



Perspectivas de las Agroexportaciones peruanas

Eduardo Ferreyros

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

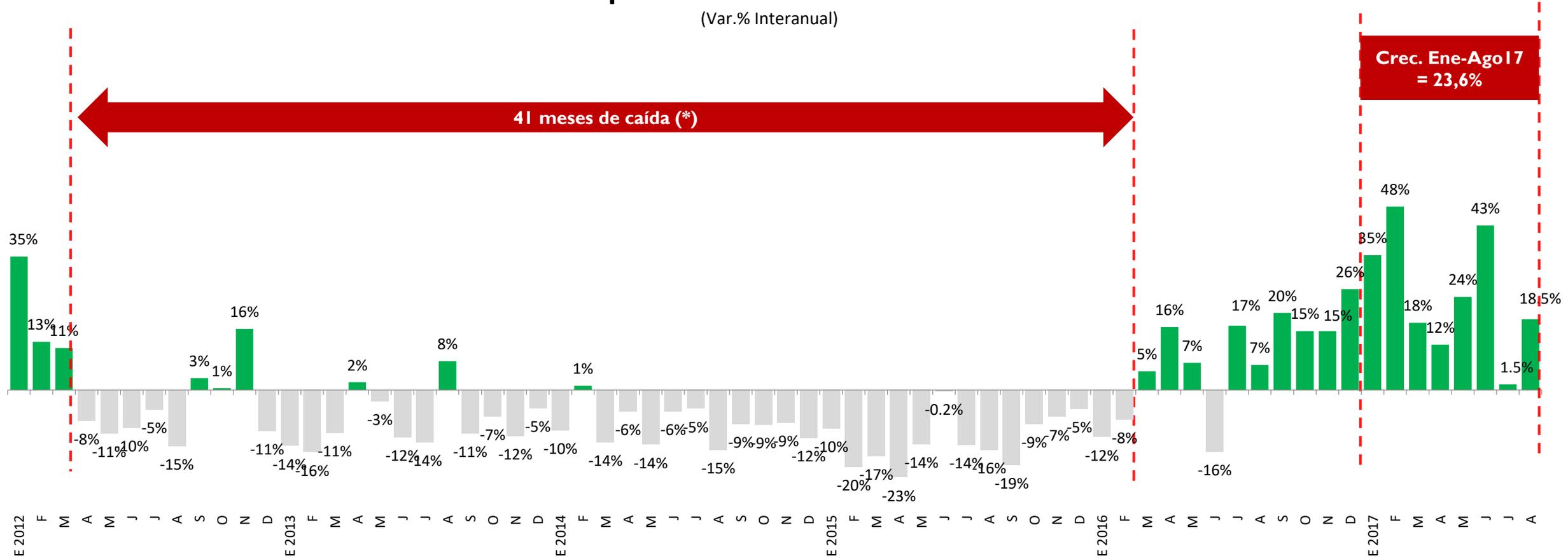
octubre 2017



Después de 41 meses de caída, las exportaciones crecen sostenidamente desde julio 2016. Entre enero y agosto 2017 las exportaciones han crecido 23,6%

Exportaciones Totales - FOB

(Var.% Interanual)



Fuente: SUNAT

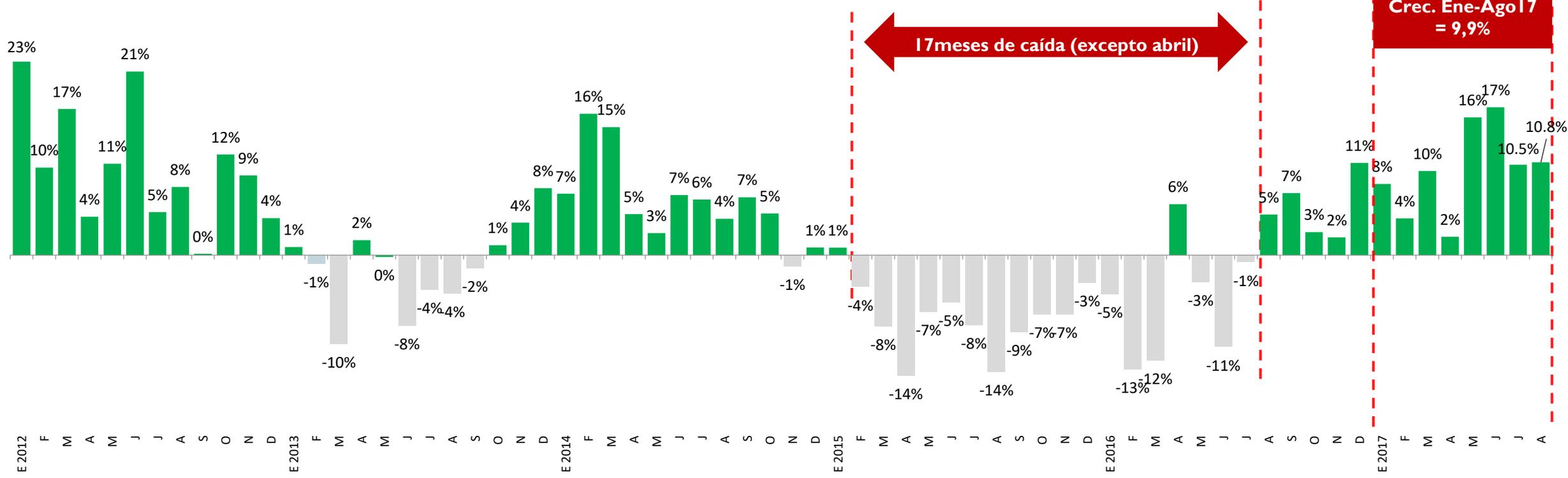
Elaboración: MINCETUR

(*) Excepto (sep.12, oct.12, nov.12, abr. 13, ag. 13 y feb 14)

Las exportaciones no tradicionales crecen sostenidamente desde agosto 2016, después de 17 meses de caídas. En lo que va del año han crecido 9,9%

Exportaciones No Tradicionales - FOB

(Var.% Interanual)



