

PERFIL PRODUCTO MERCADO

Pitahaya en Países Bajos.



2021

I. Producto

La pitaya, también conocida por el nombre de fruta del dragón es una fruta originaria de Centro América. Tiene forma ovalada, con espinas por fuera y se pueden encontrar tres variedades: amarilla por fuera y pulpa blanca con semillas por dentro, roja por fuera y pulpa blanca o pulpa roja con semillas por dentro. Es muy aromática y su sabor es muy dulce y agradable.

La pitaya es un tesoro desde el punto de vista nutricional, contiene antioxidantes, mucílagos, ácido ascórbico, fenoles. Es rica en Vitamina C, también contiene vitaminas del grupo B, minerales como calcio, fósforo, hierro, y tiene alto contenido en agua y posee proteína vegetal y fibra soluble. Las semillas, que son comestibles, contienen ácidos grasos beneficiosos. Y una de sus propiedades más destacadas es su acción antiinflamatoria y antioxidante, por todo ello la OMS recomienda su consumo.

A pesar de su peculiar aspecto, la pitaya se come como cualquier otra fruta. Se corta por la mitad y se saca la pulpa con la cuchara, y las semillas también se comen. Se puede incorporar en la preparación de batidos, helados y pasteles, y también se utiliza para elaborar mermelada y compotas.

Gráfico N° 1. Pitahaya



Fuente: La Vanguardia. Elaboración: Inteligencia de mercados

El presente documento analiza el desempeño del comercio de la pitahaya de Perú con Países Bajos. La elección del análisis de este país ha sido por ser el primer importador de la pitahaya (**Part. 081090**)¹ más importante de la Unión Europea, con un crecimiento promedio del 3.1% en los últimos 5 años, asimismo de posicionarse en el top 3 de los principales compradores mundiales en el 2020.

A continuación, se detalla el arancel aplicado por Países Bajos al producto de la pitahaya (Part. 081090). Según el portal Market Access Map (2021) se especifica lo siguiente:

Cuadro N° 1. Países Bajos: Partida Arancelaria de la Pitahaya (081090)²

Aranceles aplicados por Países Bajos						
Partida	HS6	Descripción	Arancel NMF	Arancel aplicado UE	Arancel aplicado a Perú	Arancel Miembros AP ³
0810904000	081090	Pitahayas	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

Fuente: Market Access Map / Acuerdos Comerciales del Perú. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

¹ Partida arancelaria a 6 dígitos, donde encontraremos el producto de la pitahaya.

² UE: Unión Europea.

³ Miembros AP: Alianza del Pacífico (México, Colombia, Chile y Perú).

II. Requisitos de ingreso

1. Regulaciones y normas de ingreso

Principales regulaciones y normas de ingreso (incluye las de etiquetado, envase y embalaje):

Cuadro N° 2
Ley y Reglamentos de la UE⁴

Organismo o Institución que Normaliza	Título de Ley, Norma, Reglamento	Fecha de Publicación	Link para ubicar publicación
Comisión Europea	<i>Control de los contaminantes alimenticios en alimentos y Niveles máximos (CEE N° 315/93, y CE N° 1881/2006)</i>	Febrero 1993 Diciembre 2006	http://bit.ly/2pJ911E
Comisión Europea	<i>Controles Fitosanitarios</i>	Julio 2000	https://bit.ly/2NLfgQs
Comisión Europea	<i>Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en los alimentos (CE N° 178/2002)</i>	Enero 2002	http://bit.ly/2pqMcUa
Comisión Europea	<i>Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal (CE N° 852/2004)</i>	Abril 2004	http://bit.ly/2oE3WZk
Comisión Europea	<i>Normas de comercialización de las frutas y hortalizas frescas</i>	Diciembre 2013	https://goo.gl/wSaszN
Comisión Europea	<i>Directivas 2000/13/CE, relativas al etiquetado de los productos alimenticios, y 90/496/CEE, relativa al etiquetado sobre propiedades nutritivas.</i>	23 de Noviembre 2015 (última actualización)	http://bit.ly/2pGwxQE

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

2. Estándares y certificaciones

A continuación; se presentan algunas certificaciones importantes al momento de ingreso de las frutas y hortalizas frescas o secas, las cuales, deben cumplir los estándares de calidad según la condición del producto.

