



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora



Siempre  
con el pueblo

# POTENCIALIDADES DE LA OFERTA PERUANA DE FRUTOS SECOS: ÉNFASIS CASTAÑA AMAZÓNICA

JUNIO

2022

Econ. Viviana Mendoza Revilla  
Unidad de Inteligencia Comercial



# CONTENIDO

---

1. Definición
2. Exportaciones y consumo mundial
3. Producción y comercialización Perú ( castaña amazónica)
4. Tendencia de consumo saludable (frutos secos)
5. Exportaciones peruanas de castaña amazónica.
6. Conclusiones y recomendaciones





# 1. DEFINICION

Los frutos secos son llamados así porque todos tienen una característica en común: en su composición natural tienen menos de un 50 % de agua.

En los frutos secos la parte aprovechable no es el fruto en sí, sino la semilla. Como es el caso de las castañas, pecanas, almendras, nueces de macadamia, nueces del Brasil, avellanas, inclusive el maní o cacahuate.



Rico en :

- Grasas buenas .
- Proteína
- Fibra
- Antioxidantes



Modo de consumo

- Tostados
- Sin sal



# Propiedades de los frutos secos



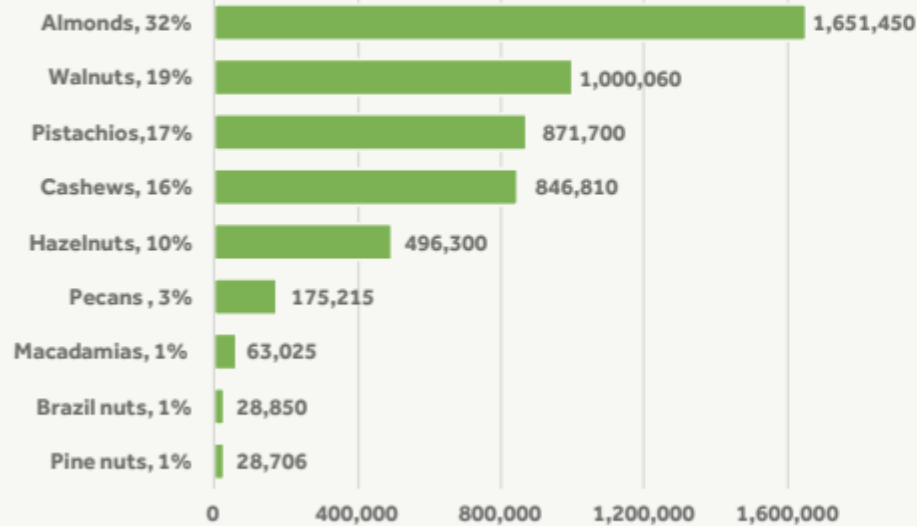
Tienen efectos antioxidantes, antiinflamatorios, anticancerígenos y protegen el corazón.

- Así cada fruto tiene una atribución especial:
- Almendras (hierro, anemia)
- Nueces (ayuda al cerebro)
- Pecanas (Omega 9 disminuye LDL y aumenta HDL)
- Nueces del Brasil (ayuda a mejorar el metabolismo de la hormona tiroidea)
- Avellanas (Importante contenido de calorías 20g 130 cal)
- Maní (ayuda a controlar azúcar en la sangre)
- La fibra, encontrada en todos los frutos secos, también ayuda al corazón reduciendo el colesterol. Además, es un tipo de nutriente que sacia bastante, por lo que no te incita a comer en exceso.
- Los frutos secos reducen el riesgo de que se generen coágulos sanguíneos, y disminuyen los niveles de inflamación relacionados con enfermedades cardíacas.

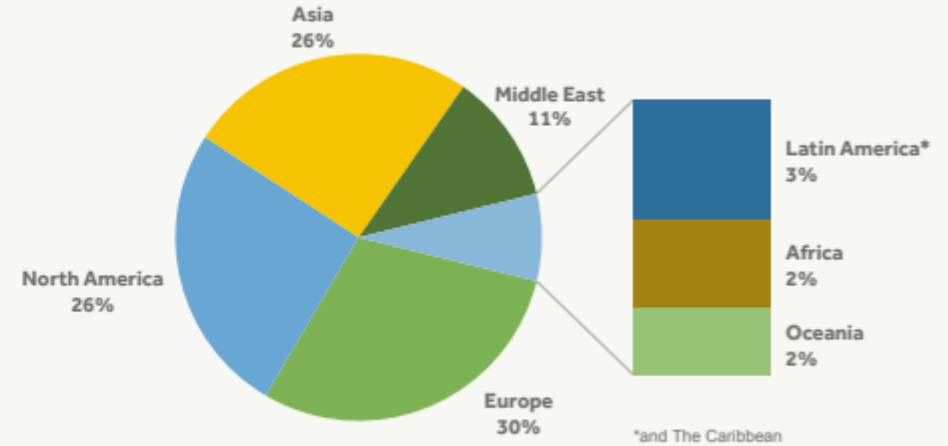
\*\* LOS MENOS CALÓRICOS: nueces, pecanas, almendras y avellanas

# Consumo mundial de frutos secos

2020 WORLD TREE NUT ESTIMATED CONSUMPTION (Metric Tons)



2020 WORLD TREE NUT ESTIMATED CONSUMPTION BY REGION



## 2. Producción mundial

Las exportaciones alcanzaron 46. 473 t métricas, la más grande cantidad comparado con la década previa.

Liderado por Bolivia, los tres países de origen proveen el 78% de los envíos internacionales.