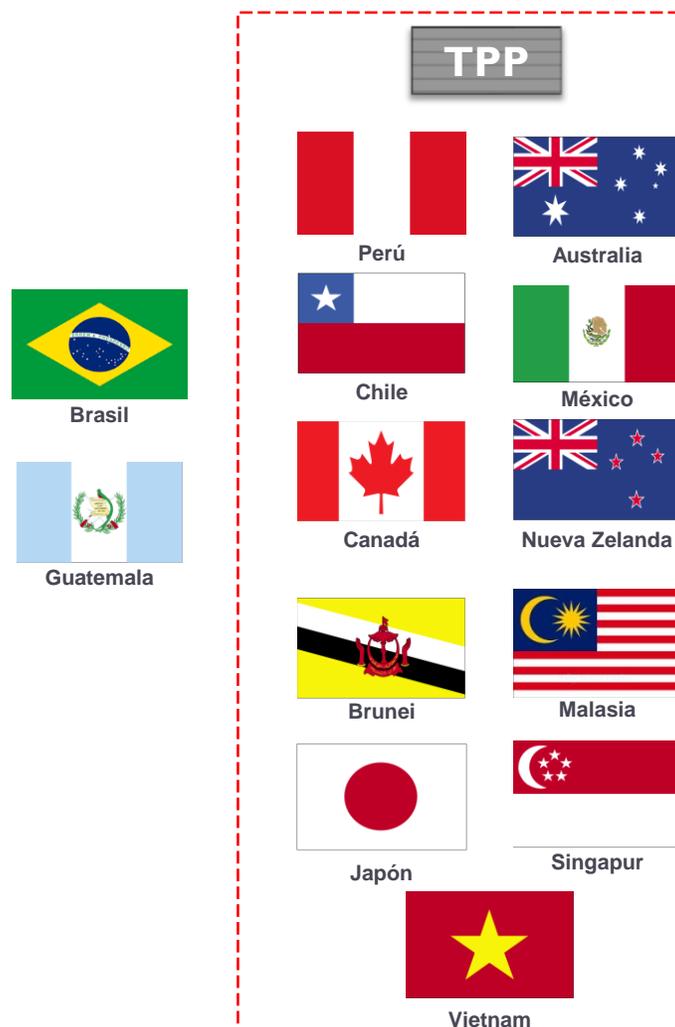
Fuente: SUNAT
Elaboración: MINCETUR

Aprovechando la Red de Acuerdos Comerciales del Perú

Vigentes



Firmados



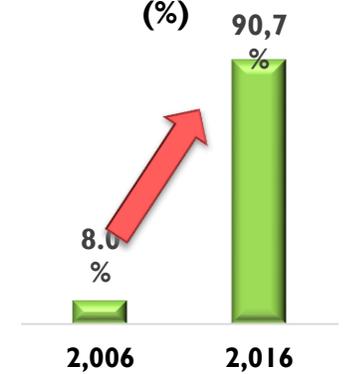
Negociación



Factibilidad



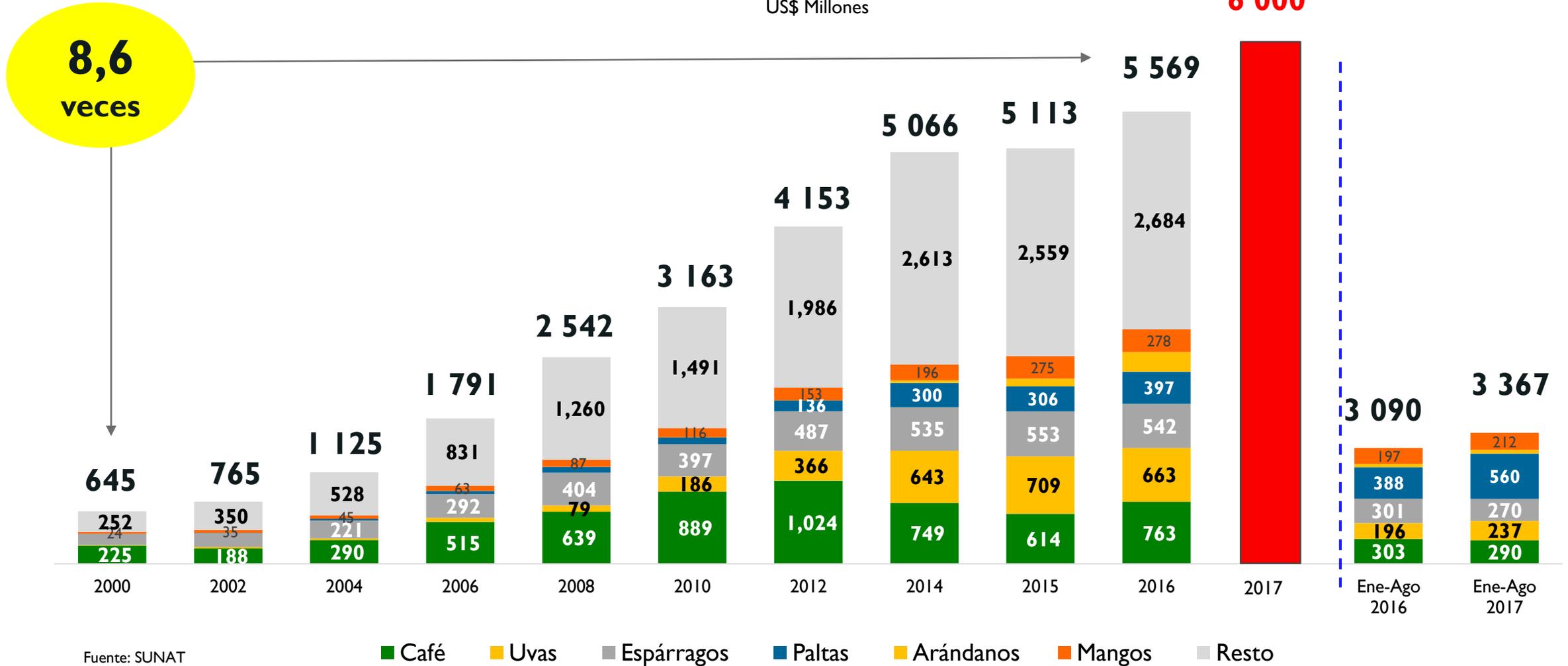
Cobertura de Acuerdos Comerciales en Exportaciones (%)



Al 2025 se espera contar con **27** acuerdos comerciales en vigencia que involucren a más de **72** socios comerciales

Desde el 2010 el sector agroexportador ha crecido 8,6 veces al registrar US\$ 5 569 millones. Al finalizar 2017 superaremos los US 6 mil millones.

Evolución de las Agroexportaciones US\$ Millones



Principales productos Agropecuarios y mercados de destino 2016

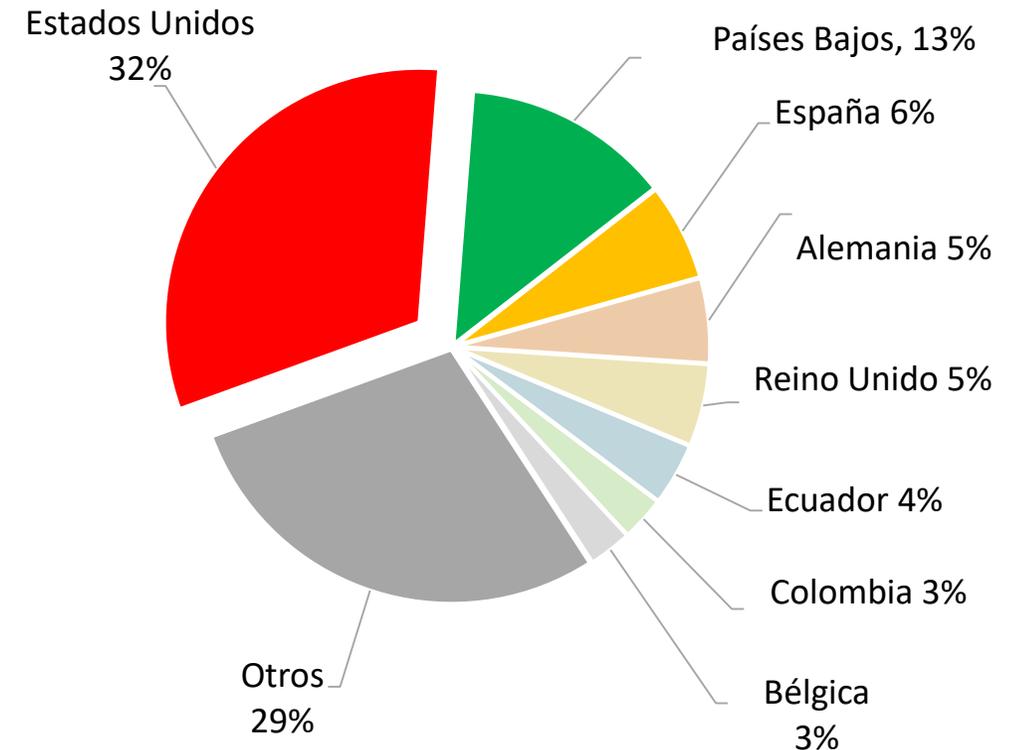
2016: Exportación de Productos Agropecuarios por encima de los US\$ 50 millones