Cuadro N° 3 Certificaciones en Países Bajos

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Certificación Europea	<i>El logotipo ecológico de la UE y el etiquetado es una forma rápida y sencilla para que los consumidores reconozcan los productos ecológicos y un paso importante para garantizar que los productos ecológicos siempre tengan los mismos altos estándares.</i>	http://bit.ly/2pVWMPg
	BRC Food Safety	<i>Se trata de un esquema cuyo objetivo es la salvaguarda de la seguridad alimentaria de los productos que encontramos en el mercado mediante el establecimiento de requisitos que garanticen la salubridad de los alimentos.</i>	https://bit.ly/3jw2ra

⁴ La Comisión Europea: Alimentos

Logo	Nombre de la certificación	Descripción	Web
	Bio Siegel	Este logo busca dar a conocer a los consumidores de manera clara y uniforme que los productos son orgánicos y ecológicos. Se debe cumplir con las regulaciones sobre agricultura orgánica de la UE y deben someterse a diversas inspecciones.	http://bit.ly/1XHHF7t
	Comercio Justo	Estos sellos indican que el productor está recibiendo un precio mínimo justo por el producto.	http://bit.ly/2pqG5is
	Norma ISO 22000- Food Safety	Los compradores requieren que sus proveedores cuenten con un sistema de control de la calidad de sus productos, que asegure que es apto para el consumo humano. Otras certificaciones similares, se utilizan son: IFS (International Food Standard), SQF (Safe Quality Food Program), entre otros.	http://bit.ly/2ptUDv1
	Rainforest Alliance	Organización que trabaja para conservar la biodiversidad y asegurar medios de vida sostenibles transformando las prácticas de uso de suelo, las prácticas empresariales y el comportamiento de los consumidores	http://bit.ly/2pGbsTm
	International (HACCP) Alliance	Se define como un sistema de prevención para evitar la contaminación alimentaria que garantiza una seguridad en los alimentos, en la cual se identifica, evalúa, previene y lleva un registro de los riesgos de contaminación a lo largo de la cadena de producción, desde el inicio hasta que llega a manos del consumidor.	https://bit.ly/2NG5bEq

Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

III. Estadísticas de competencia y del mercado

3.1. El mercado de las frutas exóticas en Países Bajos

Los consumidores europeos tienen un interés creciente en nuevos sabores y variedades de frutas. Esto conduce a un valor de mercado más alto para las frutas exóticas con la mayoría de las importaciones en el norte de Europa. Comunicar los beneficios para la salud de las frutas exóticas puede ayudar a aumentar la demanda. Las granadas, maracuyá, physalis y lichis pueden estar liderando la demanda, pero otras exóticas como pitahaya, rambután y carambola son definitivamente parte del potencial de crecimiento.

La mayor parte de la fruta exótica destinada a Europa se comercializa a través de los Países Bajos. Esta sólida posición comercial puede ser una buena razón para iniciar su negocio buscando importadores en los Países Bajos. Puede encontrar varias empresas de importación que se especializan en exóticas. Para los comercializadores de frutas en otros países europeos, especialmente países con un menor consumo de exóticos importados, a menudo

es más fácil utilizar los canales comerciales en los Países Bajos. Debido al dominio del comercio holandés, también encontrará una amplia variedad de frutas exóticas en los Países Bajos, aunque el consumo de frutas exóticas puede ser menor que en Alemania o Francia.

El valor más alto lo constituyen las granadas, que forman parte del grupo de frutas exóticas en el código SA 08109075 con un valor de importación de 186.8 millones de euros en 2019 (todas las fuentes). Pero con 62.2 millones de euros, Holanda también es un importante importador de maracuyá, physalis, lichis y otras frutas del código SA 08109020.

Las importaciones holandesas tienen la mayor proporción de suministro no europeo y alrededor del 80% se reexporta. Sus principales proveedores no europeos son Perú y Colombia. Una vez que las frutas exóticas se introducen en los principales canales del mercado, el comercio directo puede pasar por alto a los importadores holandeses. En productos de nicho, los Países Bajos seguirán desempeñando un papel importante en la distribución europea.

