



## CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA

# DEL PRODUCTOR DE DERIVADOS DE LA ALGARROBA EN LOS DEPARTAMENTOS DE PIURA Y LAMBAYEQUE



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego

**SERFOR** Servicio  
Nacional  
Forestal y  
de Fauna  
Silvestre



Universidad  
San Ignacio  
de Loyola



## **CARACTERIZACIÓN SOCIOECONÓMICA**

# **DEL PRODUCTOR DE DERIVADOS DE LA ALGARROBA EN LOS DEPARTAMENTOS DE PIURA Y LAMBAYEQUE**

# Caracterización socioeconómica del productor de derivados de la algarroba en los departamentos de Piura y Lambayeque

## MINISTERIO DE DESARROLLO AGRARIO Y RIEGO (MIDAGRI)

**Ministro de Desarrollo Agrario y Riego**  
Ángel Manuel Manero Campos

### Viceministra de Políticas y Supervisión del Desarrollo Agrario

Carmen Inés Vegas Guerrero

**Viceministro de Desarrollo de Agricultura Familiar e Infraestructura Agraria y Riego**  
Iván Ramos Pastor

## SERVICIO NACIONAL FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE (SERFOR)

**Directora Ejecutiva (e)**  
Nelly Paredes Del Castillo

### Dirección General de Política y Competitividad

**Forestal y de Fauna Silvestre**  
Directora General  
Jessica Moscoso Guerrero

### Dirección de Estudios e Investigación

Directora  
Fabiola Adela Carreño Villar

### Equipo técnico:

William Nauray Huari  
David Roy Aldana Gomero

### Dirección de Promoción y Competitividad

Director  
Salvador Raúl Márquez Del Río

### Equipo técnico:

Juan José Ríos Zurita

## UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

### Equipo de investigación:

Benoit Pierre Henri Noel Mougnot  
Rosse Marie Esparza Huamanchumo  
Pablo Cesar Romo Román  
Katicza Yllanely Blanco Jiménez  
Mary Elena Montalván Meza

### Fotografías

Pablo Cesar Romo Román

### Diseño y diagramación

SERFOR  
Av. Javier Prado Oeste N° 2442

### © Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR)

Av. Javier Prado Oeste N° 2442  
Urb. Orrantía, Magdalena del Mar, Lima - Perú.  
Teléfono: (511) 225-9005  
[www.gob.pe/serfor](http://www.gob.pe/serfor)  
[informes@serfor.gob.pe](mailto:informes@serfor.gob.pe)

Primera edición digital, noviembre 2024

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2024-11165  
ISBN: 978-612-5116-07-9

Todos los derechos reservados.

Se autoriza la reproducción o uso de la información de esta guía, siempre que se cite correctamente la fuente.

### Referencia sugerida:

Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre y Universidad San Ignacio de Loyola. (2024). *Caracterización socioeconómica del productor de derivados de la algarroba en los departamentos de Piura y Lambayeque*. Lima. 30 pp.

# ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| PRESENTACIÓN .....   | 5  |
| INTRODUCCIÓN .....   | 6  |
| METODOLOGÍA.....   | 7  |
| Análisis socioeconómico del productor de derivados de la algarroba ..... | 7  |
| CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL PRODUCTOR .....                            | 9  |
| Economía e ingresos de los productores.....                              | 9  |
| Acceso al recurso por parte de los productores.....                      | 10 |
| Producción del algarrobo y productos derivados de la algarroba .....     | 12 |
| Información financiera de los productores .....                          | 14 |
| Comercialización y competencias de los productores .....                 | 15 |
| Asociatividad .....  | 18 |
| Técnica y tecnología.....  | 20 |
| Características sociales del productor .....                             | 21 |
| CONCLUSIONES .....   | 23 |
| RECOMENDACIONES .....  | 24 |
| REFERENCIAS .....  | 25 |
| ANEXOS.....  | 26 |
| Anexo 1. Información estadística del mercado de exportación .....        | 26 |
| Anexo 2. Empresas exportadoras según producto .....                      | 27 |
| Anexo 3. Destino según producto .....                                    | 29 |

## PRESENTACIÓN

El algarrobo es una especie clave de los ecosistemas de bosques estacionalmente secos de la costa norte del Perú, además es de suma importancia para las comunidades campesinas de los departamentos de Tumbes, Piura y Lambayeque, debido a los diferentes productos y beneficios que se obtienen del mismo, como la algarroba, la miel, el forraje, la madera (para la elaboración de leña y carbón), la protección frente a diferentes factores ambientales, la regulación hídrica; entre otros servicios ecosistémicos. En ese sentido, se estima que alrededor de 400 000 pobladores se benefician actualmente del aprovechamiento de este recurso forestal.