20 productos superaron los US\$ 50 millones

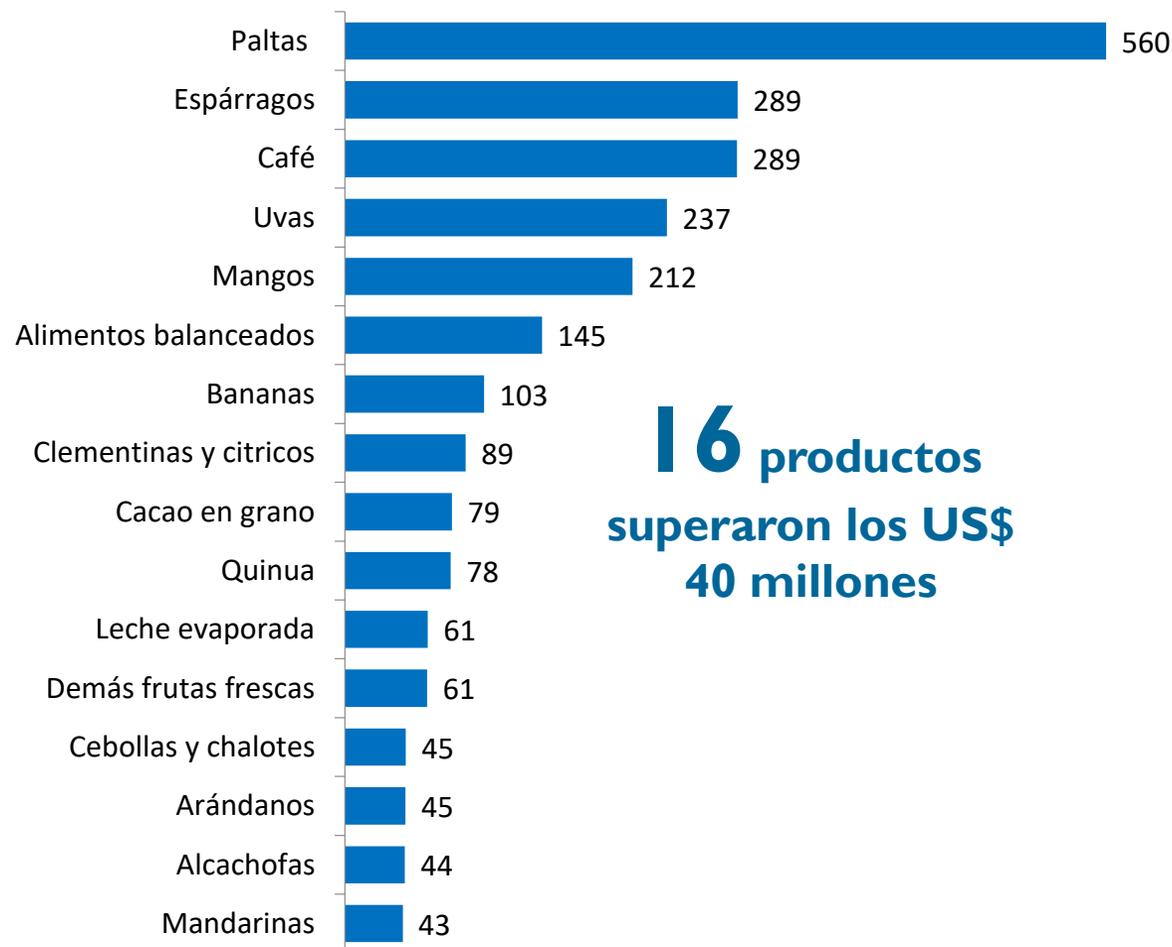
2016: Principales Mercados de destino

Part.% en US\$ Millones



Principales productos Agropecuarios y mercados de destino Enero-Agosto 2017

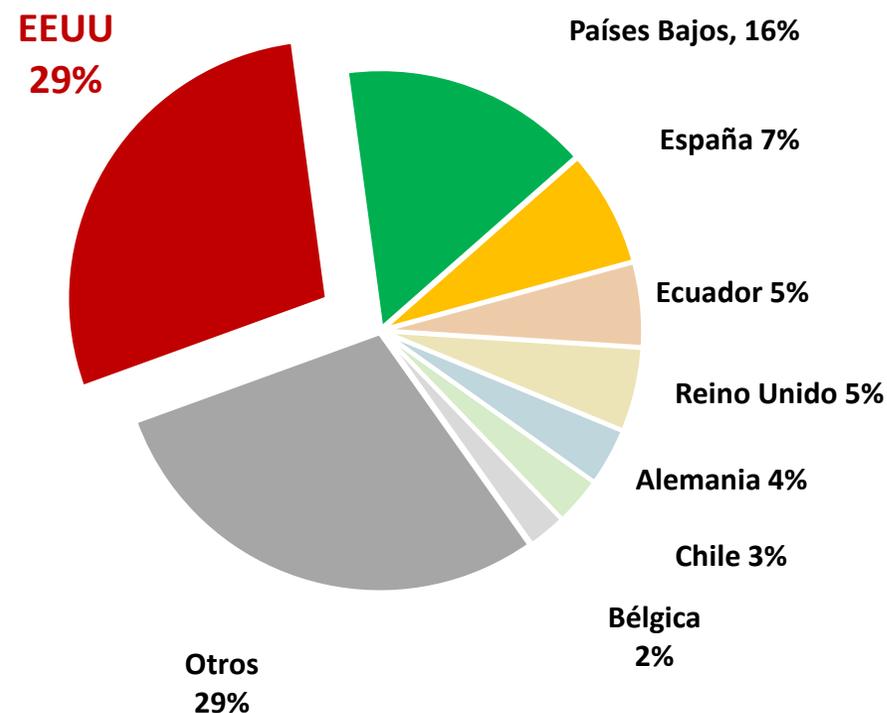
Ene-Ago 2017: Exportación de Productos Agropecuarios por encima de los US\$ 40 millones



16 productos superaron los US\$ 40 millones

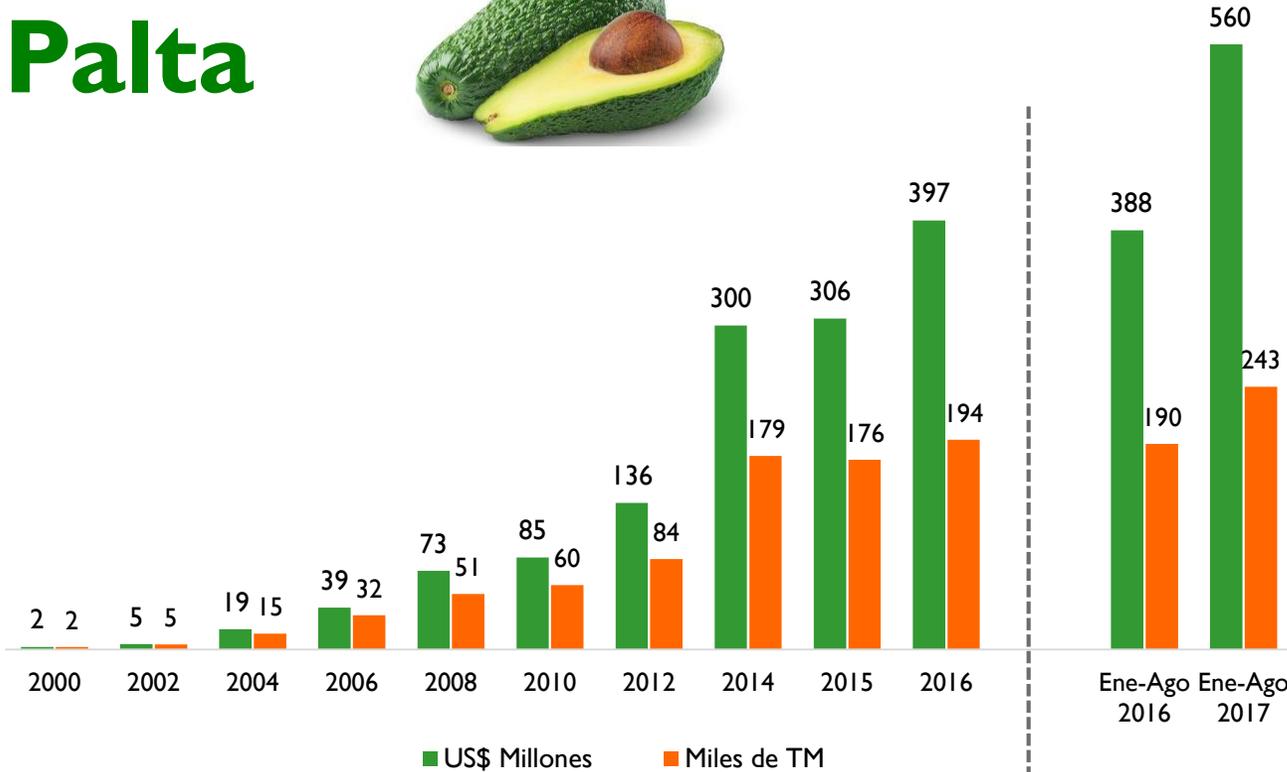
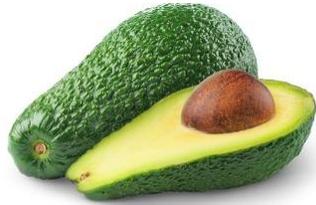
Ene-Ago 2017 : Principales Mercados de destino

Part.% en US\$ Millones



La palta se ha convertido en el principal producto de agroexportación -concentra el 17% del total-. Su principal mercado de destino es Países Bajos (36% del total)

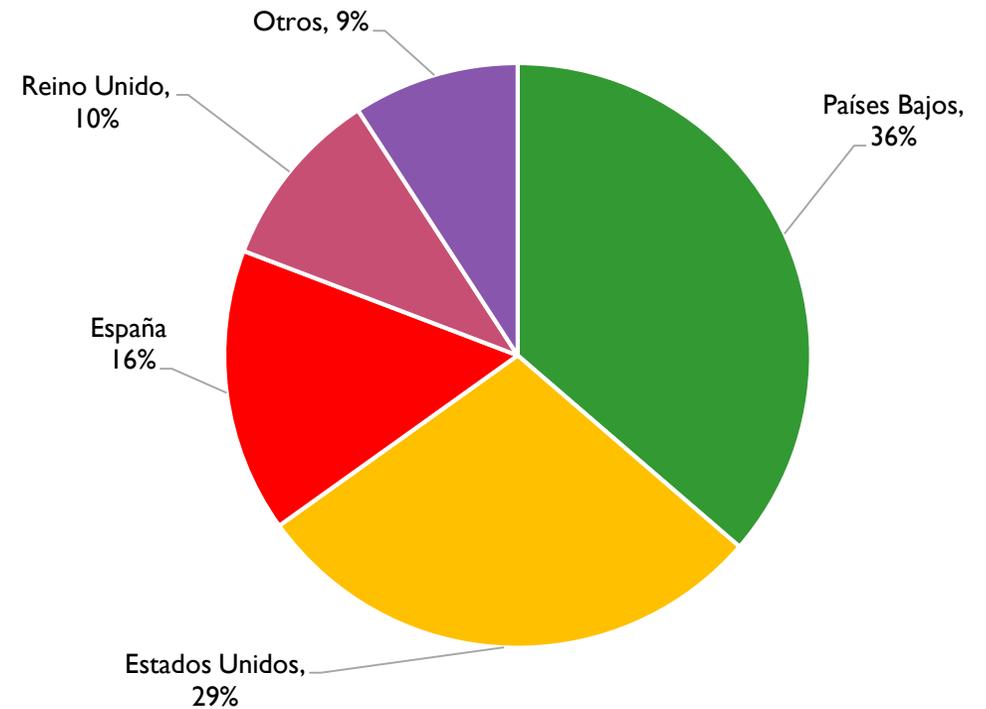
Palta



Fuente: SUNAT

Principales Mercados

Part.% Ene-Ago 2017 en US\$ Millones



Fuente: SUNAT

Paltas



Actualmente nuestro principal comprador es **Países Bajos**, al que le exportamos **US\$ 90 Millones**, sin embargo el potencial es **US\$ 120 millones**