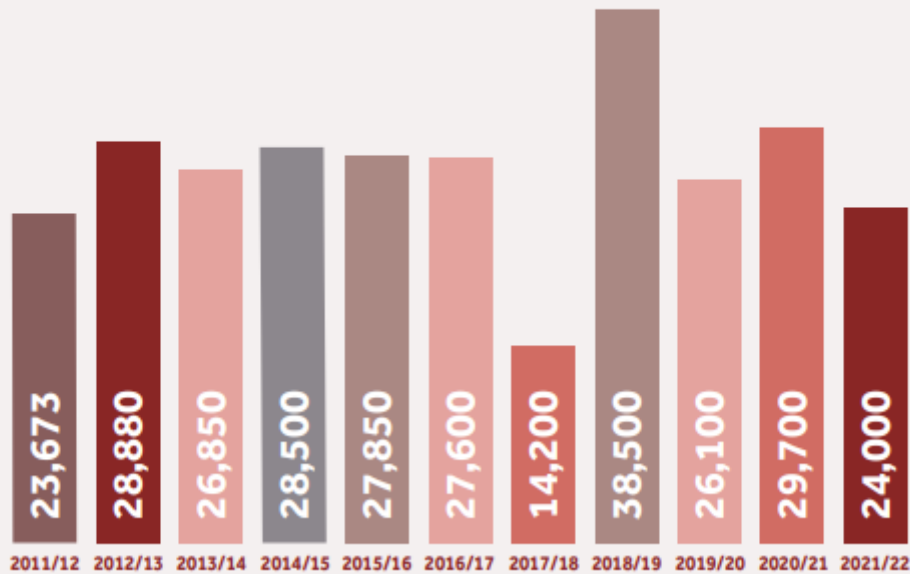
Alemania, Países Bajos y Reino Unido son los principales re exportadores.

Bolivia exporta principalmente a la UE + the UK (75%), seguido de EE.UU.

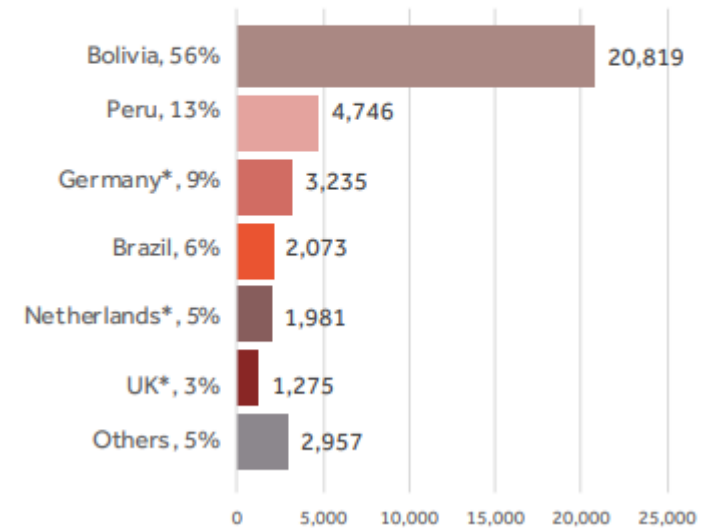
Corea del Sur fue el 48% del destino de Perú, y USA 25%.

Brasil le exporta a UE + UK, 31% a USA y 14% a Australia.

WORLD BRAZIL NUT PRODUCTION  
Kernel Basis (Metric Tons)



5-YEAR AVERAGE BRAZIL NUT EXPORTS  
Shelled (Metric Tons)



## WORLD BRAZIL NUT IMPORTS / Shelled (Metric Tons)

COUNTRY	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017	2019	2020	Growth 2010-2020
Germany*	4,238	5,204	3,978	5,430	5,768	6,089	7,172	3,772	6,578	9,397	9,913	5,675
Netherlands*	1,888	2,548	2,275	2,634	3,525	4,752	2,083	1,926	5,587	1,908	9,122	7,234
USA*	7,732	6,553	7,969	7,647	8,622	9,127	3,709	4,159	5,666	5,383	5,801	-1,931
UK*	6,956	6,836	5,382	6,203	6,680	7,361	7,248	4,080	5,453	4,920	5,649	-1,307
Korea Rep	-	4	-	-	39	2	189	2,855	7,109	2,170	2,275	2,275
Canada	738	739	788	948	996	1,669	1,014	1,397	1,612	970	1,335	597
France	358	698	336	365	498	686	817	781	884	1,678	1,169	811
Australia	1,350	1,111	1,631	1,572	1,491	1,446	514	620	1,016	1,001	1,088	-262
Poland	402	186	96	167	250	434	529	272	429	726	849	447
Italy	879	791	640	738	965	828	1,339	412	981	1,042	840	-39
Belgium	808	224	274	316	385	528	447	752	3,455	839	587	-221
Spain	507	414	520	289	461	550	470	303	478	461	580	73
Brazil	373	146	351	32	547	34	230	414	99	121	562	189
Colombia	600	595	735	743	651	813	75	446	967	777	542	-58
Vietnam	12	-	9	82	83	44	53	49	121	210	519	507
Israel	160	253	441	250	425	320	368	159	708	294	397	237
Czech Republic	140	87	90	112	219	166	199	222	270	424	380	240
Austria	173	181	93	145	132	232	267	209	208	485	378	205
Switzerland	92	63	75	122	121	145	173	145	116	408	288	196
Singapore	102	13	481	5	19	13	42	46	43	36	256	154
Others	771	3,861	3,299	3,086	3,421	3,672	3,089	2,120	3,947	4,808	3,942	3,171
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>28,279</b>	<b>30,507</b>	<b>29,463</b>	<b>30,887</b>	<b>35,298</b>	<b>38,910</b>	<b>30,028</b>	<b>25,141</b>	<b>45,725</b>	<b>38,057</b>	<b>46,473</b>	<b>18,194</b>