Al respecto, es importante tener información sobre los usuarios que aprovechan este recurso forestal, considerando que los productos obtenidos a partir del fruto del algarrobo tienen mayor valor agregado, lo cual contribuye de forma importante en la economía de las poblaciones locales.

En este contexto y en el marco de una investigación colaborativa, el Grupo de Investigación en Innovación y Mercados Sostenibles y el Grupo de Investigación en Gastronomía y Arte Culinario de la Universidad San Ignacio de Loyola y el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre; presenta información técnica sobre condiciones económicas y sociales de los productores que trabajan con los diferentes productos derivados de la algarroba. Se espera que los datos y análisis realizados sean un insumo para diferentes iniciativas que promuevan el desarrollo y competitividad de los productores y otros usuarios vinculados al aprovechamiento y manejo sostenible del algarrobo en la costa norte del país.

**Ing. Jessica Moscoso Guerrero**  
Directora General  
Dirección de Política y Competitividad Forestal  
y de Fauna Silvestre  
Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre

**Dra. Ana María Muñoz Jauregui**  
Vicerrectora de Investigación  
Universidad San Ignacio de Loyola

## INTRODUCCIÓN

Los bosques estacionalmente secos de llanura y ribereños de la costa norte son dominados por la presencia del algarrobo *Neltuma pallida* (Humb. & Bonpl. ex Willd.) C.E.Hughes & G.P.Lewis (MINAM, 2019; Salazar et al., 2021; Hughes et al., 2022). Estos ecosistemas tienen un gran impacto social, económico y ecológico en el bienestar de las comunidades locales (SERFOR, 2021).

En estos bosques, el algarrobo representa un elemento económico importante para las comunidades y poblaciones debido a sus múltiples usos, tales como: i) alimento, debido a que sus frutos son ricos en proteínas, azúcares, minerales, vitamina y fibra, siendo usados para la obtención de algarrobina, café, entre otros derivados; ii) forraje, sustituyendo al maíz y al salvado de trigo en la alimentación animal, debido a que sus hojas son consumidas principalmente por ovejas y cabras; iii) en agroforestería es utilizado como valla agrícola, cortavientos y proporciona sombra al ganado; iv) medicinal, la algarrobina es considerada un reconstituyente natural; asimismo, se obtiene alcohol y otros medicamentos naturales a partir de su semilla; v) en apicultura, sus flores son excelentes productoras de miel, jalea, polen y cera (Peña et al., 2016). Como fertilizante, se utilizan las hojas secas en descomposición para hacer compost (Espinoza & Díaz, 2014).

En lo que concierne a los servicios ecosistémicos que brindan los bosques de algarrobo, estos presentan una alta fertilidad, poseen alta biodiversidad, regulan el clima y el recurso hídrico. Además, las raíces de los árboles regulan la erosión del suelo y evitan los desprendimientos y corrimientos de tierra en las comunidades (Lau, 2017). Otra función de estos bosques es que pueden desarrollar un microclima adecuado para las especies que allí habitan, proporcionándoles refugio y una importante fuente de alimento (Peña et al, 2016).

Desde el punto de vista productivo, la oferta de la materia prima del algarrobo es importante para el desarrollo económico de las comunidades y distritos, puesto que satisface la demanda de los productores que generan los derivados del algarrobo. En este contexto, la economía de las comunidades puede mejorar en gran escala si los pobladores empiezan a aprovechar los recursos naturales a través de la producción, comercialización y/o industrialización de los derivados de la algarroba.

En este marco, entre los años 2022 y 2023 la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL) en colaboración con el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) desarrollaron la investigación “Valoración del algarrobo como aporte a la gastronomía de la costa norte del Perú”, la cual tuvo como uno de sus objetivos, conocer las condiciones económicas y sociales de los productores de derivados de la algarroba.

En el presente documento técnico, los resultados obtenidos se traducen en la caracterización económica y social de los productores, en base a la información recopilada en los departamentos de Piura y Lambayeque, así como de información secundaria.

## METODOLOGÍA

La caracterización económica y social se obtuvo a partir de una investigación de carácter mixto, porque combinó el análisis cuantitativo y cualitativo, dado que, la fuente de la recolección de datos procede de encuestas (abiertas y cerradas) y entrevistas aplicadas a personas de las comunidades dedicadas a la producción y comercialización de los productos derivados de la algarroba.

El ámbito general de la investigación fueron los departamentos de Piura y Lambayeque, los cuales se caracterizan por la presencia de ecosistemas asociados al algarrobo.

Para un análisis descriptivo, en un primer lugar se aplicaron entrevistas a los presidentes de asociaciones y productores dedicados a la producción y/o comercialización de productos derivados de la algarroba ubicados en comunidades de ambos departamentos. Para ello el instrumento constó de 39 preguntas compuestas de tres partes, la primera para conocer las características de la comunidad y sus bosques, la segunda para caracterizar a los productores de productos derivados de la algarroba y la tercera, para conocer las actividades comerciales que dependen de los algarrobales como la ganadería, turismo u otra actividad.

Para realizar la encuesta se distinguió como lugares de evaluación a las comunidades campesinas de los distritos de Chulucanas, Catacaos, Cura Mori, Piura, Íllimo, Túcume y Pítipo, debido a una probabilidad de alta producción y/o comercialización de los productos derivados de la algarroba. El tamaño de muestra considerado fue de 21 productores entre los dos departamentos. La encuesta para los productores constó de preguntas divididas en secciones que incluyen: datos personales, comunidades y bosques, productores del algarrobo y comunidad, producción del algarrobo y sus productos derivados, información financiera, competencia y comercialización, asociatividad, técnica y tecnología, e información social, entre otros datos.

Asimismo, se utilizó información secundaria de los portales institucionales del Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) y del Ministerio del Ambiente (MINAM).

## Análisis socioeconómico del productor de derivados de la algarroba

A partir de las entrevistas y encuestas realizadas a los productores de Piura y Lambayeque, la revisión de información secundaria y el análisis de la información obtenida, se presenta a continuación las características económicas y sociales del productor de derivados de la algarroba.



**Fotografía 1.** Fruto del algarrobo “algarroba”



## CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA DEL PRODUCTOR

### Economía e ingresos de los productores

Los productores se dedican a múltiples actividades económicas a la vez; no obstante, la actividad predominante es el procesamiento de la algarroba en un 60%, siendo en la mayoría de los casos negocios familiares. La segunda actividad más relevante es la apicultura (25.7%), haciendo hincapié que la mayoría de las colmenas están ubicadas en los algarrobales, generando sinergia con su principal actividad (Cuadro 1).

Los ingresos promedio mensuales de los productores encuestados oscilan entre S/ 1,200 a más de S/ 9,000. Esto depende de si el productor vende al por mayor o al por menor. En ese sentido, el 33.3% de los productores tienen un ingreso de S/ 2,501 a S/ 3,800; el 23.8% tiene un ingreso de S/ 1,200 a S/ 2,500; y el 19% entre S/ 5,101 a S/ 6,400 (Cuadro 1).

**Cuadro 1.** Perfil económico del productor de algarroba

| CATEGORÍA                       | FRECUENCIA (%) |
|---------------------------------|----------------|
| <b>Actividad económica</b>      |                |
| Procesamiento de algarroba      | 60.00%         |
| Apicultura                      | 25.70%         |
| Agricultura                     | 8.60%          |
| Ganadería                       | 5.70%          |
| <b>Ingreso promedio mensual</b> |                |
| S/ 1,200 - S/ 2,500             | 23.80%         |
| S/ 2,501 - S/ 3,800             | 33.30%         |
| S/ 3,801 - S/ 5,100             | 0.00%          |
| S/ 5,101 - S/ 6,400             | 19.00%         |
| S/ 6,401 - S/ 7,700             | 9.50%          |
| S/ 7,701 - S/ 9,000             | 4.80%          |
| S/ 9,000 a más                  | 9.50%          |



**Fotografía 2.** Materiales para la producción de derivados de la algarroba y miel.

## Acceso al recurso por parte de los productores

Sobre la superficie de bosques al que tienen acceso los productores para la obtención de algarroba, un poco más de la mitad no poseen áreas de algarrobales para su uso propio (52.4%), puesto que residen en comunidades campesinas donde los bosques están declarados por sus autoridades como de uso común. Por el contrario, en otras localidades los productores si poseen áreas de bosque, de los que el 28.6% posee entre 1-10 hectáreas y el 19.1% posee más de 100 hectáreas. En relación con lo anteriormente mencionado, solo el 38.1% cuenta con algún documento que reconozca la posesión de dichas tierras, mientras que el 61.9% no cuenta con ningún documento que acredite la posesión de las hectáreas de bosque (Cuadro 2).

**Cuadro 2.** Acceso a los bosques para la obtención de algarroba

| <b>Número de hectáreas que poseen los productores</b> |       |
|---|-------|
| (0) hectáreas   | 52.4% |
| (1 - 10) hectáreas                                    | 28.6% |
| (Más de 100) hectáreas                                | 19.0% |
| <b>Reconocimiento de posesión de tierras</b>          |       |
| Si  | 38.1% |
| No  | 61.9% |

En cuanto a la composición de los bosques donde obtienen la algarroba, los productores de Piura y Lambayeque indican que predominan los árboles de algarrobo (34%), seguido de otras especies como sapote y faique (Cuadro 3).

**Cuadro 3.** *Composición de bosques donde se obtiene la algarroba.*

| <b>Principales especies forestales en los bosques</b> |     |
|---|-----|
| <i>Neltuma pallida</i> "Algarrobo"                    | 34% |
| <i>Capparis scabrida</i> "Sapote"                     | 28% |
| <i>Vachellia macracantha</i> "Faique"                 | 22% |
| <i>Cordia lusia</i> "Overo"                           | 10% |
| <i>Encelia canescens</i> "Charamusco"                 | 4%  |
| <i>Alternanthera peruviana</i> "Hierba blanca"        | 2%  |

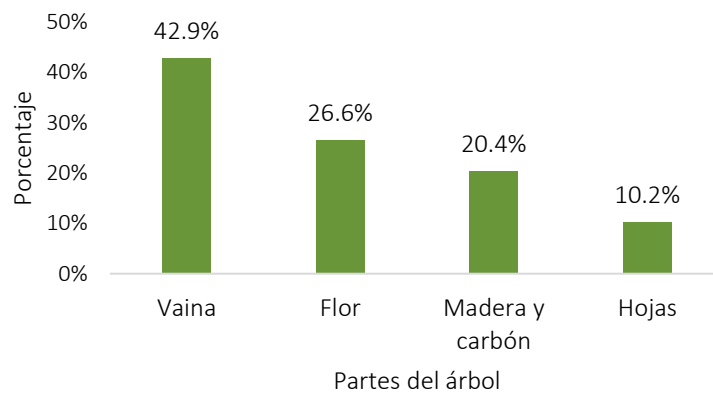


**Fotografía 3.** Bosques estacionalmente secos con dominancia de algarrobo, Piura

## Producción del algarrobo y productos derivados de la algarroba

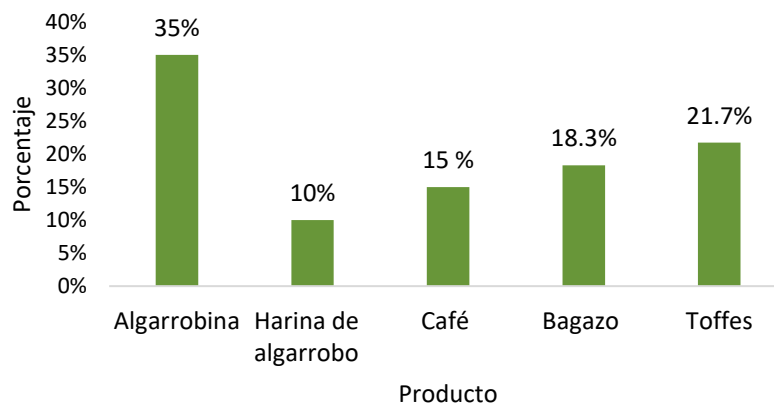
El algarrobo es considerado como una especie multipropósito de suma importancia para las comunidades y poblaciones de la costa norte del Perú (SERFOR, 2022). Los productores aprovechan principalmente la vaina (42.9%) utilizada para obtener productos derivados de la algarroba, seguido de las flores (26.6%) para apicultura; y en menor medida la madera (20.4%) para leña y carbón, así como para forraje para el ganado (10.2%) (Figura 1).

**Figura 1.** Principales productos obtenidos del aprovechamiento de los árboles de algarrobo



Los principales productos con valores agregados procedentes del aprovechamiento de la vaina del algarrobo (algarroba) son: la algarrobina (35%), toffees (21.7%), bagazo (18.3%), café (15%) y harina (10%). Con respecto al bagazo, este es el residuo de la vaina que al ser hervido es utilizado como alimento para el ganado, en consiguiente, este producto actualmente no cuenta con un mercado activo ya que casi siempre se ofrece de forma gratuita (Figura 2).