3.3. Competencia Internacional

De acuerdo a la base de datos del TradeMap (2021), se puede comentar que el mercado de Alemania, tiene como principales proveedores de la pitahaya (bajo la partida: N° 081090) a mercados como Colombia, el cual es el principal proveedor del mercado holandés y ha mostrado un crecimiento promedio de +6.0% en los últimos cinco años, registrando en este último un valor de US\$ 55 millones, con una participación del 24%, además de ello su segundo proveedor más importante es España (US\$ 44 millones) que ha experimentado un decrecimiento considerable en los últimos 5 años (-3.4%). Le siguen otros mercados como Perú el cual ha ido experimentando un crecimiento de +15.4% en los últimos 5 años, y posteriormente otros mercados como Bélgica (+6.7%) y Ghana (+1.6%).

Cabe destacar que Países Bajos es el principal mercado líder la demanda de frutas exóticas como la pitahaya de la Unión Europea. Asimismo, en Europa, cada año se importan más especies exóticas con un valor que aumenta más rápido que el volumen de importación. El mercado muestra un crecimiento gradual. Pero más dinero para gastar también significa más espacio para productos exclusivos.

El aumento del valor puede ser un indicio de precios más altos para las especies exóticas o de que se están importando variedades más exclusivas. Las frutas exóticas se encuentran a menudo en el comienzo de su ciclo de vida; su mercado aún no está maduro y hay espacio para que crezcan. El tiempo que necesitan estas frutas para desarrollarse depende de la variedad específica y de su promoción.⁵

A continuación, se presenta un cuadro resumen con el ranking de los principales proveedores de la partida: 081090 a Países Bajos con los valores y volúmenes exportados:

Cuadro N° 4. Principales proveedores de frutas exóticas al mercado de Países Bajos (Part. Nro. 081090).⁶

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)					Volumen (Toneladas)				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
1	Colombia	44	47	53	58	55	9	10	11	12	11
2	España	51	55	56	44	44	14	15	14	12	14
3	Perú	15	22	24	30	27	6	8	12	15	13
4	Bélgica	12	14	15	16	16	8	8	8	11	6
5	Ghana	12	12	14	13	12	1	2	2	2	2
	Otros	69	81	85	76	75	24	26	28	27	25
	Total	203	232	248	238	230	62	68	75	79	70

TradeMap (2021). Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

⁵ CBI: The European market potential for exotic tropical fruit

Para mayor información: <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/exotic-tropical-fruit/market-potential>

⁶ Partida arancelaria a 6 dígitos donde encontraremos al producto de la Pitahaya

Del cuadro N° 4, se puede comentar que Países Bajos en el año 2020 importó frutas exóticas como la pitahaya por un valor total de US\$ 230 millones con un volumen de 70 mil toneladas respectivamente.

En relación a la estacionalidad de las frutas exóticas (pitahaya) por principales exportadores, se presenta la siguiente tabla resumen:

Cuadro Nro.5
Estacionalidad del volumen exportado de las frutas exóticas al mercado de Países Bajos en el 2020

País	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
España	[Barra de estacionalidad: Baja en Jun-Jul, Media en resto del año]											
Colombia	[Barra de estacionalidad: Media constante a lo largo del año]											
Perú	[Barra de estacionalidad: Alta en Mar-Abr-May, Baja en resto del año]											



Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Del Cuadro Nro.5, se puede mencionar que, de los tres principales proveedores de frutas exóticas a Países Bajos, España tiene una baja estacionalidad entre los meses de junio a setiembre y lo que respecta al resto del año registro una estacionalidad media considerable, mientras que Colombia tiene una temporada media a lo largo de todo el año, por otro lado, el mercado peruano presentó una demanda fuerte en tres meses del año 2020 (marzo, abril y mayo), mientras que la producción a lo largo del año fue relativamente baja.

IV. Transporte y logística

4.1. Medios de transporte

Cuadro N° 6.
Tiempo de transporte de Perú a Países Bajos

Tipo de Ruta	Ruta	Puerto / Aeropuerto de origen	Puerto de destino	Tiempo de tránsito	Frecuencia de salida
Marítima	De Perú a Países Bajos	Lima - Callao	Rotterdam	24 días	SEMANTAL
Marítima	De Perú a Países Bajos	Lima - Callao	Ámsterdam	24 días	SEMANTAL

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

4.2. Fletes

Cuadro N° 7.

