

## LAS EXPORTACIONES AGRÍCOLAS CRECIERON EN OCTUBRE

Los envíos peruanos siguen creciendo, aunque con tasas más bajas, debido a la dinámica de los principales productos de la canasta agrícola que han mostrado una contracción en sus exportaciones.



De acuerdo con las estimaciones de *FreshFruit*, los envíos de productos peruanos sumaron US\$ 729 millones en octubre, 2.8% por encima del mismo mes del 2019. Con este resultado, las exportaciones agrícolas en lo que va del año alcanzaron los US\$ 5,565, un valor 1.14% superior al obtenido el año previo. Con estos valores, el sector agroexportador se consolida como el único motor de la economía peruana que sigue creciendo, a pesar del impacto negativo de la pandemia del COVID-19.

### PRODUCTOS QUE IMPULSARON EL CRECIMIENTO

El crecimiento de las agroexportaciones peruanas en octubre estuvo impulsado por mayores envíos de productos del género capsicum, alcachofas, jengibres y naranja, los cuales representaron 8% de la canasta agrícola peruana.

En octubre, las exportaciones de capsicum sumaron 13,569 toneladas por US\$ 27 millones, 28% más en volumen y 35% más en valor con respecto al mismo periodo en el 2019. Gracias al incremento de los envíos, las hortalizas elevaron su participación en la canasta agroexportadora de 2.8% a 3.7%, consolidando su posición como el sexto producto más importante del mes. Con el alza de la oferta, el precio de los capsicum disminuyó 6%, hasta alcanzar un valor de US\$ 1.96 por kilogramo. Los principales destinos fueron España, con 38% de participación, y Estados Unidos, con 36%. De los mercados mencionados, el que pagó precios más altos fue Estados Unidos, con US\$ 2.04 promedio por kilogramo, mientras que en España se pagó US\$ 1.77 por kilogramo. Otros destinos que se deben mencionar son Alemania y el Reino Unido, que pagaron US\$ 2.14 y US\$

2.19 por kilogramo, respectivamente. Los compradores que destacaron fueron Virú Ibérica S.L., con 8% de participación; Compre y Compare S.A., con 7%, y Conservas del Cidacos S.A., con 4%; todas empresas españolas.

En el caso de la alcachofa, el Perú exportó 6,337 toneladas por US\$ 15 millones, 12% más en volumen y 10% más en valor en comparación al 2019. Gracias al incremento de los envíos de la hortaliza, se consolidó como el octavo producto más importante de la canasta agrícola en octubre, con 2.1% de participación (similar a la del 2019). La mayor oferta de alcachofa en este mes ocasionó una reducción de 2% en los precios, hasta alcanzar un valor de US\$ 2.40 por kilogramo. Los destinos que destacaron fueron Estados Unidos, con 48% de participación, y España, con 34%. En estos mercados se pagó por la hortaliza US\$ 2.50 y US\$

### EL DATO

#### CAEN LOS ENVÍOS DE ARVEJA

Las exportaciones de arveja sumaron 1,683 toneladas en octubre del 2020, una cantidad inferior a la enviada el mismo mes del año pasado (2,190 toneladas). En comparación al 2019, los envíos totales de la legumbre cayeron 23%. Los principales destinos de la arveja fueron Estados Unidos (con 36% de participación) y el Reino Unido (con 31%). Entre los exportadores más destacados estuvieron Fair Fruit Perú S.A.C., con 27% de participación, y Agrícola Cuyuma S.A., con 13%.