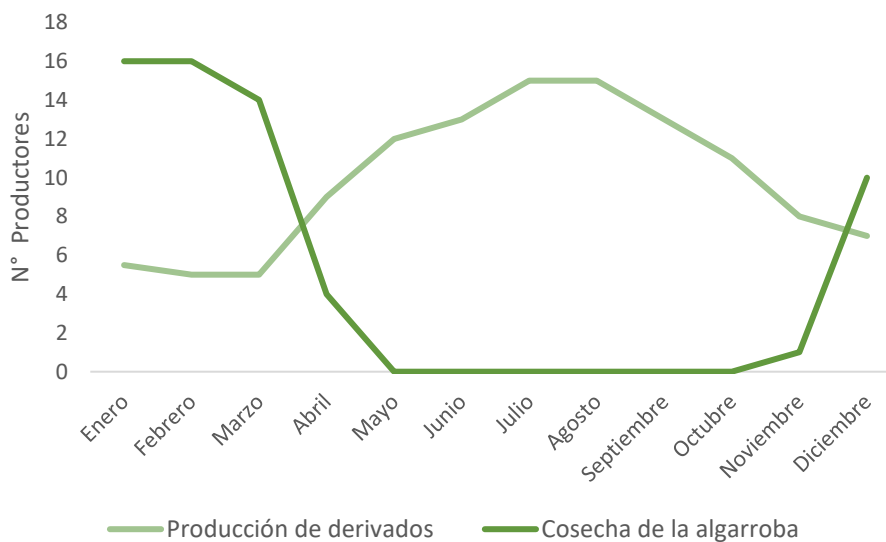
**Figura 2.** Principales productos obtenidos del aprovechamiento de la vaina del algarrobo



En cuanto a la compra de vainas (algarroba) de Piura y Lambayeque, el 95.2% de los productores adquieren dicho insumo de las localidades del Bajo Piura, La Matanza, Batanes y Carmen Lachira, debido a que indican que los bosques en estos lugares no se han visto muy afectados por factores ambientales u otros que limitan la producción en todo el norte del Perú, y a la vez porque los bosques en estas localidades están próximos a riachuelos. Aun así, la percepción de los productores es que las cosechas de los últimos años han disminuido, señalando que los algarrobales han producido menos frutos (algarroba) y la calidad de estos muestran una fuerte reducción en su tamaño y grosor (Figura 3). Esto último se ve evidenciado en la disminución de las exportaciones de los productos derivados de la algarroba (harina y algarrobina) a partir del 2021 (Anexos 1 y 2).

En lo que respecta, la temporalidad de la cosecha y posterior disponibilidad de algarroba para la producción de derivados se da en los meses de diciembre a marzo, siendo los cuatro meses del año donde se realiza el mayor aprovechamiento de algarroba. Una vez que la temporada de cosecha termina, los productores tienen dos formas de continuar con la producción de derivados. La primera es producir mensualmente de acuerdo con la demanda de los productos y la segunda es almacenar los productos para todo el año y producir una gran cantidad hasta agotar lo almacenado, independientemente de la demanda de los productos en los meses restantes del año (Figura 3).

**Figura 3.** Temporalidad de aprovechamiento de algarroba y producción de derivados según las respuestas de los productores (n=21)



En lo que respecta a la cantidad de mano de obra de las personas requerida anualmente para la cosecha y producción, casi todos los productores trabajan con las mismas personas en las dos actividades y en caso requieran personal adicional solo contratan el estrictamente necesario.

Para la cosecha, el 50% de los productores necesitan dos personas para realizar dicha actividad. Los productores restantes que compran el insumo no necesitan de personal, ya que reciben la algarroba en su lugar de producción (Cuadro 4). En la producción se observa que el 47.6% de productores requieren solo dos personas para realizar dicha actividad. Asimismo, los productores indicaron que casi siempre trabajaban con sus familiares o conocidos, puesto que el horario se vuelve más flexible y hay mayor responsabilidad (Cuadro 4).

**Cuadro 4.** Cantidad de mano de obra que se requiere para la cosecha y elaboración de productos derivados de la algarroba

| Mano de obra | Cosecha/compra |                         | Producción |  |
|--------------|----------------|-------------------------|------------|--|
|              | Frecuencia     | Cosecha de la algarroba | Frecuencia | Productos de derivados de la algarroba |
| 1 persona    | 4              | 33.3%                   | 3          | 14.3%                                  |
| 2 personas   | 6              | 50.0%                   | 10         | 47.6%                                  |
| 3 personas   | 1              | 8.3%                    | 4          | 19.0%                                  |
| 4 personas   | 1              | 8.3%                    | 3          | 14.3%                                  |
| 5 personas   |                |                         | 1          | 4.8%                                   |
| <b>Total</b> | <b>12</b>      | <b>100%</b>             | <b>21</b>  | <b>100%</b>                            |