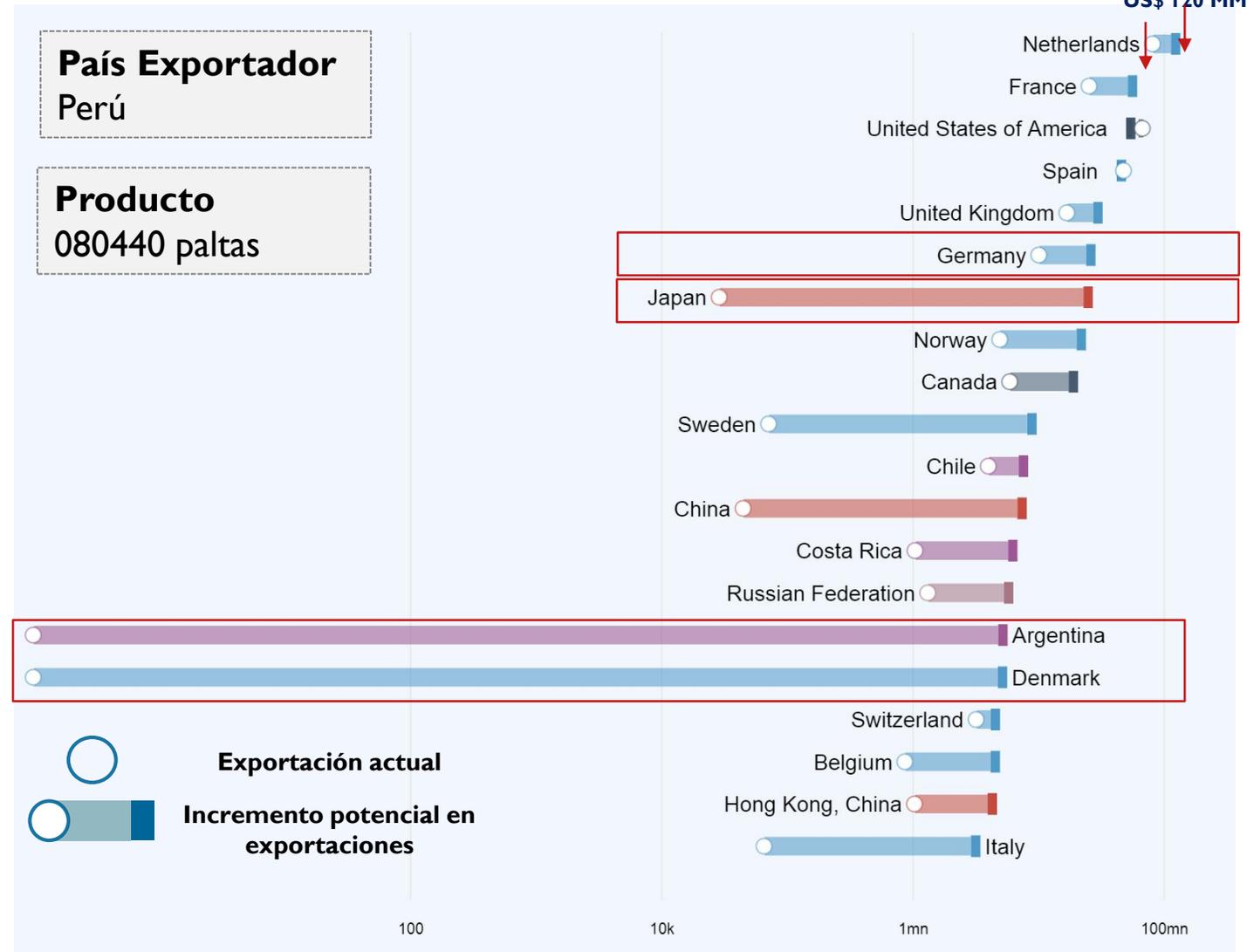
En términos potencial, destaca **Japón**, cuyas exportaciones son poco significativas (menos de 1 millón), **sin embargo**, tenemos potencial para superar los **US\$ 20 millones**.

En el caso de **Alemania**, sólo le exportamos **US\$ 10 millones** pero tenemos potencial para superar los **US\$ 22 millones**.

Asimismo, destaca **Argentina y Dinamarca**, mercados a los cuales no les exportamos palta pero podemos exportarles por un valor de **US\$ 5 millones**.

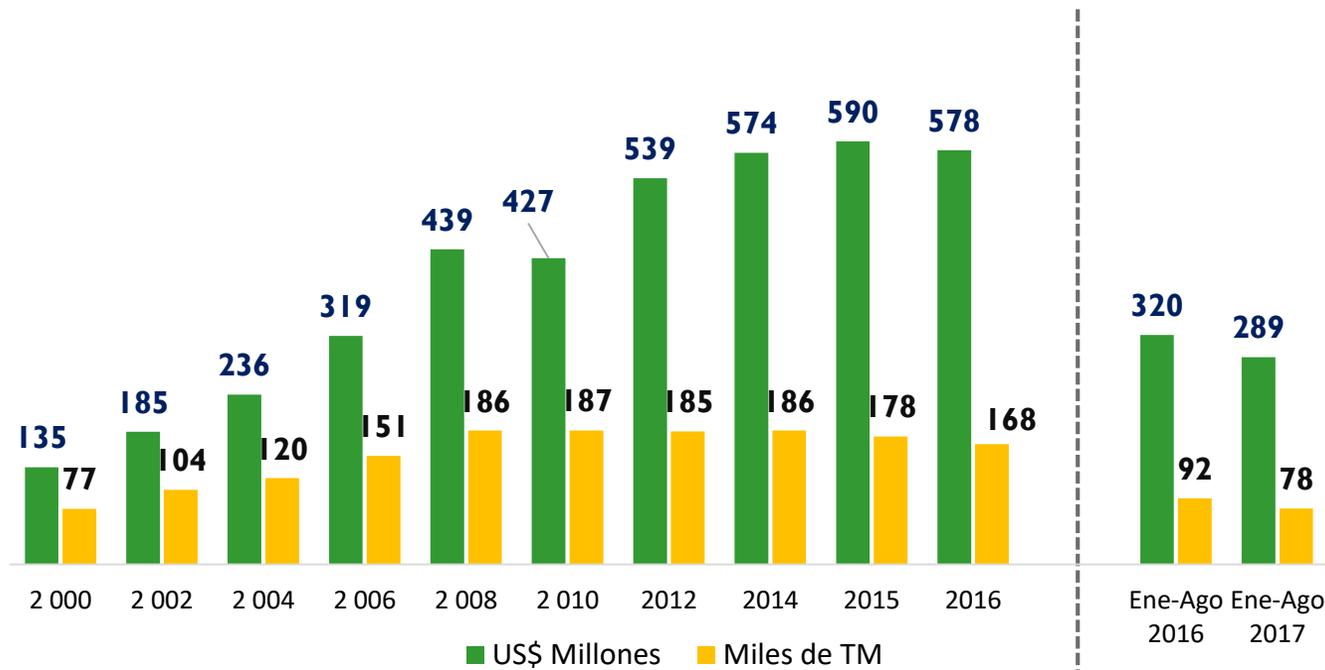
Por su parte, a **China**, nuestras exportaciones de paltas podrían pasar de **US\$ 45 mil** a más de **US\$ 6 millones**.

Potencial Exportador de la palta, según ITC (US\$ Millones)



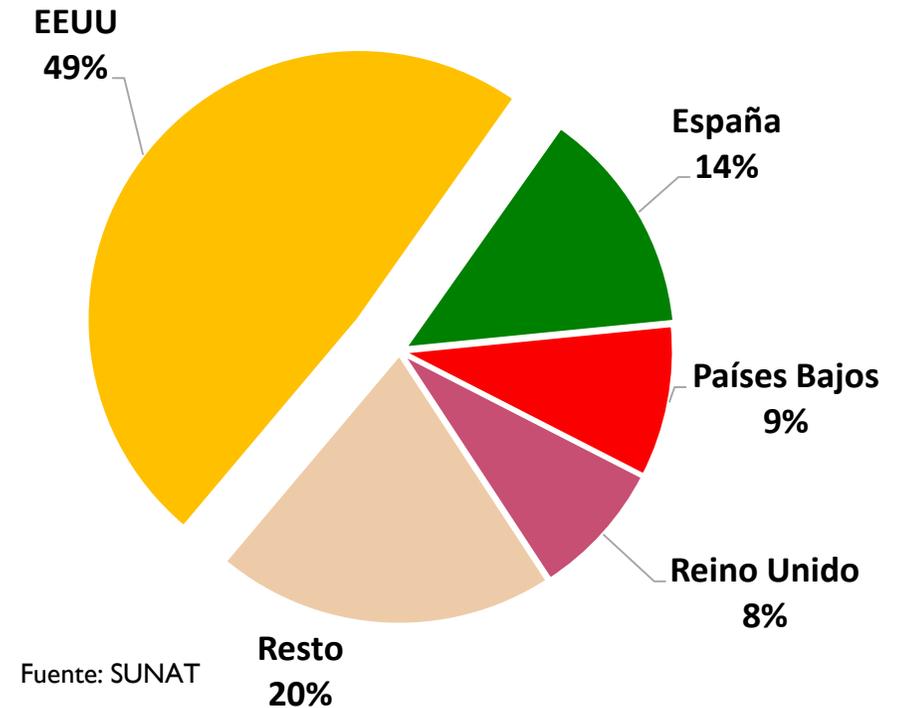
Es el segundo producto de agroexportación -concentra el 9% del total-. Su principal mercado de destino es EE.UU. (49% del total)

Espárragos



Principales Mercados

Part.% Ene-Ago 2017 en US\$ Millones



Fuente: SUNAT

**/Se consideró espárragos frescos, en conserva y congelados*

Fuente: SUNAT

Espárragos



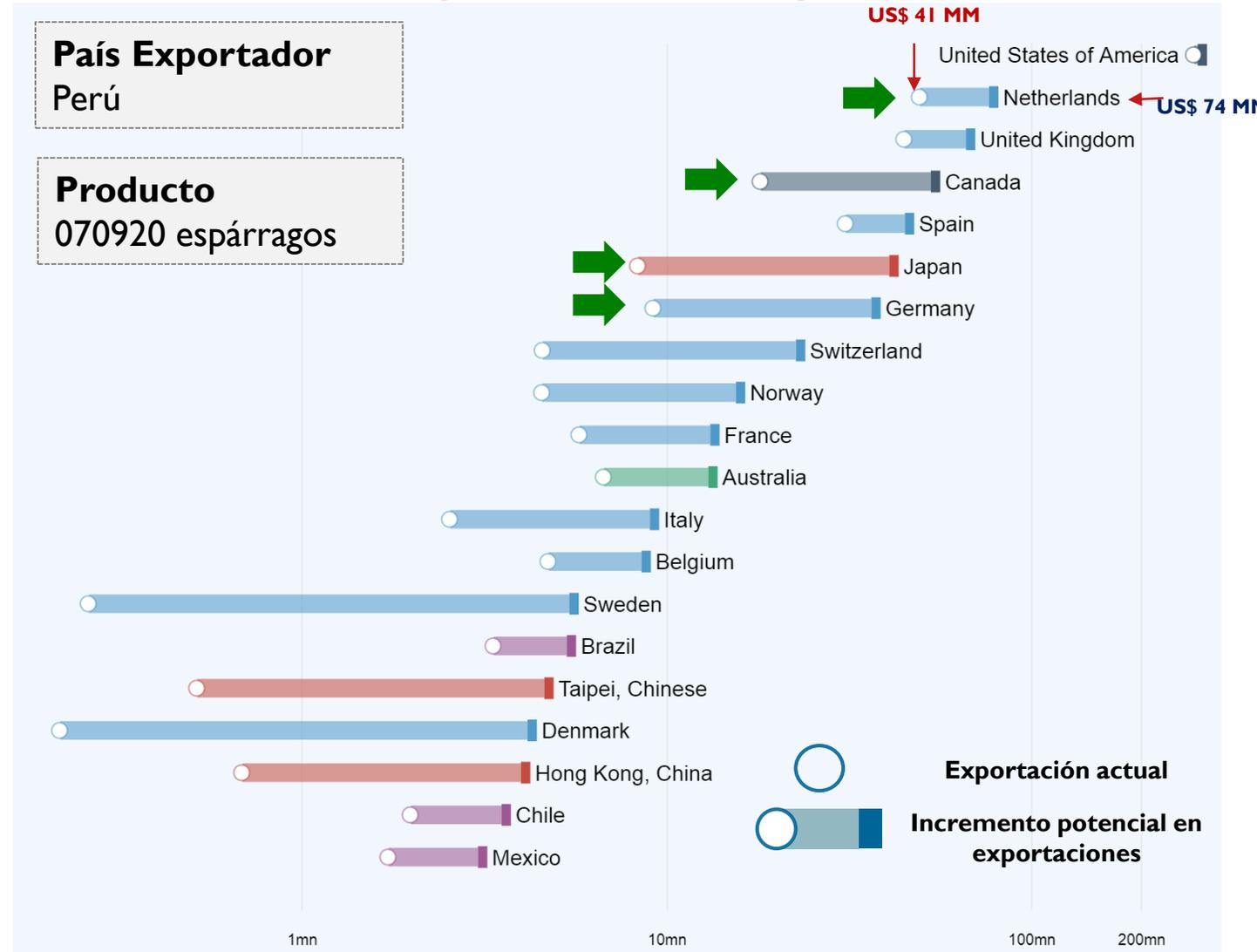
Países Bajos, es uno de nuestros principales mercados de espárragos frescos, pero si bien le exportamos **US\$ 41 millones** en el 2016, tenemos **potencial** para alcanzar **los US\$ 74 millones**.

Alemania es otro mercado potencial, en el 2016 sólo le exportamos espárragos por **US\$ 9,2 millones**, pero podemos llegar a los **US\$ 35 millones**.

En el caso de **Canadá**, nuestras exportaciones de espárragos podrían pasar de **US\$ 18,1 millones** a **US\$ 51 millones**.

En el **Asia**, destaca el caso de **Japón**, a quien sólo le exportamos **US\$ 8,3 millones** pero tenemos potencial para incrementar nuestros envíos en **US\$ 30 millones más**.

Potencial Exportador del espárrago, según ITC (US\$ millones)