**20**  
embarcadores



**35**  
compradores



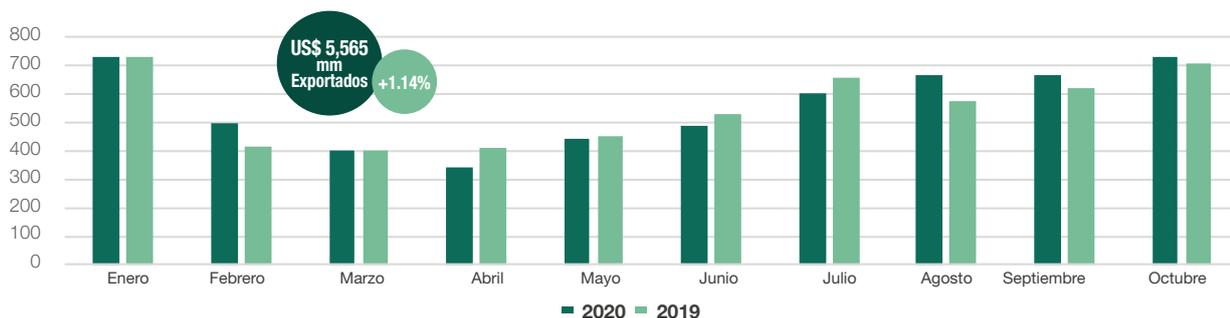
**1,683**  
toneladas (volumen bruto)



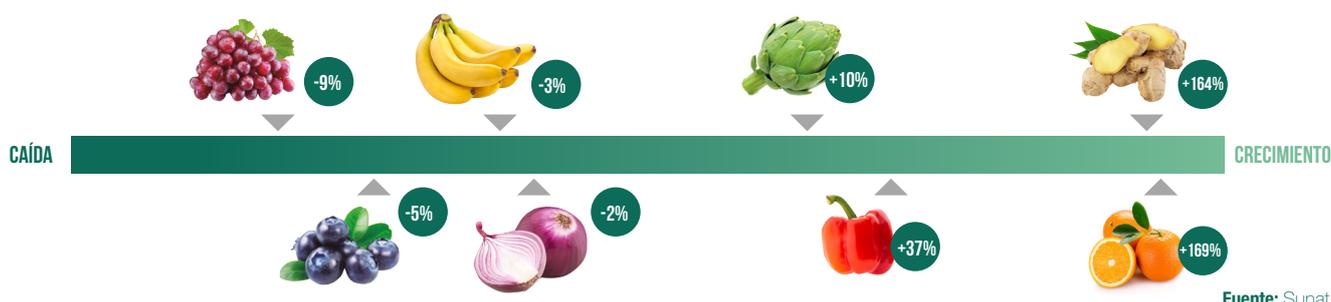
**13**  
países

Continúa en la siguiente página →

## Evolución de las exportaciones agrícolas peruanas (US\$ millones)



## Variación de las exportaciones de los principales productos (valor 2020/valor 2019)



Fuente: Sunat

2.25 por kilogramo, respectivamente, siendo con ello los destinos que mejor pagaron por el producto. Respecto a los compradores de alcachofa peruana, destacaron Atalanta Corp., empresa estadounidense con 9% de participación; Lidl Stiftung & Co., empresa europea con 8%; y Cynara Eu S.L., otra empresa que provee a Europa con 7%.

Otro producto que siguió sorprendiendo en octubre fue el jengibre, cuyas exportaciones sumaron 5,590 toneladas por US\$ 12 millones, lo que significó un incremento de 104% en volumen y 164% en valor en comparación al 2019. El buen desempeño de la raíz le permitió posicionarse como el noveno producto de la canasta agroexportadora con 1.6% de participación, un punto porcentual más respecto al año anterior. El crecimiento del jengibre estuvo acompañado de un incremento en los precios de 29%, hasta alcanzar los US\$ 2.08 por kilo. Los destinos más importantes del jengibre en octubre fueron los Países Bajos, con 51% de participación, y Estados Unidos, con 24%. En el país europeo se pagó US\$ 1.62 por kilogramo de jengibre, mientras que en el mercado norteamericano se pagó US\$ 3.07 por kilogramo. Este último fue el destino

que más pagó por el jengibre. En cuanto a los compradores, este mes destacaron Smart Group Traders Inc., empresa estadounidense con 6% de participación, y Roveg Fruit B.V., empresa holandesa con 5%.