## WORLD BRAZIL NUT ESTIMATED CONSUMPTION (Kernel Basis)

COUNTRY	2016			2017			2018			2019			2020		
	Consumption (MT)	Cons. per capita (kg/year) <sup>1</sup>	Estimated Cons. per capita (kg/year) <sup>2</sup>	Consumption (MT)	Cons. per capita (kg/year) <sup>1</sup>	Estimated Cons. per capita (kg/year) <sup>2</sup>	Consumption (MT)	Cons. per capita (kg/year) <sup>1</sup>	Estimated Cons. per capita (kg/year) <sup>2</sup>	Consumption (MT)	Cons. per capita (kg/year) <sup>1</sup>	Estimated Cons. per capita (kg/year) <sup>2</sup>	Consumption (MT)	Cons. per capita (kg/year) <sup>1</sup>	Estimated Cons. per capita (kg/year) <sup>2</sup>
<b>Germany</b>	4,448	0.054	0.181	1,452	0.018	0.059	4,132	0.050	0.166	5,098	0.061	0.203	5,526	0.066	0.220
<b>USA</b>	2,755	0.009	0.026	2,567	0.008	0.024	4,566	0.014	0.042	4,452	0.014	0.041	5,237	0.016	0.048
<b>UK</b>	5,658	0.086	0.261	2,771	0.042	0.127	4,224	0.063	0.191	3,717	0.055	0.167	4,606	0.068	0.206
<b>Korea Rep</b>	186	0.004	0.005	2,855	0.056	0.075	7,106	0.139	0.185	2,155	0.042	0.056	2,275	0.044	0.059
<b>Canada</b>	876	0.024	0.241	1,100	0.030	0.300	1,413	0.038	0.381	760	0.020	0.203	1,136	0.030	0.301
<b>France</b>	719	0.011	0.037	716	0.011	0.037	808	0.012	0.041	1,635	0.025	0.084	1,133	0.017	0.058
<b>Australia</b>	442	0.018	0.073	608	0.025	0.099	1,000	0.040	0.161	977	0.039	0.155	1,070	0.042	0.168
<b>Poland</b>	526	0.014	0.138	239	0.006	0.063	381	0.010	0.100	662	0.017	0.175	801	0.021	0.212
<b>Italy</b>	1,137	0.019	0.191	261	0.004	0.044	853	0.014	0.141	910	0.015	0.150	701	0.012	0.116
<b>Belgium</b>	410	0.036	0.120	609	0.053	0.178	1,322	0.115	0.384	809	0.070	0.234	569	0.049	0.164
<b>Colombia</b>	67	0.001	0.014	446	0.009	0.091	948	0.019	0.191	777	0.015	0.154	542	0.011	0.106
<b>Viet nam</b>	53	0.001	0.002	49	0.001	0.002	121	0.001	0.005	210	0.002	0.009	519	0.005	0.021
<b>Spain</b>	416	0.009	0.030	212	0.005	0.015	426	0.009	0.030	332	0.007	0.024	412	0.009	0.029
<b>Israel</b>	368	0.045	0.449	159	0.019	0.191	708	0.084	0.844	294	0.034	0.345	397	0.046	0.216
<b>Austria</b>	200	0.023	0.077	209	0.024	0.080	190	0.021	0.071	472	0.053	0.176	369	0.041	0.137
<b>Czech Republic</b>	166	0.016	0.157	188	0.018	0.177	244	0.023	0.229	392	0.037	0.367	332	0.031	0.310
<b>Switzerland</b>	173	0.021	0.206	145	0.017	0.172	109	0.013	0.127	397	0.046	0.462	256	0.030	0.296
<b>South Africa</b>	253	0.005	0.018	31	0.001	0.002	250	0.004	0.017	98	0.002	0.007	229	0.004	0.028
<b>Russian Fed.</b>	277	0.002	0.019	230	0.002	0.016	625	0.004	0.043	1,118	0.008	0.077	214	0.001	0.015
<b>Ireland</b>	257	0.054	0.181	292	0.061	0.204	273	0.057	0.189	318	0.065	0.217	203	0.041	0.157
<b>WORLD TOTAL</b>	<b>25,410</b>	<b>0.005</b>		<b>16,840</b>	<b>0.003</b>		<b>35,000</b>	<b>0.006</b>		<b>26,850</b>	<b>0.005</b>		<b>28,850</b>	<b>0.006</b>	





Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora



Siempre  
con el pueblo

---

# 3. Producción y comercialización Perú

## CASTAÑA

### Nombre Científico / Scientific Name:

*Bertholletia excelsa*

### Familia / Family:

*Lecythidaceas / Lecythidaceae*

### Procedencia / Source

Silvestre / Wild

### Otros Nombres / Other Names

- Brazilian Nut
- Nuez del Brasil (Brasil)

### Distribución Geográfica / Geographic Distribution

Amazonía peruana (principalmente Madre de Dios), brasileña y boliviana. Peruvian (mainly Madre de Dios), Brazilian and Bolivian Amazonia.

### Disponibilidad / Availability

Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sept	Oct	Nov	Dec
X	X	X	X								X

Fuente: Elaboración propia

### Valor Nutricional / Nutritional Value

Componentes / Components	Cont. Promedio / Average Content
Agua / Water	3.0 g
Valor energético / Energetic value	751.6 cal
Proteínas / Proteins	16.4 g
Lípidos / Lipids	69.3 g
Glúcidos / Glucydes	3.2 g
Sales minerales / Mineral salts	3.5 g
Fibras / Fiber	4.6 g
Calcio / Calcium	0.243 g
Fósforo / Phosphorus	0.664 g
Vitamina A / Vitamin A	Traces mg
Vitamina B1 / Vitamin B1	150.0 mg
Vitamina B2 / Vitamin B2	Traces mg

Por cada 100 gr. de parte comestible / For each 100 g of edible part

### UBICACIÓN DEL RECURSO / RESOURCE LOCATION



18 Madre de Dios

### USOS Y APLICACIONES

Fuente de proteínas y aminoácidos. El aceite obtenido de las castañas es rico en grasas no saturadas que contribuyen a reducir el nivel de colesterol en la sangre. Los productos derivados de la castaña se utilizan en la industria cosmética.

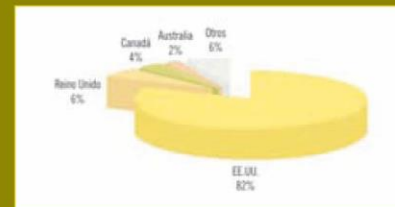
### COMMON USE AND APPLICATIONS

Brazilian nuts come from one of the highest Amazonian trees. Its almonds are a source of proteins and amino acids. The oil obtained from Brazilian nuts is rich in unsaturated fats which contribute to lower cholesterol levels in the blood. Brazilian nuts products are used in the cosmetic industry.

### PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

- Sin cáscara / Without skin
- Entera / Whole
- Aceite / Oil

### PRINCIPALES MERCADOS / MAIN MARKETS



## CASTAÑA AMAZÓNICA O NUEZ DEL BRASIL

La castaña o nuez del Brasil es un cultivo de procedencia silvestre presente en el departamento de Madre de Dios (principalmente) y en otras regiones amazónicas de Brasil y Bolivia.

Es una nuez rica en proteínas y aminoácidos. El uso de la castaña es generalmente para consumo directo mientras que sus procesamientos secundarios suelen usarse para la industria cosmética. Las principales presentaciones del producto son castaña entera, castaña sin cáscara y aceite de castaña.