Tipo de contenedor: Marítimo	Costo aproximado (US\$)
Reffer de 40 pies	\$ 1,738
Reffer de 20 pies	\$ 1,500
Reffer 40 pies refrigerado	\$ 5,500

Fuente: [Rutas Marítimas](#), Searates www.searates.com

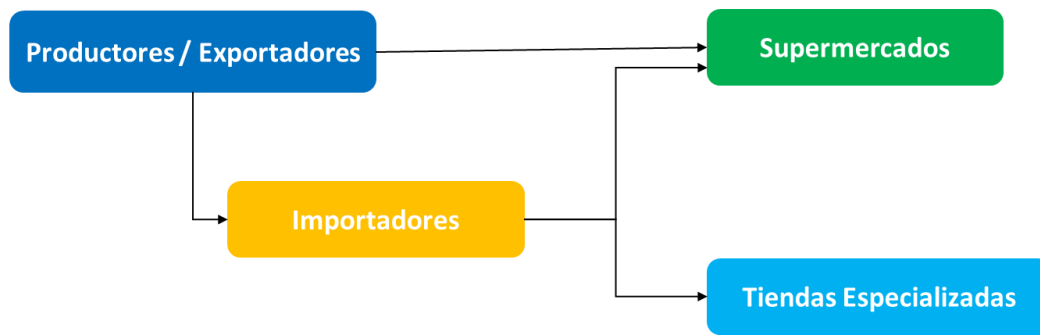
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERÚ

V. Canales de distribución

En el gráfico 2 muestra la cadena de valor de exportación de las frutas como la pitahaya en su viaje al mercado europeo. En el informe “Exportando Frutas Exóticas a Europa” realizado por el Centro de Promoción de países en vías de desarrollo (CBI), el canal de distribución para las pitahayas frescas importadas en Europa empieza en los países productores y sus exportadores, para luego pasar por los importadores quienes son los que finalmente colocan el producto en los supermercados y tiendas especializadas en donde son adquiridas por los consumidores finales.

Las grandes cadenas de supermercados participan cada vez más en actividades de abastecimiento, pero la mayor parte del suministro de hortalizas frescas o secas proviene de los supervisores aún son manejados por importadores especializados. Las hortalizas en macetas frescas de fuentes locales han estado disponibles durante mucho tiempo en centros de jardinería. Hoy en día los supermercados venden las mayores cantidades de hortalizas frescas en macetas y centros de jardinería solo un pequeño porcentaje. Mercados callejeros y especializados la venta minorista de verduras frescas también está en el mercado de hortalizas frescas, pero su participación en el mercado es mucho menor que la de grandes cadenas minoristas, especialmente en el norte de Europa.













Gráfico Nro. 2. Países bajos: Cadena de valor de exportación para las frutas exóticas como la Pitahaya



Fuente: [CBI Exporting fresh fruit and vegetables to the Netherlands](#)
Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU

VI. Precios

A continuación, se detalla los precios de las variedades de productos con valor agregado de la pitahaya en el mercado de Países Bajos.

 US Store Terrasoul Superfoods Organic Freeze-Dried Pitaya Powder (Dragon Fruit), 3.5 Oz - ... € 19 Bekijk product	 US Store PITAYA PLUS Organic Dragonfruit Superfruit Smoothie Packs, 14 OZ € 13 Bekijk product	 US Store Pitaya Plus, Organic Freeze Dried Red Dragon Fruit Powder, USDA and Oregon Tilth ... € 36 Bekijk product	 US Store PITAYA PLUS Bite Size Aloe Vera Cubes, 12 OZ € 10 Bekijk product
 US Store Suncore Foods - Premium Pink Pitaya Supercolor Powder, 5oz each (1 Pack) - ... € 25 Bekijk product	 US Store Pitaya Plus, All Natural Dragon Fruit, Frozen Bite Size Fruit Cubes for Nutrient ... € 79 Bekijk product	 US Store Soulmate Organic Freeze-dried Dragon Fruit Powder, All Natural No Sugar 0 Additive ... € 19 Bekijk product	 US Store Organisumte USDA Organic Dragon Fruit Powder, 100% Pure Freeze-Dried Pink Pitaya € 17 Bekijk product
 US Store Nutrition Restore - 55 Servings - Organic USDA-Certified Red Dragon Fruit Powder ... € 46 Bekijk product	 US Store Organic Red Dragon Fruit Powder, 1 Pound - Non-GMO, Freeze-Dried Pitaya, Raw ... € 56 Bekijk product	 US Store Pitaya Plus Individually Quick Frozen Dragon Fruit Cubes 20 lb € 113 Bekijk product	 US Store Organic Freeze-Dried Pitaya Powder, as Organic Dragon Fruit, 8 Ounce, No GMOs. € 26 Bekijk product