Finalmente, la naranja fue uno de los productos que se vio beneficiado con los cambios de tendencia. En octubre, el Perú exportó 4,997 toneladas del cítrico por US\$ 5 millones, 4% más en volumen y 169% más en valor. Gracias a su crecimiento, la naranja se posicionó como el décimo segundo producto más importante de la canasta agroexportadora, con 0.6% de participación (0.4 puntos porcentuales más que en el 2019). La buena acogida de la fruta permitió que el precio incrementara 158%, hasta alcanzar un valor de US\$ 0.94 por kilogramo. Los principales destinos fueron el Reino Unido, con 62% de participación, y los Países Bajos, con 25%. En el primer mercado se pagó US\$ 1.04 por kilogramo, mientras que en el segundo se pagó US\$ 0.60 por kilogramo. Resaltó también Suiza, país que pagó US\$ 2.40 por kilogramo. Los principales compradores de naranja peruana fueron Grencell Ltd., empresa inglesa con 36% de participación, y Fruity-Line B.V., empresa holandesa con 18%.

## PRODUCTOS QUE REDUJERON SUS EXPORTACIONES

En octubre, los principales productos de la canasta agroexportadora que redujeron sus exportaciones fueron el arándano, la uva, la cebolla y el banano, que en conjunto representan el 40% de los envíos.

Las exportaciones del *berry* peruano sumaron 43,328 toneladas por US\$ 200 millones, 39% más en volumen y 5% menos en valor. Los resultados obtenidos por el arándano lo posicionaron como el principal producto de la canasta en octubre, con 28% de participación (2 puntos porcentuales menos que en el 2019). La sobreoferta peruana de arándano en el mundo tuvo un impacto negativo en los precios, que cayeron 32% hasta alcanzar US\$ 4.62 por kilogramo. Los principales mercados fueron Estados Unidos, con 51% de participación, y los Países Bajos, con 29%. En el país norteamericano es donde más está siendo afectado el valor la fruta, pues la sobreoferta ha tenido un impacto tan significativo en los precios que ha puesto en riesgo a los productores locales. En ese país, el precio del arándano peruano fue de US\$ 4.63 por kilogramo, mientras que en los Países Bajos fue de US\$ 4.73 por kilogramo. Los destinos que pagaron



más por el *berry* peruano fueron Singapur, con US\$ 12.30 por kilo, y Tailandia, con US\$ 8.30 por kilogramo. Los principales compradores fueron Hortifrut Imports Inc., con 12% de participación, y Camposol Fresh USA Inc., con 7%; ambas empresas norteamericanas.

En el caso de la uva, las exportaciones peruanas sumaron 28,454 toneladas por US\$ 66 millones, 10% más en volumen y 9% menos en valor en comparación al 2019. Los resultados obtenidos en este mes son producto de un inicio tardío de la campaña peruana. De acuerdo con la Asociación de Productores de Uva, se espera que las exportaciones de uva crezcan en comparación al año anterior. La participación de la fruta en la canasta agroexportadora fue de 9%, un punto porcentual menos, posicionándose como el segundo producto más importante del mes. A pesar de la contracción de la oferta, la uva peruana ha mantenido un precio de US\$ 2.32 por kilogramo, similar al del 2019 (US\$ 2.30 por kilogramo). Los principales destinos de la uva peruana en el mes de octubre fueron los Países Bajos, con 32% de participación; el Reino Unido, con 19%, y Estados Unidos, con 15%. En los mercados europeos mencionados se ha pagado más de US\$ 2.5 por kilogramo, mientras que en el mercado norteamericano se pagó US\$ 2.25 por kilogramo. Además, se debe mencionar a España, mercado que pagó US\$ 2.76 por kilogramo. Los principales compradores fueron Parallel UK

Ltd., empresa inglesa con 4% de participación, y The Grape Hub Europe B.V., empresa holandesa con 3%.