## Producción y comercialización CASTAÑA – NUEZ DEL BRASIL



### Castaña amazónica

#### Entera deshidratada

- Marca: SHW
- Categoría: Suplemento
- Claims: Saludable, silvestre
- Precio: S/. Na



### Aceite virgen de castaña

- Presentación: 30 ml
- Marca: SHW
- Categoría: Suplemento
- Claims: Saludable, silvestre
- Precio: S/. 29.10



### Castaña amazónica

- Presentación: en polvo 200 g
- Marca: CANDELA
- Categoría: Suplemento
- Claims: Saludable, libre de gluten
- Precio: S/. 19.60



### Crema de almendras y castañas

Marca: WASI ORGANICOS

Presentación: 240 g en pasta untable

Categoría: Sin grasas ni aceites adicionales.  
Orgánico USDA

Precio: S/. 49.90



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



## Producción y comercialización CASTAÑA – NUEZ DEL BRASIL



Producto: Castañas amazónicas

- Presentación: Doypack 250g
- Marca: AMARU Superfoods
- Categoría: Frutos secos
- Claims: NON-GMO/ Gluten Free
- Fuente de fibra, Vitamina C, Manganeso
- Precio: S/. 17.00



Producto: Aceitunas verdes rellenas con castañas con sal de maras

- Presentación: Envase de vidrio 340g
- Marca: MARAS GOURMET
- Categoría: Vegetales en conserva
- Precio: S/. 12.70



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora



Siempre  
con el pueblo

---

# 4. Tendencia de consumo saludable (frutos secos)



## Sinapsis del mercado mundial de Alimentos Funcionales (Millones US\$)

Segmento	Subsegmento	Ventas 2019	Proyección al 2027	CAGR (2021-2027)
Ingrediente	Probióticos	50,363	80,487	7.5%
	Minerales	18,528	41,186	6.1%
	Proteínas y aminoácidos	27,891	42,953	7.0%
	Prebióticos y fibras dietéticas	23,786	34,948	6.4%
	Vitaminas	25,733	41,625	7.7%
	Otros	21,370	26,725	4.2%
Productos	Productos de panadería y cereales	49,409	77,289	7.2%
	Productos lácteos	48,832	73,030	6.6%
	Carne, pescado y huevos	33,267	48,748	6.4%
	Productos de soya	17,306	30,539	8.8%
	Grasas y aceites	16,336	23,691	6.2%
	Otros	12,626	14,615	3.2%



Gobierno del Perú

# Alimentos funcionales Selección



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



## Sinapsis del mercado mundial de Alimentos Funcionales (Millones US\$)

Segmento	Subsegmento	Ventas 2019	FORECAST-2027	CAGR (2021-2027)
Aplicaciones	Nutrición para deportistas	48,624	72,115	6.5%
	Manejo del Peso	23,156	33,723	6.3%
	Nutrición clínica	35,449	55,362	7.2%
	Salud coronaria	61,136	94,937	7.1%
	Otros	9,411	11,778	4.2%
Región	Norte América	41,884	64,567	7.1%
	Europa	28,853	40,937	5.9%
	Asia Pacífico	83,252	129,295	7.2%
	Latino América	23,786	33,114	5.7%



### Mercado de alimentos funcionales, por ingrediente 2019 - 2027 (Millones US\$)

Segmentos	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR (2021- 2027)
Probióticos	50,363	59,437	52,068	55,344	59,100	63,402	68,331	73,980	80,487	7.5%
Minerales	28,628	33,352	28,835	30,248	31,879	33,753	35,903	38,365	41,186	6.1%
Proteínas y aminoácidos	27,891	32,767	28,561	30,211	32,109	34,290	36,793	39,665	42,953	7.0%
Prebióticos y fibras dietéticas	23,786	27,780	24,076	25,319	26,754	28,402	30,294	32,463	34,948	6.4%
Vitaminas	25,733	30,423	26,685	28,402	30,374	32,635	35,230	38,210	41,625	7.7%
Otros	21,370	24,517	20,855	21,515	22,288	23,185	24,215	25,394	26,725	4.2%