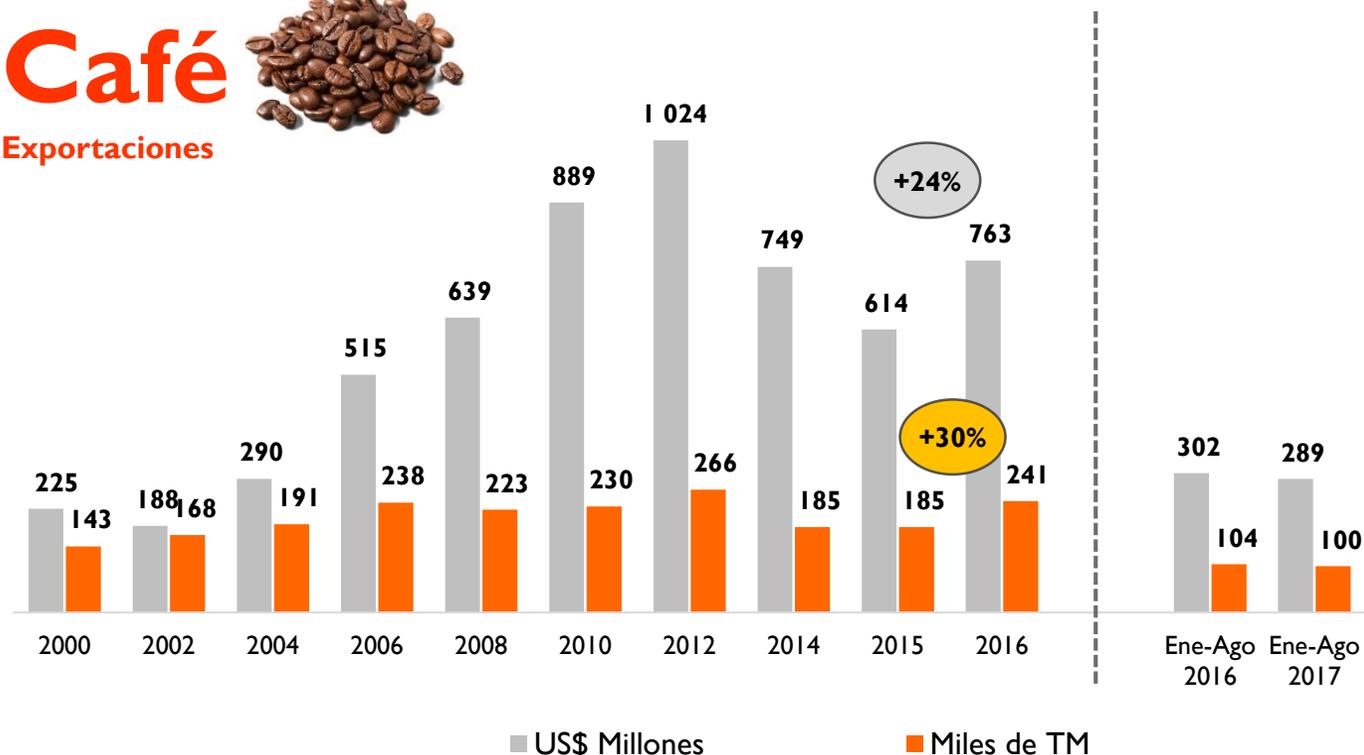


Fuente: International Trade Centre

Es el tercer producto de agroexportación -concentra el 9% del total-. Su principal mercado de destino es EE.UU. (27% del total)

Principales Productos de Agroexportación

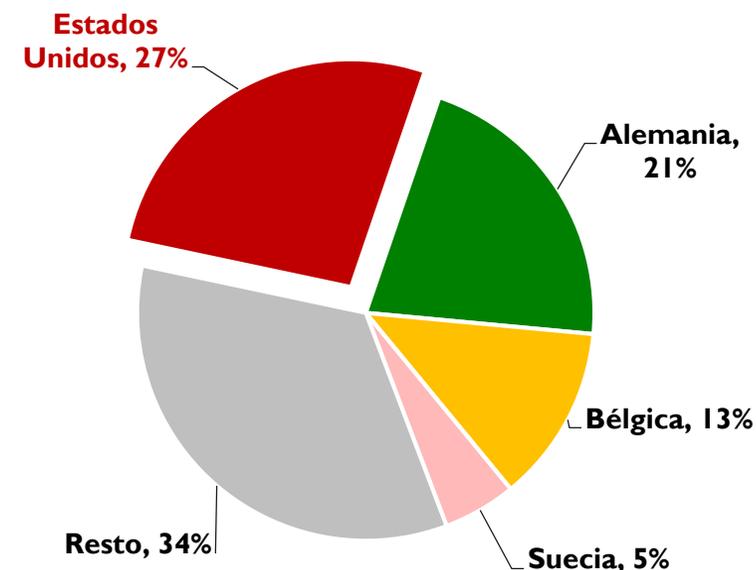
US\$ Millones



Fuente: SUNAT

Principales Mercados

Part.% Ene-Ago. 2017 en US\$ Millones



Fuente: SUNAT



Incluye café orgánico,
sin descafeinar,
tostado, en grano, etc.

EE.UU. es el principal destino de exportación (US\$ 214 millones), sin embargo, tenemos potencial para superar los **US\$ 650 millones**.

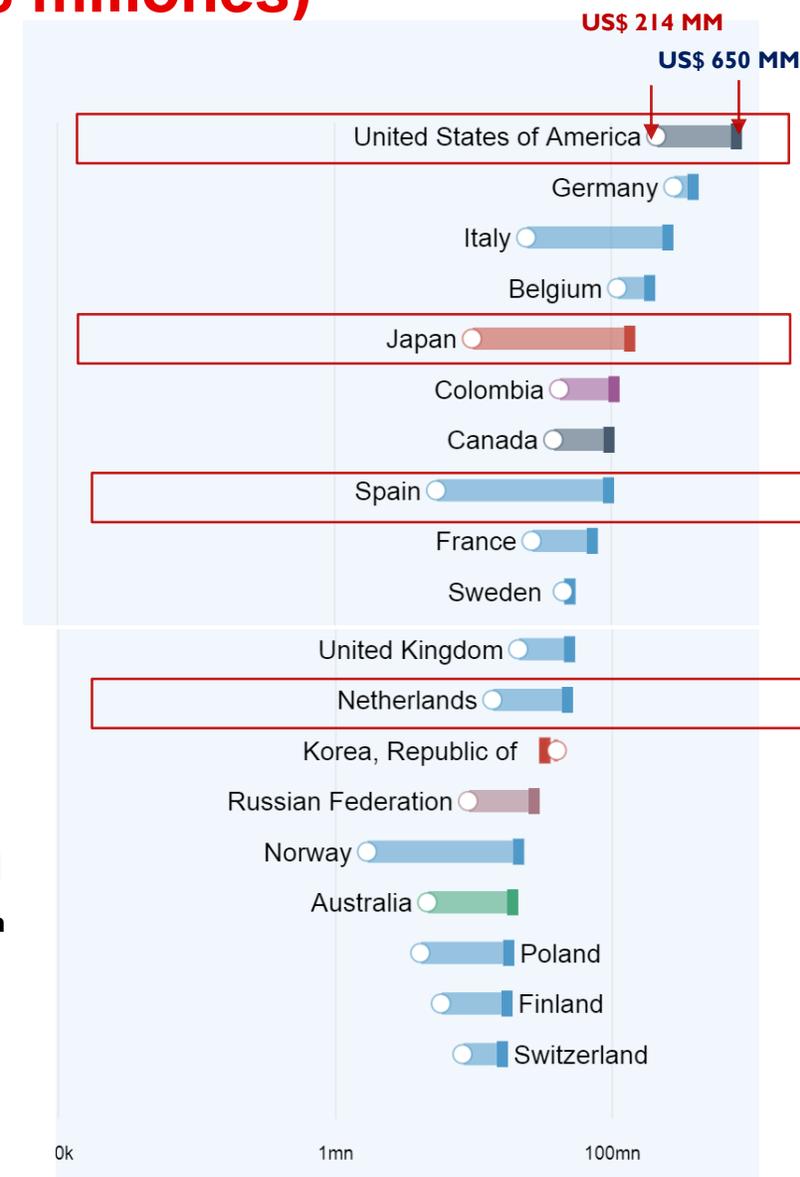
Destaca también el caso de **Japón**, al que sólo exportamos **US\$ 6 millones** pero existe mercado para superar los **US\$ 110 millones**.

Otro mercado potencial para incrementar exportaciones es **España**. En el 2016 nuestros envíos totalizaron **US\$ 5 millones**, pero tenemos potencial para superar los **US\$ 100 millones**.

También tenemos un significativo potencial para expandir nuestros envíos a **Noruega, Australia, Polonia y Finlandia**, entre otros.

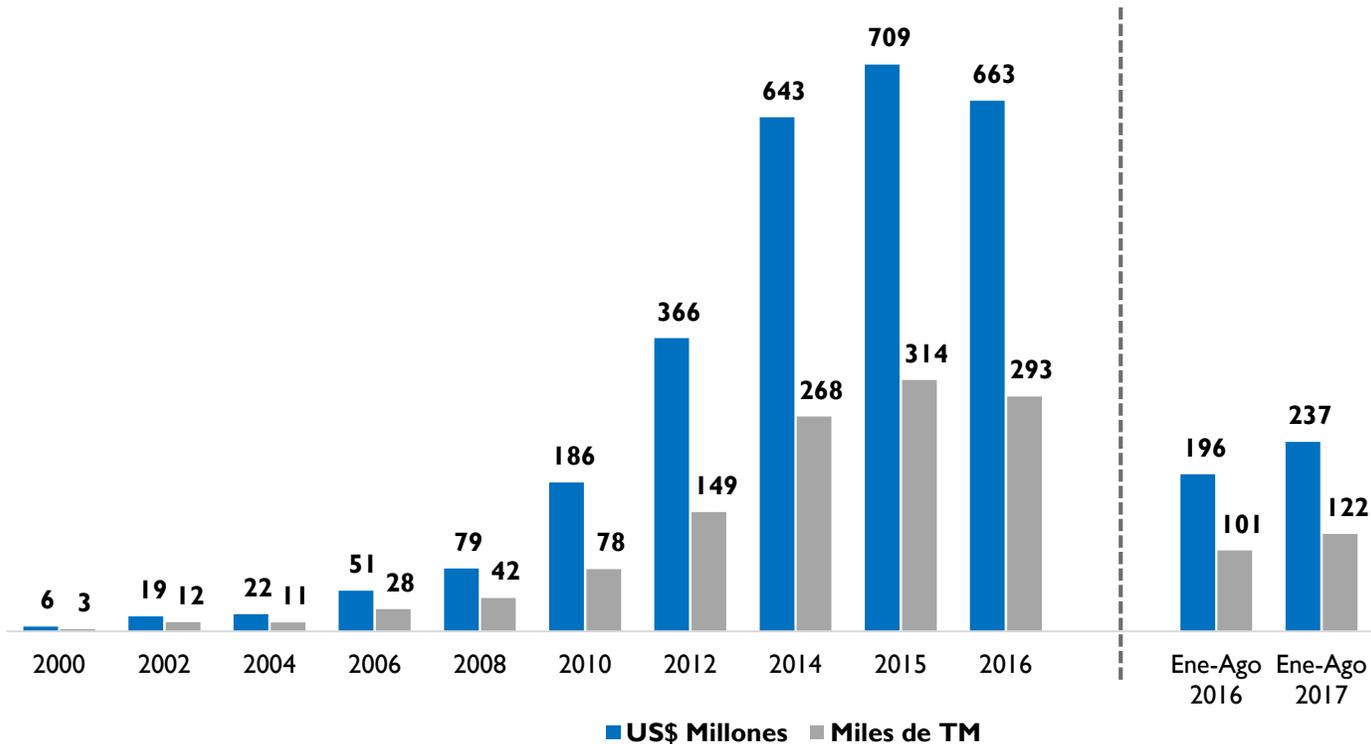
Potencial Exportador del café, según ITC (US\$ millones)