La cebolla también vio contraerse sus envíos. En octubre, las exportaciones de la hortaliza sumaron 33,368 toneladas por US\$ 16 millones, 25% menos en volumen y 2% menos en valor. A pesar de su contracción, la cebolla se posicionó como el séptimo producto de la canasta agroexportadora con 2.2% de participación (similar al 2019). El precio de la cebolla peruana se ve beneficiado con la contracción de la oferta, con un crecimiento de 31%, hasta alcanzar US\$ 0.48 por kilogramo. Los principales destinos de la cebolla fueron Estados Unidos, con 69% de participación, y Colombia,

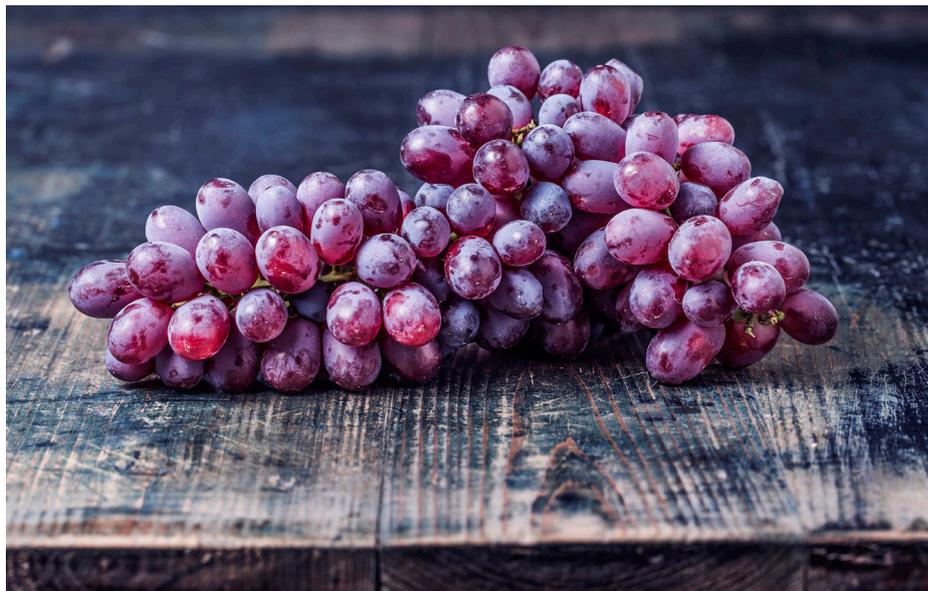
con 19%. En el primer destino se pagó US\$ 0.48 por kilogramo, mientras que en el segundo se pagó US\$ 0.21 por kilogramo. Cabe mencionar que otro país que pagó precios altos fue España, con US\$ 0.42 por kilogramo. Los compradores que destacaron fueron Shuman Farms Inc., con 20% de participación, y Bland Farms Llc., con 16%; ambas empresas norteamericanas.

Finalmente, las exportaciones de banano sumaron 16,445 toneladas por US\$ 11 millones, un volumen similar al del 2019 y un valor 3% menor. Esta fruta se consolidó como el décimo producto más importante de la canasta en octubre, con 1.5% de participación, similar al año anterior. El precio del banano peruano fue de US\$ 0.68 por kilogramo, 3% menor al obtenido en el 2019. Los principales mercados del banano fueron los Países Bajos, con 30% de participación, y Panamá, con 25%. En la mayoría de mercados, el precio de la fruta estuvo alrededor de US\$ 0.65 por kilogramo. Sin embargo, resaltaron Corea del Sur, Japón y el Reino Unido, que pagaron más de US\$ 0.80 por kilogramo. En cuanto a los compradores, destacaron Chiquita Panamá Llc., empresa panameña con 25% de participación, y Port International Organics GmbH., empresa alemana con 11%.