Para mayor información ingresar a: <https://www.ubuy.co.nl/nl/brand/pitaya?q=Pitaya>

Fuente: Tesco. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PromPerú.

VII. Presentaciones con valor agregado de la Pitahaya


A continuación, se mostrarán algunas innovaciones (vale decir valor agregado) que se están comercializando, respecto a la pitahaya en el mercado de Países Bajos:

Cuadro N° 8.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Power Cold Pressed Smoothie
	Presentación del producto	Zumo de fruta
	Marca	The Fruit Lab Good
	Precio	\$ 2.12
	País de fabricación	Países Bajos
	País de distribución	Países Bajos
	Fecha de lanzamiento	Abril 2021


Fuente: [Mintel GNPD](#)

Cuadro N° 9.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Spring Smoothie with Dragon fruit and Apple
	Presentación del producto	Zumo de frutas
	Marca	Jumbo Lente Topper
	Precio	\$ 0.45
	País de fabricación	Países Bajos
	País de distribución	Países Bajos
	Fecha de lanzamiento	Abril 2021


Fuente: [Mintel GNPD](#)

Cuadro N° 10.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Orange, Pitahaya and Apple Fresh Juice
	Presentación del producto	Zumo de frutas
	Marca	AH
	Precio	\$ 2.39
	País de fabricación	Países Bajos
	País de distribución	Países Bajos
	Fecha de lanzamiento	Marzo 2021

Fuente: [Mintel GNPD](#)

Cuadro N° 11.

Foto de referencia	Información relevante del producto	
	Nombre Producto	Dragon fruit and Lemon Yogurt
	Presentación del producto	Producto lácteo listo para comer
	Marca	Vitasia Thai
	Precio	\$ 0.40
	País de fabricación	Países Bajos
	País de distribución	Países Bajos
	Fecha de lanzamiento	Febrero 2021

Fuente: [Mintel GNPD](#)

VIII. Potencial del producto peruano

Actualmente el Perú se encuentra en la posición nro. 14⁷ de exportación de frutas exóticas (Part.081090 donde encontraremos al producto de la pitahaya) en el Mundo, y con respecto al mercado de Países Bajos, el Perú se ubica como su 3^o proveedor más importante de éste producto.

Cuadro N° 10. Exportación de la subpartida 0810904000: Pitahayas

Principales países de exportación de Pitahaya peruano al Mundo (Miles de US\$)									
RK	Principales países de exportación	2016	2017	2018	2019	2020	Var.% 2020 / 2019	TCP. % 2016 - 2020	Part.% 2020
1	Aruba	1	8	7	23	6	-73.1%	43.8%	92%
2	Francia	0	0	5	1	0	-74.7%	-	3%
3	Países Bajos	0	0	0	0	0	856.1%	-	2%
4	Alemania	0	0	0	1	0	-84.0%	-	1%
5	Italia	0	0	0	0	0	-72.2%	14.6%	1%
	Otros	0	2	10	35	0	-99.9%	-16.1%	1%
	Total general	2	10	23	59	7	-88.7%	43.4%	100%

Fuente: SUNAT. Elaboración: Inteligencia de Mercados – PROMPERU.