## Información financiera de los productores

Con respecto a las fuentes de financiamiento, estas son mediante la obtención de créditos financieros (55.6%) y recursos propios (44.4%), siendo los créditos la primera opción. Sin embargo, no existe mucha diferencia entre ambas fuentes. Esto es debido a que casi la mitad de los productores reinvierten sus ganancias, por ende, no siempre es necesario recurrir a créditos de instituciones financieras. De los que optan por créditos, el 50% realizan sus prestaciones en los bancos, sea como persona natural o jurídica, mientras que el 29.2% y 20.8% lo hacen a través de las cooperativas de ahorro y crédito, y en las financieras respectivamente (Cuadro 5).

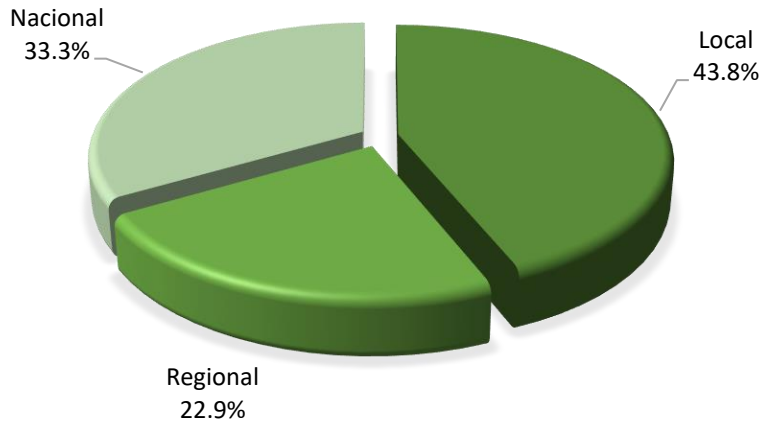
**Cuadro 5.** Información financiera del productor

| CATEGORÍA                        | FRECUENCIA (%) |
|----------------------------------|----------------|
| <b>Fuentes de financiamiento</b> |                |
| Créditos                         | 55.60%         |
| Propios                          | 44.40%         |
| <b>Fuentes de crédito</b>        |                |
| Bancos                           | 50.00%         |
| Cooperativas de ahorro y crédito | 29.20%         |
| Financieras                      | 20.80%         |

## Comercialización y competencias de los productores

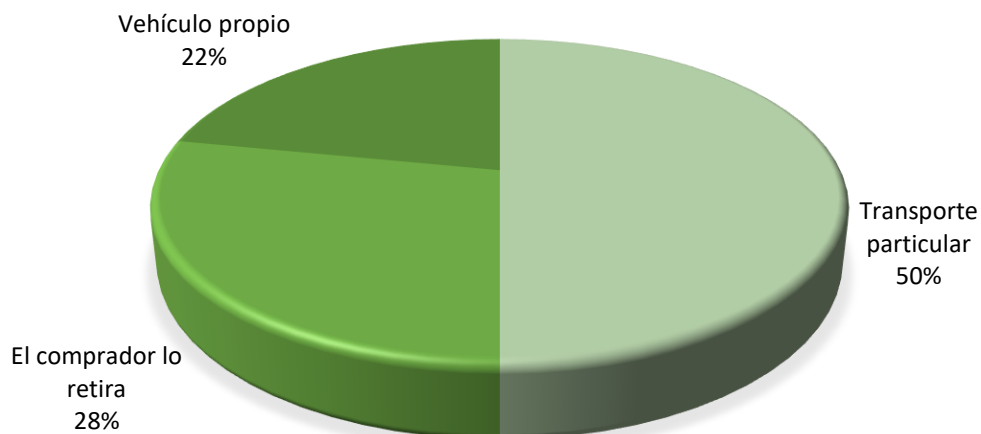
En cuanto al destino de la producción, los productores venden sus productos en su misma localidad (43.8%), en la región (22.9%) y a nivel nacional (33.3%). Los productos obtenidos son distribuidos a nivel nacional son vendidos al por mayor, en contenedores de 25 kilos (kg) cada uno o en botellas de 1 kg y ½ kg a las ciudades de Lima, Arequipa, La libertad, Huaraz, entre otras (Figura 5).

