

D. SECTOR AGROPECUARIO

Las exportaciones peruanas de productos agropecuarios (tradicionales y no tradicionales) alcanzaron en febrero US\$ 116.1 millones lo que representa un incremento de 32.8% respecto a similar periodo de 2006. En los dos primeros meses del año el valor de los embarques ascendió a US\$ 271.4 millones con un crecimiento de 19.9%.

En el rubro tradicional, se realizaron envíos por US\$ 20.8 millones en febrero y US\$ 52.2 millones en el primer bimestre del año con variaciones favorables de 124.4% y 41.6%, respectivamente. El principal producto fue el café con ventas por US\$ 19.5 millones y que registró un incremento de 134.9% respecto a febrero de 2006 acumulando US\$ 49.8 millones entre enero y febrero con un aumento de 92.6%. Los principales mercados del café fueron: Estados Unidos (40.9% de participación), Alemania (21.7%), Bélgica (16.9%), Francia (3.7%) y Suecia (2.9%) lo que significa el 86.0% del valor embarcado.

Sector Agropecuario (Millones US\$)

Producto	Febrero			Enero - Febrero		
	2006	2007	Var. %	2006	2007	Var. %
Espárrago en conserva	4.9	14.6	196.2	15.3	24.9	62.7
Mango fresco	17.6	10.6	-39.6	38.1	33.5	-12.1
Espárrago fresco	6.3	9.9	56.2	18.0	30.2	67.8
Pimiento en conserva	4.1	4.9	19.4	9.1	10.5	15.2
Alcachofa en conserva	2.4	4.0	65.2	7.3	8.4	15.5
Total	78.1	95.3	22.0	189.5	219.2	15.7

Fuente: SUNAT. Elaboración: Gerencia de Inteligencia de Mercados - PROMPEX.

De otro lado, los embarques de productos no tradicionales ascendieron a US\$ 95.3 millones (22.0% de incremento) en febrero último y US\$ 219.2 millones (15.7%) en el primer bimestre los cuales fueron dirigidos hacia Estados Unidos (29%), España (14%), Países Bajos (12), Francia (5%) y Reino Unido (5%).

Los productos más importantes del sector agropecuario no tradicional considerando sus exportaciones durante febrero de 2007 fueron:

- **Espárrago en conserva.** Las exportaciones de espárragos en conserva ascendieron a US\$ 14.6 millones en febrero pasado logrando un incremento de 196.2% mientras que en el primer bimestre se alcanzó US\$ 24.9 millones y 62.7% de crecimiento. Los mercados mas importantes para este producto fueron España con una participación de 46.5% y un incremento de 336.9%, Francia (US\$ 3.0 millones – 162.0% de crecimiento) con una participación de 20.6%, Estados Unidos (US\$ 1.7 millones – 33.3%) que concentra 11.5% y Alemania (US\$ 1.2 millones – incrementó 90 veces) con una participación de 7.9%.
- **Mango fresco.** Las ventas de mangos al exterior disminuyeron 39.6% con un valor de US\$ 10.6 millones mientras que en el acumulado la brecha disminuye con colocaciones por US\$ 33.5% y 12.1% de retroceso debido a la caída en los principales destinos como son: Estados Unidos (US\$ 4.7 millones – descendió 40.0%), Países Bajos (US\$ 3.5 millones disminuyó 36.7%), Reino Unido (US\$ 0.8 millones – descendió 50.2%) los tres destinos con participaciones de 44.4%, 33.2% y 7.7%, respectivamente.
- **Espárrago fresco.** Los embarques de espárrago fresco incrementaron 56.2% con ventas por US\$ 9.9 millones acumulando US\$ 30.2 millones lo que significó un crecimiento de 67.8%. Los mercados mas importantes fueron: Estados Unidos (US\$ 3.8 millones – 59.9% de crecimiento) con participación de 38.8% de lo enviado, Países Bajos (US\$ 2.2 millones – 84.6%) que concentra el 22.4%, Reino Unido (US\$ 1.5 millones -15.9%) que contribuye con 15.4% y España con 14.2% de participación.