País Exportador	Perú
Producto	090111 Café



Es el cuarto producto de agroexportación -concentra el 7% del total-. Su principal mercado de destino es EE.UU. (36% del total)

Uvas
Exportaciones

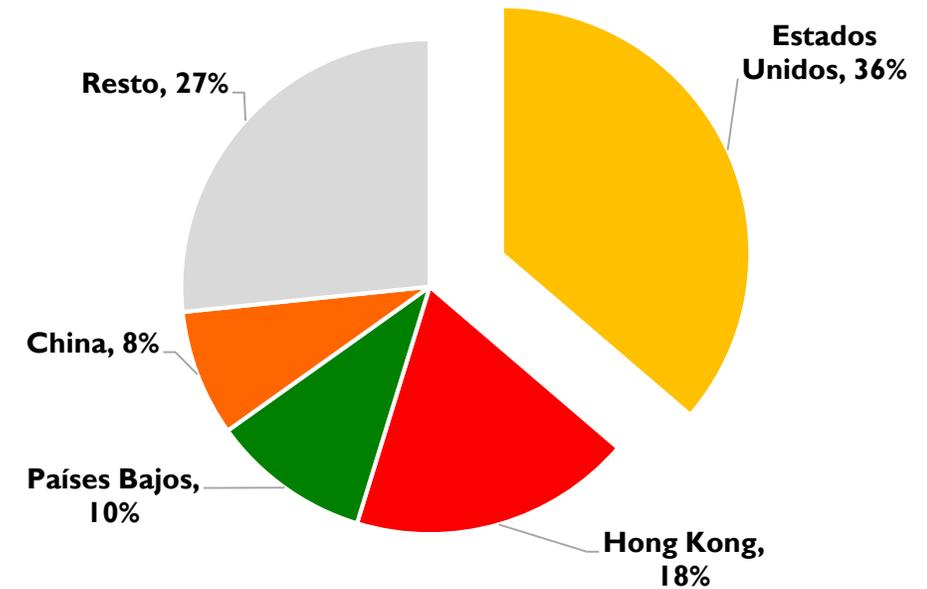


Fuente: SUNAT

■ US\$ Millones ■ Miles de TM

Principales Mercados

Part.% Ene-Ago 2017 en US\$ Millones



Fuente: SUNAT

Uvas

Exportaciones



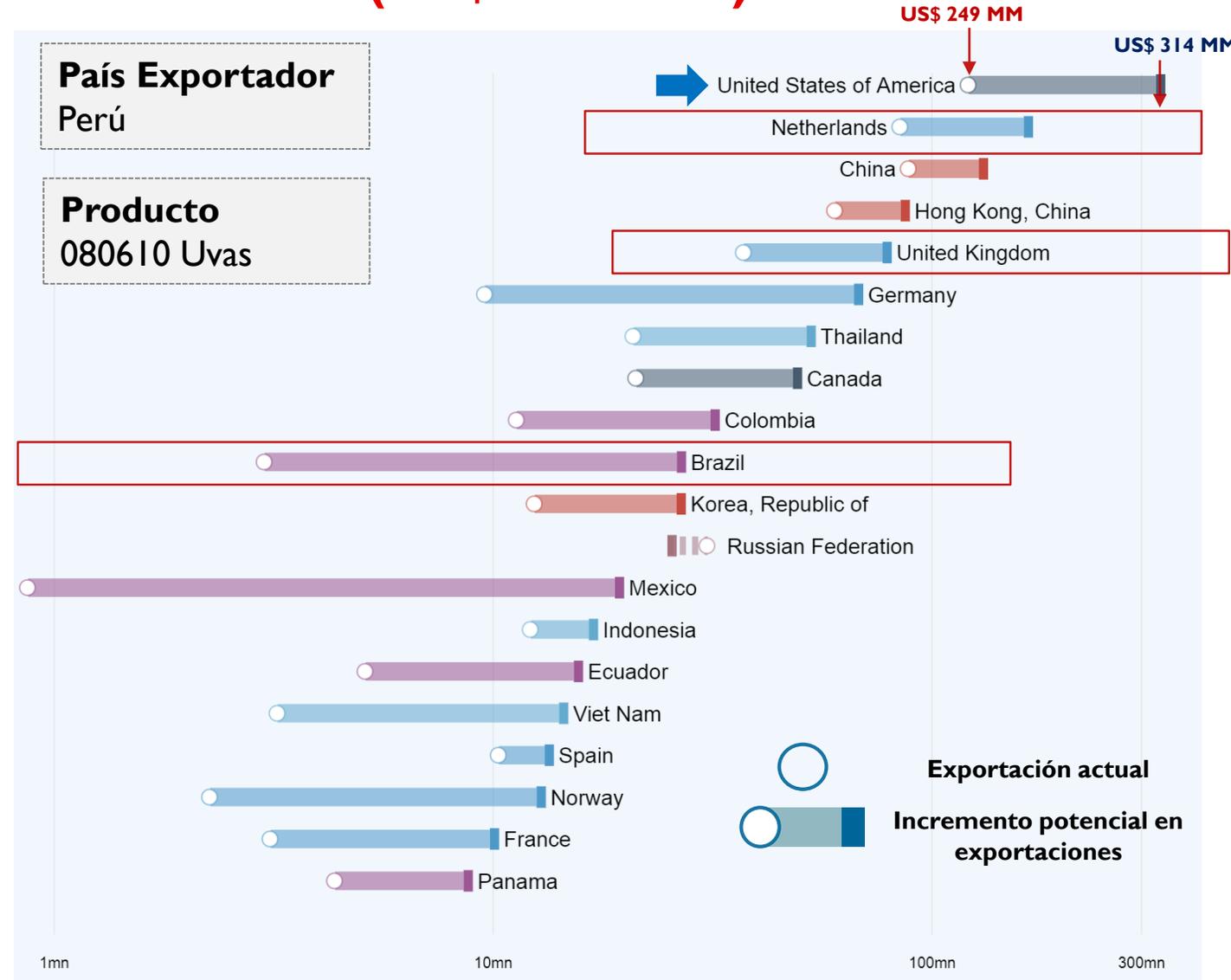
En el 2016 las exportaciones de uva a los **EE.UU** totalizaron **US\$ 249 millones**, pero tenemos **potencial** para superar los **US\$ 314 millones**.

Las exportaciones de uva a **Países Bajos** totalizaron **US\$ 72 millones**, pero tenemos **potencial** para exportar **US\$ 157 millones**

En el caso de **Reino Unido**, al que sólo le exportamos por **US\$ 35 millones**, tenemos potencial para duplicar los envíos llegando a los **US\$ 75 millones**.

En la región, destaca **Brasil**, al que sólo le exportamos por **US\$ 8 millones** pero contamos con potencial para incrementar nuestros envíos hasta **US\$ 30 millones**.

Potencial Exportador de la uva, según ITC (US\$ millones)



Fuente: International Trade Centre

Perú es el 1° exportador mundial de espárragos y quinua

Ranking a nivel mundial 2016

1

Espárragos frescos
Quinua
Frijoles secos



4

Mangos
Palmitos en conserva



2

Espárragos en conserva
Alcachofas
Nueces del brasil



5

Aceitunas



6

Café y uvas



3

Arándanos
Paltas
Páprika



7

Mandarina



Más productos de agroexportación a más mercados con preferencias (valores 2016)

Producto	Mercado de Destino Part.% 2016	Arancel NMF	Arancel con TLC	Export. 2009 (US\$ Millones) Perú - Mundo	Export. 2016 (US\$ Millones) Perú - Mundo	Var.% (16/09)
Uva	EE.UU (38%)	1,13 US\$ / m3 1,80 US\$ / m3	0%	135,7	663,0	388,6%
	Países Bajos (11%)	68,30 EUR / 100 kg	0%			
	China (8%)	8%	0%			
Espárrago fresco	EE.UU. (64%)	5%	0%	250,6	422,3	68,5%
Palta	Países Bajos (41,2%)	5%	0%	67,7	396,9	486,6%
	EEUU (19,7%)	11,2 centavos / kg	0%			
Arándanos	EE.UU (54%)	0%	0%	0,0	242,7	
	Países Bajos (23%)	3,2%	0%			
Mango	Países Bajos (38%)	0%	0%	69,7	200,2	187,1%
	EE.UU (28%)	6,6 centavos / kg	0%			

Más productos de agroexportación a más mercados con preferencias (valores 2016)

Producto	Mercado de Destino Part.% 2016	Arancel NMF	Arancel con TLC	Export. 2009 (US\$ Millones) Perú - Mundo	Export. 2016 (US\$ Millones) Perú - Mundo	Var.% (16/09)
Cacao	Países Bajos (32,9%)	0%	0%	20,1	183,8	812,8%
	Bélgica (21,8%)**	0%	0%			
Alcachofa	EE.UU (62,2%)	14,90%	0%	74,6	97,2	30,3%
	España (23,6%)	17,60%	0%			
Pimiento	España (84,9%)	6,40%	0%	40,7	51,5	26,5%
	EE.UU (7%)	8,10%	0%			
Páprika	México (41%)	20%	20% (desde 2025 = 0%)	67,9	55,8	-17,9%
	EE.UU (27,6%)	3 centavos / kg	0%			

Programa de Alimentos del Perú para el Mundo: Objetivos



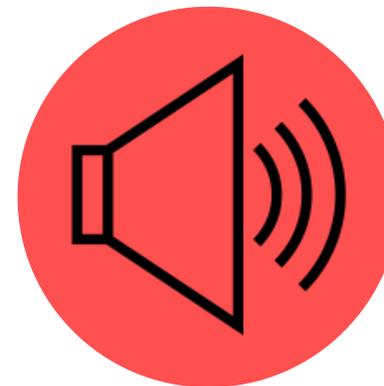
Apertura Comercial

Facilitar el acceso de los alimentos del Perú en los mercados internacionales a través del **desarrollo y priorización de protocolos de sanidad e inocuidad alimentaria** u otras normas.



Desarrollo de Oferta exportable

Fortalecer y diferenciar la oferta exportable a través del uso de **certificaciones y marcas** que garanticen inocuidad y calidad en el producto.



Promoción

Intensificar las **actividades de promoción** comercial y posicionar los alimentos del Perú en el Mundo por parte de Promperú y las OCEX.



Elementos diferenciadores de la Oferta Exportable: Certificaciones Internacionales



+ 3 mil productores capacitados

722 productores certificados

S/ 13 millones de exportaciones



- Ayacucho, Cusco, Huánuco, Junín, Pasco, Ucayali
- Café, Cacao, Ajonjolí, Maca y Plátano



- Ayacucho, Cusco, Huánuco
- Cacao



- Junín, Pasco
- Café



Elementos diferenciadores de la Oferta Exportable: Marcas

Marca País

Marcas Sectoriales

Marcas de Productos



AYNOK'A
QUINUA ANCESTRAL DEL ALTIPLANO
{PUNO-PERU}

- Quinoa
- Puno
- 7 Organizaciones;
+800 productores



- Piña Golden
- Satipo (Junín)
- +80 productores



- Cacao Blanco
- Morropón, Ayabaca y Piura
- 2 Organizaciones;
+765 productores

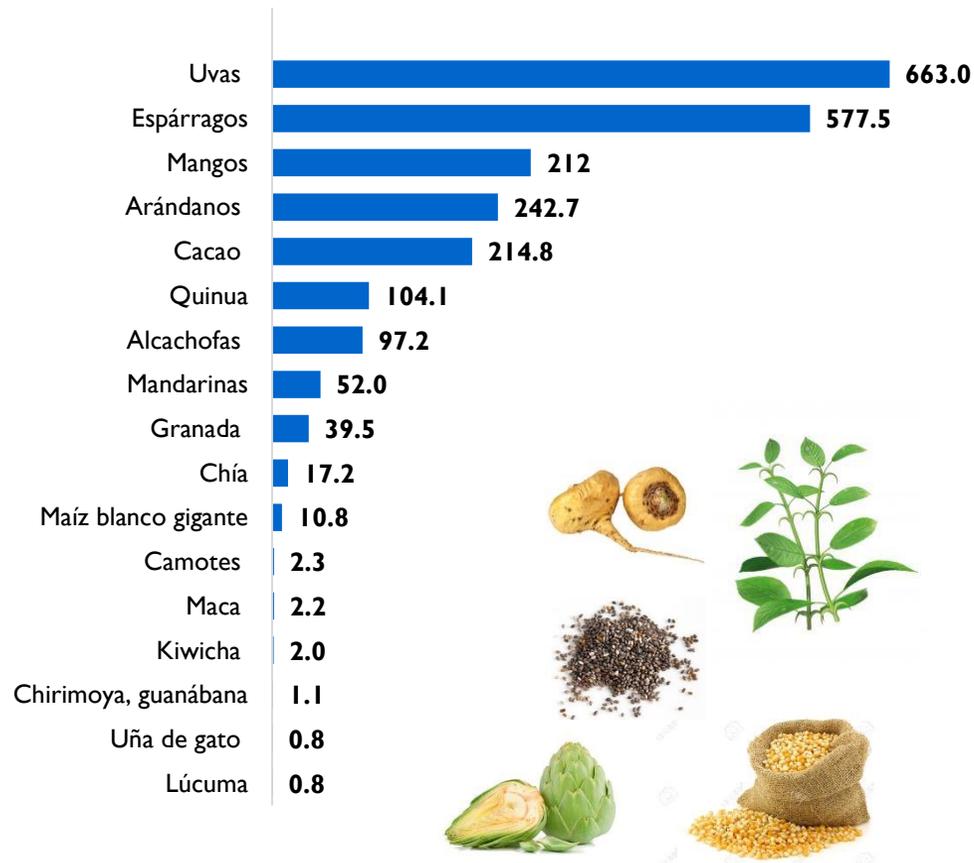


- Cacao Chuncho
- La Convención (Cusco)
- 5 Organizaciones; 148
productores

En el 2016 las exportaciones de alimentos con marca “Superfoods Perú” totalizaron por más de US\$ 2 400 millones



Exportaciones de Superfoods Perú
US\$ Millones



En el **2016** las exportaciones de los alimentos con la marca “**Super Foods Perú**” totalizaron **US\$ 2 435 millones**.

La marca “**Superfoods Perú**” busca posicionar a nivel mundial los alimentos peruanos que tienen importantes **propiedades nutricionales**, a través de las exportaciones de **quinua**, los **arándanos**, la **maca**, entre otros productos de **alto valor nutritivo** de origen peruano.

En el 2017 Perú lanzó la marca sectorial “Superfoods Perú” en la edición 25 de **Fruit Logística en Alemania**, una de las ferias más importantes para la industria de alimentos.

Súper frutas

Súper hortalizas

Súper Granos

Súper Raíces

IMPORTANCIA DE MINAGRI-SENASA

TRABAJOS CON EL SENASA

- ▶ **India:** Para diciembre de 2017, se espera concluir con los protocolos fitosanitarios para la exportación de arándano y cítricos.
- ▶ **EEUU:** En 2018, se espera mejorar las condiciones de acceso para las exportaciones de espárrago verde fresco.
- ▶ **Argentina:** Para diciembre de 2017, la maca será reconocida también como alimento, con lo cual se facilitarán sus condiciones de acceso.
- ▶ **Corea:** En 2018, se esperan concluir las gestiones para el acceso de palta hass.
- ▶ **Chile:** En 2018, se continuarán las gestiones para el acceso de la uva, lima y arándanos.

TRABAJOS CON EL SENASA

- ▶ **Japón:** En 2018, se esperan concluir las gestiones para el acceso de la mandarina.
- ▶ **Malasia:** En 2018, se esperan continuar con los trabajos para el acceso de la palta hass.
- ▶ **Panamá:** En 2018, se continuarán las gestiones para la mejora de las condiciones de acceso para la cebolla roja.
- ▶ **China:** En 2018, se esperan continuar con las gestiones para el acceso de la quinua en grano.

En los últimos meses se ha intensificado el trabajo conjunto entre el MINCETUR y el SENASA con el único propósito de destrabar las barreras burocráticas y fitosanitarias en nuestros principales mercados