Entre las variedades de exportación peruana exportadas al mundo tenemos: pitahayas frescas, asimismo de variedad roja y amarilla. En el 2020 un total de 6 empresas exportaron la subpartida (0810904000 – Pitahayas frescas)⁸ y la principal empresa que realiza mencionado envío es NUTRIFARM TRADING & MORE PERU E.I.R.L, cabe destacar que esta empresa creada por familias se encarga de la distribución de productos peruanos, como verduras, productos terminados, granos y harinas a, hoteles y restaurantes en Aruba y en hacen envíos a mercados europeos. Asimismo, cabe destacar que la principal región de exportación es Lima, con una participación del 98%, y Piura (2%) principalmente de Sullana.

IX. Información de interés**1. Ferias del sector alimentos, frutas y hortalizas.****Cuadro N° 11.**

Nombre de la Feria	Website	Duración	Ciudad/ País
Taste of Amsterdam 2021	www.tasteofamsterdam.com	Jun. 2021	Ámsterdam / Países Bajos
UFI Open Seminar 2021	www.ufi.org/ufievent/ufi-asia-pacific-conference-2020	Nov. 2021	Rotterdam / Países Bajos
Bellavita Expo 2022	www.bellavita.com/gb/amsterdam--	Ene. 2022	Ámsterdam / Países Bajos
VIV Europe 2022	www.imexmanagement.com/shows/viv-europe-2018	Jun. 2022	Rotterdam / Países Bajos

Fuente: nferias. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

2. Oficinas comerciales en Países Bajos**Cuadro N° 12.**

Oficina Comercial de Perú en Rotterdam	Sr. Erick García González
Dirección	Cool Singlel 104 3011AG, Rotterdam
Teléfonos	+31 10 26 17 026 / 31-6-20235306
Email	egarciag@mincetur.gob.pe
Diferencia Horaria	Lima-Peru, PET,UTC -05HRS, Europe / Amsterdam, CET, UTC+01HRS

Fuente: Mincetur. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU.

⁷ TradeMap (2021)

⁸ Partida arancelaria nacional a 10 dígitos de la pitahaya

3. Links de interés:

- Europa Export Helpdesk: <http://exporthelp.europa.eu/>
- CBI Europa: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-health-products/turmeric/market-potential>

4. Bibliografía:

- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor International: www.euromonitor.com
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria-Perú: www.sunat.gob.pe
- Doing Business: www.doingbusiness.org
- CIA, The World Factbook: www.cia.gov
- Trading Economics: es.tradingeconomics.com/
- Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú: www.rree.gob.pe
- World Trade Atlas: <http://www.gtis.com/gta/>
- Market Access Map: www.macmap.org
- Mundo Ferias: www.mundoferias.com/index.html
- Portal Ferias: <http://www.portalferias.com/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) – Perú: www.mincetur.gob.pe

5. Anexos:

Anexo 1. Los principales mercados compradores de Pitahaya de Países Bajos (Part. Nro. 081090.)

Cuadro N° 13.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2016	2017	2018	2019	2020	Var% 20/19	TCP 16-20	Par% 2020
1	Alemania	84	75	115	128	125	-2.5%	10.6%	41%
2	Suiza	19	26	30	27	38	41.1%	20.0%	13%
3	Bélgica	26	37	42	33	31	-5.9%	4.9%	10%
4	Francia	6	9	10	14	18	27.1%	31.2%	6%
5	Polonia	12	17	14	14	16	17.2%	8.8%	5%
	Otros	74	73	74	77	77	-0.1%	1.1%	25%
	Total	219	236	287	294	306	4.2%	8.7%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERÚ

Anexo 2. Los principales países proveedores de Pitahaya a Países Bajos (Part. Nro. 081090.)

Cuadro N° 14.

RK	País Socio	Valores US\$ (millones)							
		2016	2017	2018	2019	2020	Var% 20/19	TCP 16-20	Par% 2020
1	Colombia	44	47	53	58	55	-5.3%	6.0%	24%
2	España	51	55	56	44	44	0.2%	-3.4%	19%
3	Perú	15	22	24	30	27	-9.6%	15.4%	12%
4	Bélgica	12	14	15	16	16	-0.9%	6.7%	7%
5	Ghana	12	12	14	13	12	-4.6%	1.6%	5%
	Otros	69	81	85	76	75	-1.8%	2.0%	33%
	Total	203	232	248	238	230	-3.4%	3.1%	100%

Fuente: TradeMap. Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERÚ