas de Negocios

Alimentaria es la feria de alimentación que reúne a las principales empresas del sector agroalimentario. En ella durante la feria del 2001 tuvo lugar una rueda de negocios sobre el sector agrícola llamada Perú Agro en la que se congregaron varias empresas productoras y exportadoras de paprika. Para la edición de este año la feria tendrá lugar del 10 al 14 de Setiembre. Más información sobre Alimentaria 2002 se puede obtener directamente a través del organizador.

Ferias Multisectoriales - Jorge Herrera (Director de Operaciones)

Paseo de la República 571, Piso 12

La Victoria, Lima 13

Tel. (511) 3301991 / 3328115

Fax. 431-2366

Correo Electrónico: feriasmulti@mixmail.com

Exportadores de Paprika participantes en Rueda de Negocios Perú Agro 2001						
Razon Social	Representante	Telf	Fax	email	dirección	Productos
Greenhill Food S.A.	Frank Bhimajyani	446-3229	444-0266	greenhill@terra.com.pe	Av. Larco 743 Of. 402 Miraflores Lima	Derivados de Cacao, Quinua, Kiwicha, Kurcuma, Paprika.
Agrobasa	Alfonso Poblete	441-5929	440-7135	a.pobletev@agrobasa.com	Choquehuanca 845 Lima 27 Lima	Harina de Marigold, Harina de Paprika, Cebolla Amarilla, Pimenton, Frijol Castilla, Saponificado de Marigold, Saponificado de Paprika, Oleorresina de Marigold.
Alimentos del Sur SAC	Urrunaga Dalla Porta	054-844-513	054-844-513	alisurt@terra.com.pe	Avenida del Ejercito 435 Tacna Tacna	Aceitunas, Paprika, Oregano
Corporación Miski S.A.	Manuel Carrillo Thome	336-6667	336-8594	mcarrillo@miski.com.pe	Luis Carranza 1921. Cercado de Lima Lima	Páprika molida, Páprika seco entero
R Muelle S.A.	Ricardo Muelle	429-5487	465-5529	rm2600@terra.com.pe www.rmuelle.com	LJr. Miller 450. Of. 603 Callao Callao	Nuez del Brasil, Aceitunas, Maiz Gigante, Menestras, Paprika



Datos de principales Exportadores en el año 2000

Principales Exportadores en el año 2000									
Frutos de los géneros capsicum o pimienta, secos, triturados o pulverizados									
Empresa	FOB (US\$)	Peso Neto (Kg)	Peso Bruto (Kg)	% Part.	Dirección	Teléfono	Fax	Gerente General	E-mail / Web
TOTAL	5.897.044,31	3.352.339,28	3.379.355,62	100,00					
CORPORACION MISKI S.A.	578.167,17	322.845,30	326.234,00	9,80	José Luis Carranza 1921, Lima 1	3366667	3368594	Manuel Carrillo Thome	rgomez@miski.com.pe / www.miski.com.pe
PRODUCTOS AGRICOLAS DIMAS MEDINA E.I.R.L.	528.846,00	282.240,00	283.416,00	8,97	Av. Gregorio Albarracín 210, Tacna			Dimas Medina Meza	
AGRO-INDUSTRIAS SAVARIN S.A.	521.402,17	279.364,00	280.019,40	8,84	Av. Juan de la Torre 101- Arequipa				
TRANSTURIN S.A.C.	498.619,60	264.811,00	267.798,50	8,46	Av. Pizarro 230, Paucarpata- Arequipa			Guido Rivera Comejo	
JASABUS TRADING S.A.C.	493.636,22	298.252,58	299.317,47	8,37	Av. Industrial 318, Paucarpata - Arequipa	54-255855	255368	Alvaro Bustamante Olivares	agro@terra.com.pe
EFADA S.A.	362.265,57	184.798,92	185.777,04	6,14	Calle Vargas Machuca 437- Lima 43	3625512	3625512		efada@terra.com.pe
EXPROCOM S.A.C.	357.763,53	160.000,00	160.198,00	6,07	Av. Aviación 3362 Of. 401-Lima 41			Mario Valfre Denegri	
SOCIEDAD AGRICOLA SATURNO SA	322.634,20	177.796,41	178.550,00	5,47	Av. Salaverry 2461, San Isidro Lima	2643772	2643654	Paul Barclay Rey de Castro	pimienta@amauta.rp.net.pe
COLORANTES DEL PERU S.A.	301.104,00	167.280,00	168.000,00	5,11	Av. Bolognesi 118 A, F 2, Yanahuara- Arequipa				
MC & M.S.A.	229.677,77	155.953,25	156.344,83	3,89	Jerusalem 201, Int. E3 piso 1- Arequipa	54-241812	54-241812		mcm@ucsm.edu.pe

Datos de Cofides

Compañía Española de Financiación del Desarrollo, COFIDES, S.A.

Príncipe de Vergara, 132. Planta 12

28002 Madrid

Teléfonos: 91 562 60 08

91 745 44 80

Fax: 91 561 00 15

E-mail: cofides@cofides.es