**Figura 4.** Principales puntos de venta donde se distribuye (vende) los productos derivados de la algarroba



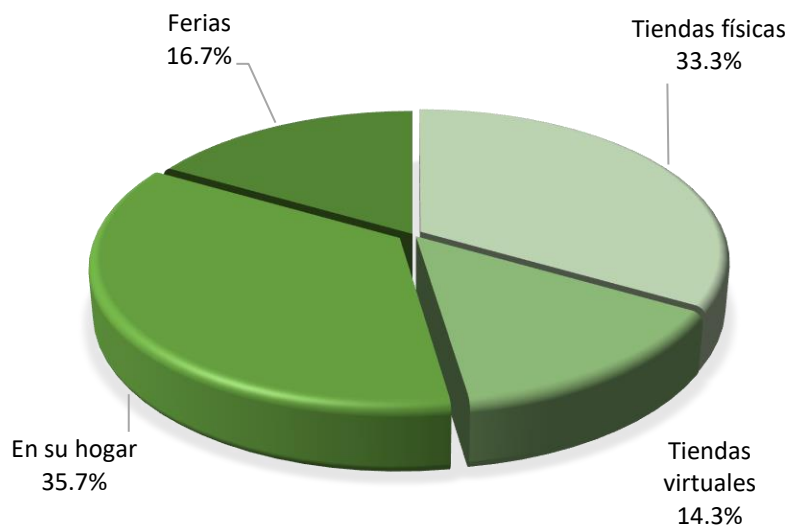
Para transportar los productos a los distintos puntos de venta, los productores utilizan el transporte particular (50%) o lo realizan en vehículo propio (21.9%). En otros casos el comprador retira el producto del punto de venta (28.1%). Mayormente, los productores que utilizan el transporte particular, debido a que envían sus productos a distintas regiones del Perú, lo cual sucede usualmente para la compra al por mayor (Figura 5).

**Figura 5.** Tipo de transporte para movilizar los productos a los puntos de venta



En lo referente a los puntos de promoción y venta, los productores utilizan sus hogares (35.7%), tiendas físicas (33.3%), ferias (16.7%) y tiendas virtuales (14.3%). La mayoría de los productores no hace uso de tiendas virtuales por falta de conocimiento en la utilización de páginas web o redes sociales para promocionar y vender sus productos. Por otro lado, las ferias son como vitrinas para promocionar sus productos y marcas a través de asociaciones (Figura 6).

**Figura 6.** Espacios donde promocionan los productos

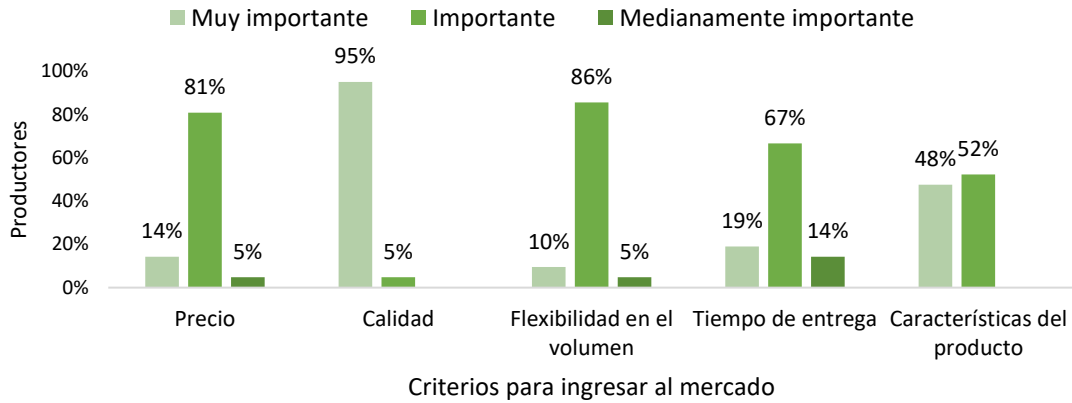


En cuanto a las características para pertenecer a un mercado competitivo, los productores encuestados denotaron que la calidad (95%), flexibilidad en el volumen (86%) y el precio (81%), son los criterios más significativos, puesto que estos entran en la categoría de *importante* y *muy importante*. Explican que la flexibilidad en el volumen es relevante debido a que, si les solicitan una producción grande, los productores deben tener la capacidad para poder satisfacer dicha demanda.

Con respecto a la calidad, es un criterio que está directamente relacionado, entre otros aspectos, con la experiencia de los productores; y en cuanto al precio, este es acordado según la oportunidad y las circunstancias del mercado. Sin embargo, las demás características también son importantes para pertenecer o ingresar a un mercado competitivo (Figura 7).