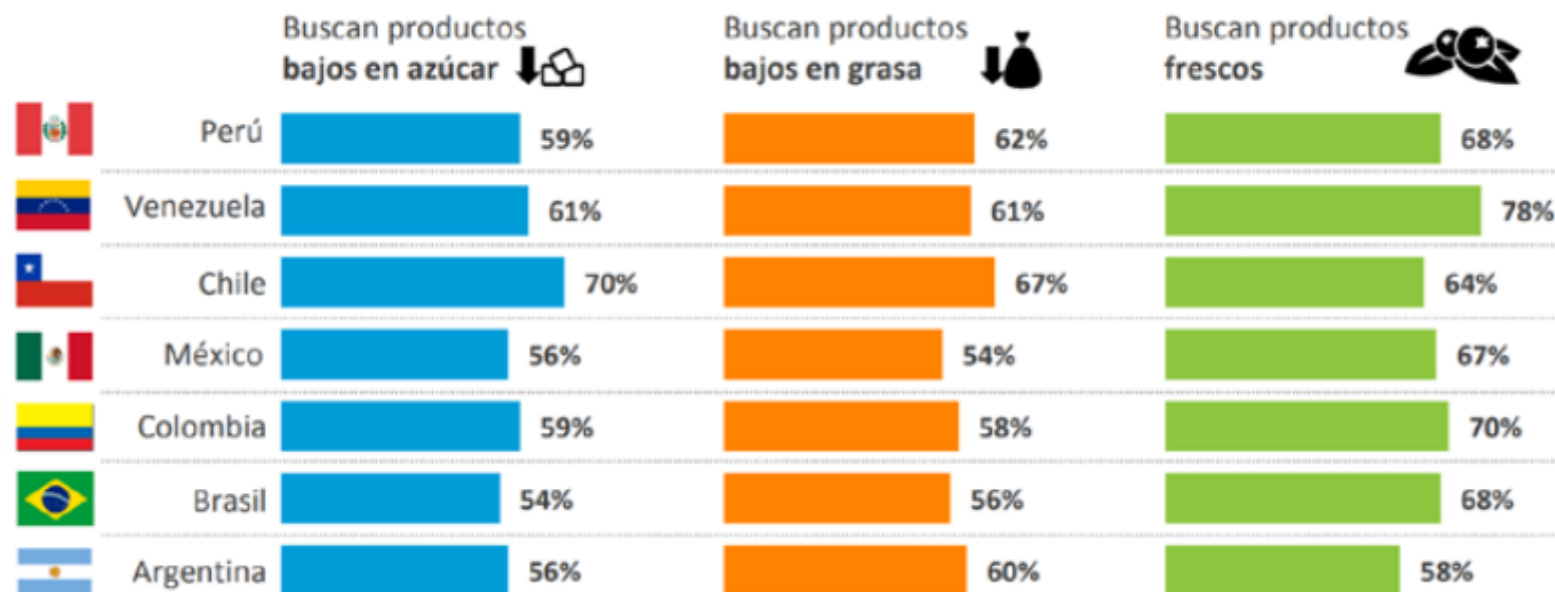


### Mercado de alimentos funcionales, por región 2019-2027 ( Millones)

Segmento	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	CAGR (2021-2027)
Norte América	11,664	13,580	11,732	12,298	12,951	13,701	14,562	15,548	16,676	6.0%
Europa	8,825	10,386	9,088	9,447	10,286	11,017	11,851	12,806	13,923	7.4%
Asia Pacífico	22,804	27,168	24,014	25,752	27,743	30,024	32,640	35,643	39,098	8.5%
Latino América	7,070	8,303	7,234	7,647	8,119	8,660	9,278	9,983	10,791	6.9%
<b>Total</b>	<b>50,363</b>	<b>59,437</b>	<b>52,068</b>	<b>55,344</b>	<b>59,100</b>	<b>63,402</b>	<b>68,331</b>	<b>73,980</b>	<b>80,487</b>	<b>7.5%</b>



## Preferencias de productos saludables, por país latinoamericano



Fuente: The Nielsen Company

La preocupación por buscar alimentos que mejoren la dieta diaria de ingesta de alimentos, como se puede observar el 59% de los consumidores peruanos buscan productos bajos en azúcar, el 62% buscan productos bajos en grasa y el 68% buscan productos frescos.



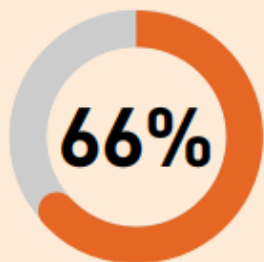
## Tendencias alimentación



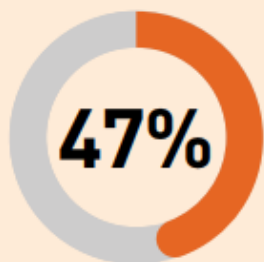
Se ha demostrado que la ingesta de omega 3 de las plantas en forma de ácido alfa-linoleico o ALA y aquellos encontrado en los recursos marinos (EPA y DHA) están conectados a una reducción significativa en las enfermedades del corazón; a través de la reducción de los triglicéridos y ejerciendo efectos anti-inflamatorios, entre otros.

En EEUU la AHA American Heart Association recomienda consumir por lo menos 500 mg al día de ácidos omega 3 (EPA + DHA)

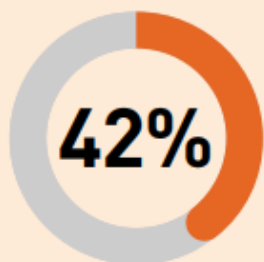
Por ello, servirse 30 gr de nueces y consumir aceite de pescado ( 2 a 3 vcs a la semana) ayuda a cubrir estas necesidades que se vuelven vitales.



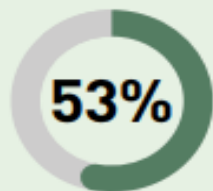
de los consumidores españoles no cree que la carne hecha en laboratorios/cultivada/sintética sea apetecible.



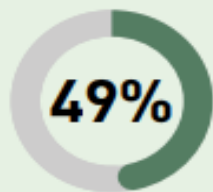
de los consumidores estadounidenses coincide en que los alimentos no transgénicos son más sanos que los alimentos transgénicos.



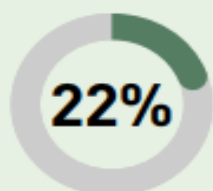
de los padres chinos de niños con edades comprendidas entre los 0 y 3 años estaría interesado en productos nutricionales no transgénicos para bebés.



de los consumidores españoles estaría interesado en dietas personalizadas basadas en su historial genético familiar.



de los consumidores del Reino Unido coincide en que llevar el control de los elementos de salud, tales como la dieta o el ejercicio, es importante para mantenerse motivados.



de los canadienses usa tecnología, como aplicaciones o dispositivos de acondicionamiento físico portátiles, para controlar su salud.

Más consumidores están considerando la salud mental junto a la dieta y el ejercicio en el manejo de su salud personal.

## Dietas inteligentes

La tecnología permitirá a los consumidores diseñar enfoques hiperindividualizados para la salud física y mental.



# Tendencias



- **La salud en el centro de interés.**

Esto se incrementó con la pandemia del Covid19 y ha proliferado manifestándose en el incremento de productos destinados a ayudar al manejo de la ansiedad y la definición de “estar bien de salud” de los consumidores.

- **Se han añadido vitaminas para satisfacer la demanda por productos que ayuden al sistema inmunitario.**

En este sentido, adición de vitaminas C o D, probióticos, resaltar lo natural de las vitaminas en sus productos han servido de estrategia a las empresas manufactureras.

# Tendencias



- **El sentido holístico del “estar bien” para restaurar el balance entre cuerpo y mente.**

Así, la relajación, reducción del estrés, mejora del sueño a través de componentes funcionales como adaptógenos y CBD - que usan cannabis como insumo.

- **La capacidad de respuesta es la clave para el éxito en el ámbito de la salud preventiva.**

Si bien, la pandemia disparó los productos que refuerzan el sistema inmune, la conexión entre el bienestar físico y mental y un enfoque holístico de la salud seguirá impulsando el comportamiento y las opciones de compra.

# Tendencias

**En términos de estilo de vida del consumidor tenemos 5 prioridades**

## Consumers in 2022

November 2021

© Euromonitor International 2021. All rights reserved.

1. El gasto se realiza con más cautela
2. Los consumidores abrazan las causas de responsabilidad social
3. Importancia del bienestar emocional
4. Vida on line presente siempre
5. La vida en casa ha evolucionado

# Tendencias

## Otros tópicos importantes

1. Incremento población adulta mayor.
2. Europa occidental es la región que más crece en términos de ingresos seguido de la región Asia Pacífico
3. Los senior tienen cada vez más ingresos, y ahora son más fáciles de encontrar y de “vender” a través de canales on line.
4. Vivir saludablemente envuelve ahora 3 categorías: acompañar la salud mental, emocional y física – la tecnología acompaña.







Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



# Tendencias

En términos de estilo de vida del consumidor tenemos 5 prioridades

## Consumers in 2022

November 2021

© Euromonitor International 2021. All rights reserved.

1. El gasto se realiza con más cautela
2. Los consumidores abrazan las causas de responsabilidad social
3. Importancia del bienestar emocional
4. Vida on line presente siempre
5. La vida en casa ha evolucionado



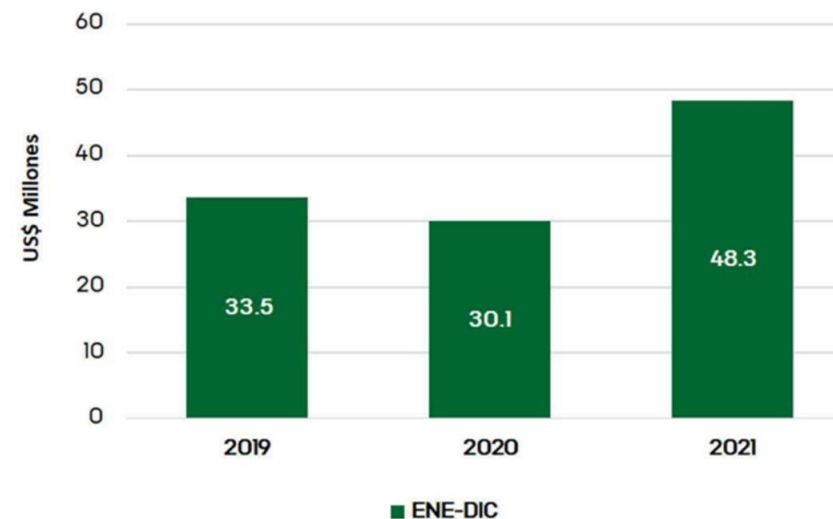
# 5. Exportaciones de castaña amazónica.



## Valor FOB Exportado (US\$ FOB)

Las exportaciones de castaña acumuladas a diciembre del 2021 fueron de US\$ 48.3 millones versus los US\$ 30.0 millones del año anterior, observándose un crecimiento del 60.6%. El mes de diciembre registra envíos por US\$ 1.2 millones, mostrando una disminución de 30.7% comparado con el mismo periodo del año anterior (US\$ 1.7 millones).

MES	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020
Ene	2,273,648	1,608,836	1,156,904	-29.2%	-28.1%
Feb	3,076,442	2,430,507	1,637,198	-21.0%	-32.6%
Mar	3,118,109	1,853,916	4,251,962	-40.5%	129.4%
Abr	4,815,181	2,404,280	4,527,583	-50.1%	88.3%
May	2,724,876	3,617,291	4,823,323	32.8%	33.3%
Jun	2,882,924	3,916,907	4,518,229	35.9%	15.4%
Jul	3,185,119	2,925,276	6,518,220	-8.2%	122.8%
Ago	2,509,646	3,259,209	7,152,043	29.9%	119.4%
Set	2,268,541	2,857,906	5,477,941	26.0%	91.7%
Oct	2,154,325	2,366,952	4,522,506	9.9%	91.1%
Nov	1,672,392	1,158,936	2,543,818	-30.7%	119.5%
Dic	2,864,091	1,672,392	1,158,936	-41.6%	-30.7%
<b>TOTAL</b>	<b>33,545,294</b>	<b>30,072,408</b>	<b>48,288,663</b>	<b>-10.4%</b>	<b>60.6%</b>
Var. % Anual	-	-10.4%	60.6%		



Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE



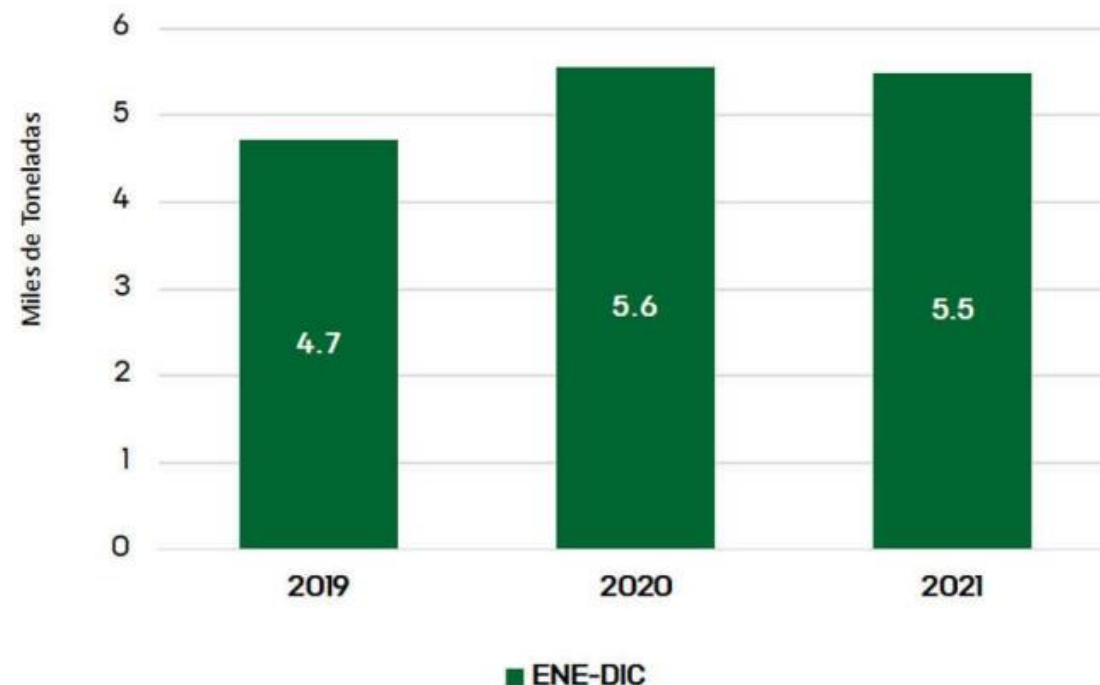
## Volumen Exportado (Kg)

Con respecto al volumen exportado, diciembre reporta envíos por 257 toneladas, un decrecimiento del 1.9% comparado con el mismo mes del año anterior. En el periodo de análisis se registraron envíos por 5.5 miles de toneladas, mostrando una disminución del 1.2% en comparación con el 2020 (5.6 miles de toneladas).