## ¿QUÉ ESPERAR DEL MERCADO DE UVA EN ESTADOS UNIDOS?

La producción de uva californiana, principal proveedor local en Estados Unidos, ya llegó a su pico más alto con resultados poco favorecedores. Hasta la primera semana de noviembre, la producción de uva en California alcanzó un volumen de 556,476 toneladas, equivalentes a 63,984 cajas de 19 libras, 9% menos en comparación al mismo periodo en el 2019. Los resultados observados son menores a las estimaciones de la Comisión de Uva de Mesa de California el mes pasado, que señaló que la producción caería 1.5%. Cabe mencionar que al inicio de la campaña, la comisión estimó que cerraría con un crecimiento de 2.1%.



En este contexto, con una menor oferta local, el país está optando por incrementar sus importaciones. Uno de los proveedores más beneficiados con esta decisión es el Perú, el cual recién inició su campaña y compite únicamente con la producción local hasta el mes de enero. Solo en octubre, los envíos peruanos al país norteamericano sumaron

4,413 toneladas, 415% más con respecto al mismo mes en el 2019. Asimismo, se debe señalar que la escasez de producto ha ocasionado un incremento en los precios de 18%, por lo cual se esperaría que la uva peruana se coticie entre US\$ 3.50 y US\$ 4.50 por kilogramo en los meses que quedan del año.

## BUENA ACOGIDA DE PRODUCTOS PERUANOS EN ESPAÑA



Las importaciones españolas de fruta sumaron un valor de US\$ 2,031 millones durante el primer semestre del 2020, un 13.9% por encima de lo registrado en el mismo periodo del año anterior. De dicho total, US\$ 133 millones fueron provistos por el Perú, siendo un 37.5% más que en el 2019. Esto le dio al Perú un 6.6% de participación y lo posicionó como el tercer proveedor de frutas a España, mejorando dos ubicaciones respecto del año previo. En cuanto a los principales productos de exportación, resaltaron las paltas y los mangos, con 59.5% y 19.1% de participación, respectivamente. En el caso del primer producto, el valor importado ascendió a US\$ 79 millones, un 51.6% más que en el primer semestre de 2019. Los mangos, por su parte, sumaron US\$ 26 millones, un 3.9% menos que el año anterior. Los principales compradores en este mercado fueron Conservas el Cidacos S.A., con 8% de participación; José Luis Montosa S.L., con 7%, y Trops Import-Export S.L.U., con 5%.



## MECADO GLOBAL DE JENGIBRE

Las importaciones de jengibre a nivel mundial han incrementado en el primer semestre del año. Los Países Bajos y Estados Unidos se mantuvieron como los principales importadores de este producto, mientras que el Perú resaltó como exportador a dichos destinos.

Durante el primer semestre del año, las importaciones de jengibre sumaron US\$ 467 millones, superando en 19.3% lo del 2019. Entre los principales compradores de dicho producto se encontraron los Países Bajos y Estados Unidos, con un 18% y 17.1% de participación en el ranking mundial de importaciones.

En el caso de los Países Bajos, las adquisiciones sumaron US\$ 84 millones, 60.9% más que en el 2019. China y el Perú

se mantuvieron como los proveedores principales a este mercado, con un 75.8% y 8.7% de participación, respectivamente. Los envíos chinos sumaron US\$ 64 millones, un 51.1% más que en el 2019, mientras que los envíos del Perú resaltaron al incrementarse un 144.5% y sumar US\$ 7 millones.

En cuanto a Estados Unidos, el valor importado ascendió a US\$ 80 millones, un 37% más que en 2019. China y el Perú fueron también los principales proveedores, con 41.2% y 24.2% de participación, respectivamente. No obstante, en este caso las importaciones chinas de jengibre cayeron un 11.3% al sumar US\$ 33 millones. Las de origen peruano, por su parte, sumaron US\$ 19 millones, lo que significó un crecimiento de 123.8%.