Cuadro N°02: Volumen exportado (Kg)

MES	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020
Ene	424,438	109,813	155,832	-74.1%	41.9%
Feb	334,663	286,026	240,229	-14.5%	-16.0%
Mar	424,677	415,612	273,666	-2.1%	-34.2%
Abr	397,767	342,570	614,795	-13.9%	79.5%
May	590,203	411,021	586,852	-30.4%	42.8%
Jun	355,849	647,871	578,926	82.1%	-10.6%
Jul	406,914	735,525	519,548	80.8%	-29.4%
Ago	439,362	615,674	656,909	40.1%	6.7%
Set	384,577	652,443	652,099	69.7%	-0.1%
Oct	337,261	608,160	524,764	80.3%	-13.7%
Nov	351,320	475,297	432,999	35.3%	-8.9%
Dic	276,320	261,857	256,954	-5.2%	-1.9%
<b>TOTAL</b>	<b>4,723,349</b>	<b>5,561,869</b>	<b>5,493,573</b>	<b>17.8%</b>	<b>-1.2%</b>
Var. % Anual	-	17.8%	-1.2%		

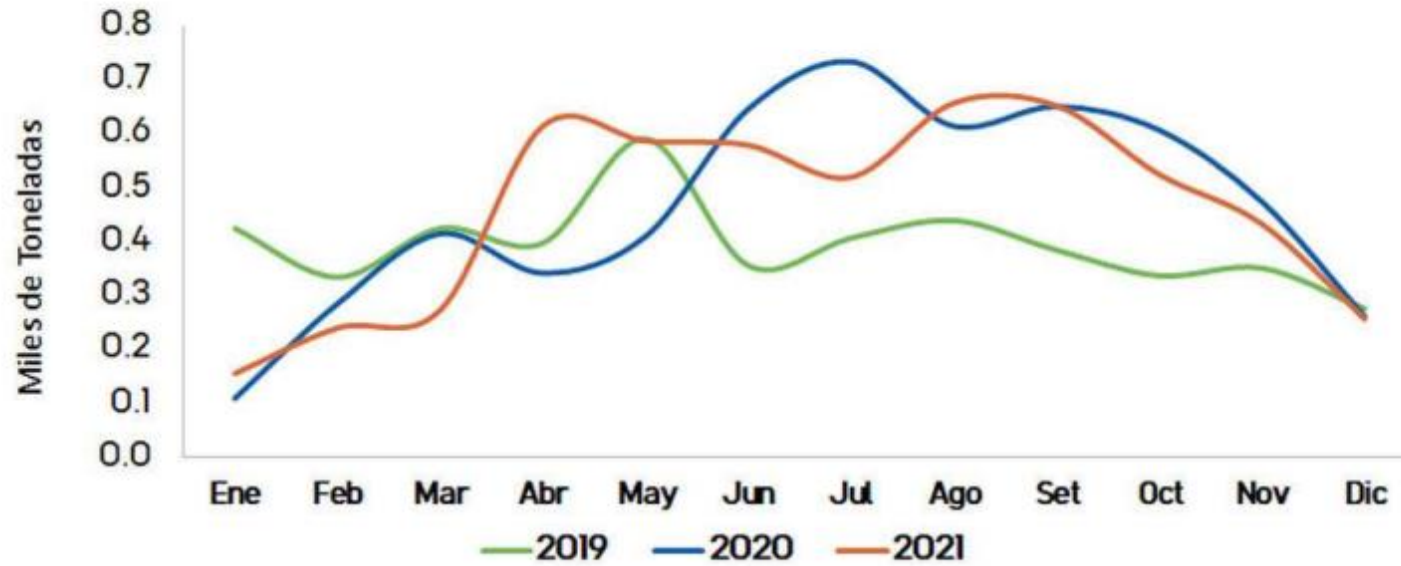
## Volumen Exportado ( Mil / TON)



Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE

Activar V  
Ir a Configu

## Volumen Exportado- Mensual

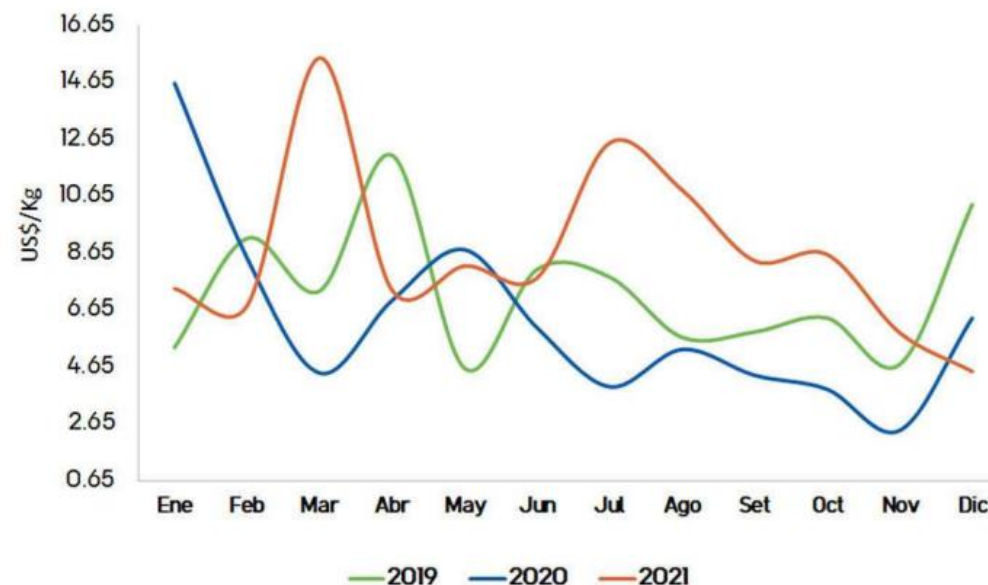


Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE

## Valores unitarios ( US\$ FOB/Kg)

Con relación a los valores unitarios, para el mes de diciembre se presenta una caída de 29.4% pasando de 6.39 US\$/kg a 4.51 US\$/kg comparado con el mismo mes del año anterior. El promedio alcanzado en este periodo fue de 8.67 US\$/kg, mostrando un incremento del 37.1% en comparación al 2020 (6.32 US\$/kg).

MES	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020
Ene	5.36	14.65	7.42	173.5%	-49.3%
Feb	9.19	8.50	6.82	-7.6%	-19.8%
Mar	7.34	4.46	15.54	-39.2%	248.3%
Abr	12.11	7.02	7.36	-42.0%	4.9%
May	4.62	8.80	8.22	90.6%	-6.6%
Jun	8.10	6.05	7.80	-25.4%	29.1%
Jul	7.83	3.98	12.55	-49.2%	215.5%
Ago	5.71	5.29	10.89	-7.3%	105.7%
Set	5.90	4.38	8.40	-25.7%	91.8%
Oct	6.39	3.89	8.62	-39.1%	121.4%
Nov	4.76	2.44	5.87	-48.8%	140.9%
Dic	10.37	6.39	4.51	-38.4%	-29.4%
<b>PROM. ANUAL</b>	<b>7.31</b>	<b>6.32</b>	<b>8.67</b>		
Var. % Anual	-	-13.5%	37.1%		



Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE



### Países Destino

Para el 2021 se han registrado 33 países destinos; Corea se presenta como el principal destino de castaña con envíos por US\$ 19.6 millones, con una participación del 40.9%; seguido por Estados Unidos con 12.2 millones (25.6%) y Rusia con 3.6 millones (7.6%), estos tres países comprenden casi el 75% del mercado.

Asimismo, los países que mostraron mayor crecimiento en sus envíos en comparación con el 2020 fueron India (1127.5%), España (287.3%) y Alemania (232.5%).

Cuadro N°04: Top 10, Principales países destino de 2021

PAÍS	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020	Parl. % 2021
CÓREA DEL SUR	15,429,044	11,969,085	19,554,100	-22.4%	63.4%	40.9%
ESTADOS UNIDOS	9,306,414	6,702,127	12,221,077	-28.0%	82.3%	25.6%
FEDERACIÓN RUSA	3,042,731	1,498,899	3,624,424	-50.7%	141.8%	7.6%
ALEMANIA	186,899	883,624	2,938,230	372.8%	232.5%	6.1%
ESPAÑA	170,647	363,151	1,406,557	112.8%	287.3%	2.9%
NUEVA ZELANDA	698,992	622,192	1,136,696	-11.0%	82.7%	2.4%
PAÍSES BAJOS	744,014	590,672	1,109,605	-20.6%	87.9%	2.3%
FINLANDIA	-	350,021	874,890	-	150.0%	1.8%
INDIA	132,258	59,882	735,065	-54.7%	1127.5%	1.5%
UCRANIA	52,909	244,021	537,066	361.2%	120.1%	1.1%
OTROS	3,812,042	5,657,376	3,650,277	48.4%	-35.5%	7.6%
<b>TOTAL</b>	<b>33,575,950</b>	<b>28,941,049</b>	<b>47,787,987</b>	<b>-13.8%</b>	<b>65.1%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE



Fuente: SUNAT  
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE



# EMPRESAS EXPORTADORAS

De las 31 empresas que exportaron castaña en el 2021, las que más destacan son White Lion Nuts S.A.C. que vendió US\$ 14.7 millones, registrando una participación del 30.7%, seguido por El Bosque E.I.R.L. con US\$ 8.2 millones (17.1%) y Agrícolas y Forestales S.A.C. con US\$ 5.5 millones (11.6%) respectivamente.

Por otro lado, las empresas que presentan mayor crecimiento en comparación con el año anterior fueron Nuttree Corporation S.R.L. (200.2%) y El Bosque E.I.R.L. (82.0%).

**Cuadro N°05: Principales empresas exportadas de 2021 (US\$ FOB)**

EMPRESAS	2019	2020	2021	Var. % 2020/2019	Var. % 2021/2020	Part. % 2021
WHITE LION NUTS S.A.C.	816,330	4,246,990	14,651,354	420.3%	245.0%	30.7%
EL BOSQUE EMPRESA INDIVIDUAL DE R.L.TDA	6,764,933	4,468,899	8,175,788	-33.9%	82.9%	17.1%
AGRICOLAS Y FORESTALES SAC	4,259,797	4,079,369	5,531,032	-4.2%	35.6%	11.6%
LA NUEZ S.R.L.	3,198,834	3,750,953	5,029,962	17.3%	34.1%	10.5%
COM ALT DE PROD NO TRAD Y DES EN LAT AME	2,461,934	2,625,284	3,646,955	6.6%	38.9%	7.6%
AGROFINO FOODS S.A.C.	3,277,893	2,767,138	3,188,175	-15.6%	15.2%	6.7%
NUTTREE CORPORATION SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA-NUTTREE CORP. S.R.L.	1,428,826	807,700	2,424,798	-43.5%	200.2%	5.1%
COMERCIAL FOODS CORPORATION S.A.C	898,656	673,129	1,117,100	-25.1%	66.0%	2.3%
FAST-TRADE DEL PERU SRL	1,117,360	1,119,932	1,001,310	0.2%	-10.6%	2.1%
ASOCIACION FORESTAL INDIGENA MADRE DE DIOS - AFIMAD	-	600,453	450,903	-	-24.9%	0.9%
OTROS	9,351,387	3,801,202	2,570,610	-59.4%	-32.4%	5.4%
<b>TOTAL</b>	<b>33,575,950</b>	<b>28,941,049</b>	<b>47,787,987</b>	<b>-13.8%</b>	<b>65.1%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial-SSE





## 6. Conclusiones y recomendaciones

- Los precios se están recuperando según lo que señala la estadística lo que permite hacer un planeamiento de hacia dónde podemos exportar.
- El mercado europeo es el que mayor crecimiento está mostrando, por lo que sería interesante hacer esfuerzos para aprovechar las ventajas competitivas en esos mercados.
- Las tendencias están mostrando un aumento en el mercado de consumo de frutos secos y deshidratados, en general.
- Se deben seguir trabajando las certificaciones ya que en algunos pocos años, estas ya no serán optativas.
- Cuidar la relación con los clientes es sumamente importante, porque la confianza forma lazos de largo plazo.





# Unidad de Inteligencia Comercial

<https://repositorio.sierraexportadora.gob.pe/>

# Gracias

**Unidad de Inteligencia Comercial**

[vmendoza@sierraexportadora.gob.pe](mailto:vmendoza@sierraexportadora.gob.pe)