## ENVÍOS DE DURAZNO EN CAÍDA

Las exportaciones peruanas de durazno, entre enero y octubre, sumaron 1,275 toneladas brutas, 21% menos con respecto al mismo periodo en el 2019. Con esta fruta, el Perú llegó a dos destinos: Estados Unidos, con 99% de participación, y Ecuador, con 1%. Cabe resaltar que en el 2019, el durazno peruano llegó únicamente a Estados Unidos, con volúmenes significativos. En cuanto a los proveedores, solo dos empresas enviaron la fruta: Procesadora Laran S.A.C., con 96% de participación, y Multifoods S.A.C., con 4%. Por otra parte, los principales compradores en el periodo señalado fueron Dole Packaged Foods Llc., con 94% de participación; Transnational Foods Llc., con 4%, y Walmart Inc., con 1%; todas empresas norteamericanas.



## CRECEN ENVÍOS DE PIQUILLO



En lo que va del año, hasta el mes de octubre, las exportaciones peruanas de pimiento piquillo sumaron 16,884 toneladas brutas, 4% más en comparación al mismo periodo en el 2019. Durante el periodo analizado, la hortaliza se dirigió principalmente a España, con 76% de participación, y a Alemania, con 10%. En ambos destinos, los envíos peruanos tuvieron una buena acogida y crecieron 5% y 51%, respectivamente. Este año, el tercer destino más importante estuvo en los Países Bajos, que desplazó a Estados Unidos (país donde la oferta peruana se contrajo 18%) y a Francia (país donde la oferta se contrajo 47%), a pesar que el Perú redujo sus envíos al mercado en 16%. Respecto de los principales exportadores de pimiento piquillo, destacaron Ecosac Agrícola S.A.C., con 41% de participación, y Virú S.A., con 17%. Por otra parte, los principales compradores fueron Virú Ibérica S.L., con 18% de participación, y Conservas el Cidacos S.A., con 10%; las cuales son empresas españolas.

## RESUMEN DE LA SEMANA 45

	PRODUCTO	CAJAS	VOLUMEN BRUTO (KG)	CONTENEDORES	VARIACIÓN ANUAL (%)
	ESPÁRRAGO	825,978	6'159,639	267	-1%
	UVA	2'261,249	17'593,350	1,006	4%
	ARÁNDANO	2'841,431	10'564,405	670	11%
	<b>TOTAL</b>	<b>5'928,658</b>	<b>34'317,394</b>	<b>1,943</b>	<b>-</b>

## PRODUCTO DE LA SEMANA 45 / PAPRIKA



### EXPORTADOR: S & M FOODS

Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Destinos en la semana
<b>151,270 KG</b>	<b>2<sup>o</sup></b>	<b>14%</b>	<b>4</b>

### COMPRADOR: OVERSEAS PRODUCTS & SPICES CORP.



Volumen de la semana	Puesto en campaña	Participación en campaña	Proveedores peruanos en la semana
<b>60,460 KG</b>	<b>4<sup>o</sup></b>	<b>5%</b>	<b>2</b>

**FRESH FRUIT NEWS**  
© R&C Holding S.R.L.

Enrique Olivero N.º 190,  
San Borja, Lima, Perú  
Teléfono: (+511) 437 4445  
[www.freshfruit.pe](http://www.freshfruit.pe)

**Director:** Luis Corvera Gálvez  
**Editores Generales:** Christian Navarro, Azucena León  
**Gerente de Marketing:** Blanca Velásquez  
**Corrector de Estilo:** Paul Saavedra  
**Análisis:** Gabriela Roldán  
**Redacción:** José Manuel Chupillón, Ronan Ríos  
**Dirección de Arte y Diseño:** Melina Tirado  
**Diagramación:** Julissa Muñante, Danny Aliano