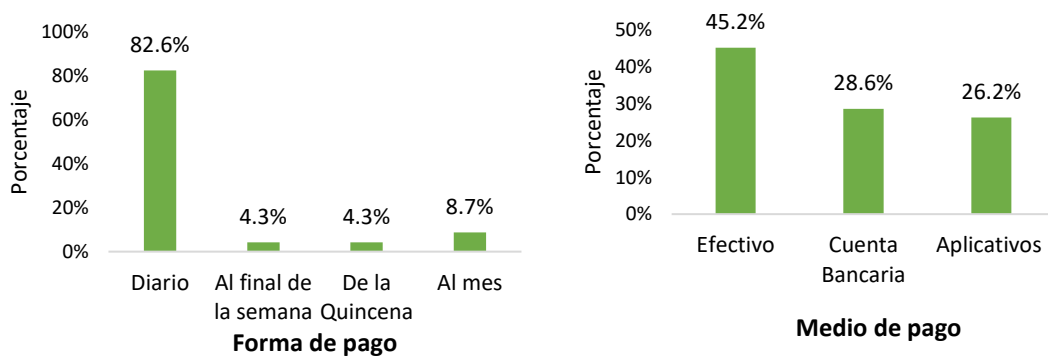


**Figura 7.** Criterios considerados para que el producto ingrese a un mercado competitivo



Por otro lado, con respecto a la forma y el medio de pago por las ventas de los productos derivados de la algarroba, las formas más utilizadas son al contado o diario (82.65%) y al mes (8.7%). En consiguiente, los pagos se realizan en efectivo (45.2%) o a través de cuentas bancarias (28.6%) y aplicativos (26.2%) tales como Yape, Plin, entre otros. Los medios de pago en efectivo y por aplicativos se utilizan cuando las ventas son diarias y por cantidades pequeñas. Por el contrario, las cuentas bancarias son utilizadas para las ventas al por mayor las cuales se pagan mensualmente, los fines de semana o a la quincena dependiendo de la cantidad del producto vendido (Figura 8).

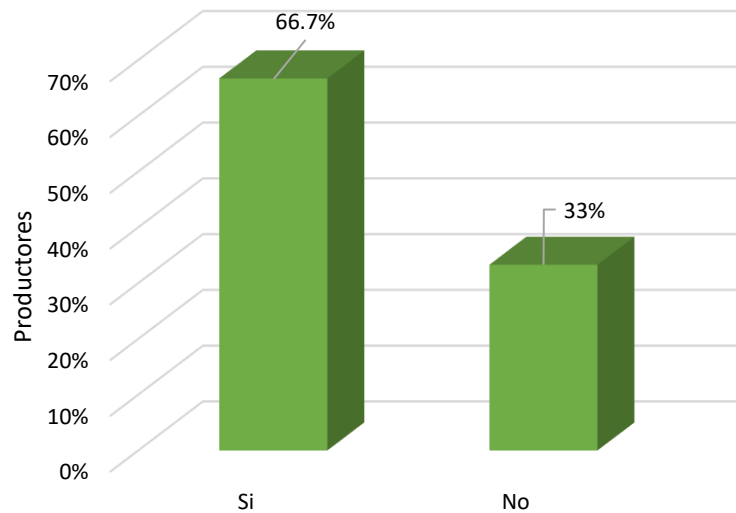
**Figura 8.** La forma y el medio de pago por la venta de los productos derivados de la algarroba



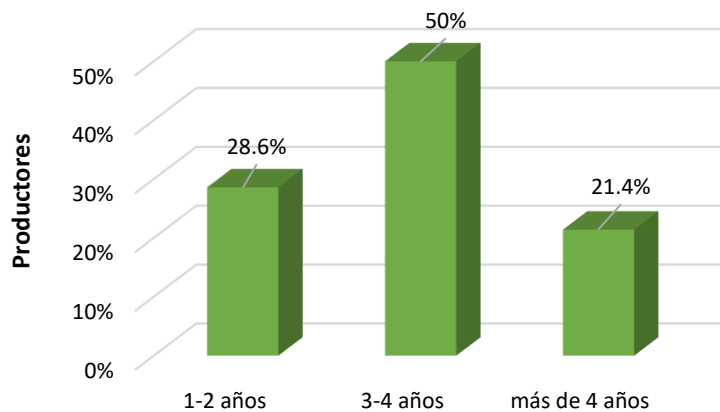
## Asociatividad

En cuanto a la asociatividad, el 66.7% de los productores de los derivados de la algarroba pertenecen a alguna asociación o cooperativa, y se determinó que el 50% de estos son miembros con una antigüedad de entre 3 a 4 años (Figura 9 y 10).

**Figura 9.** Filiación del productor a alguna asociación, cooperativa u otra organización



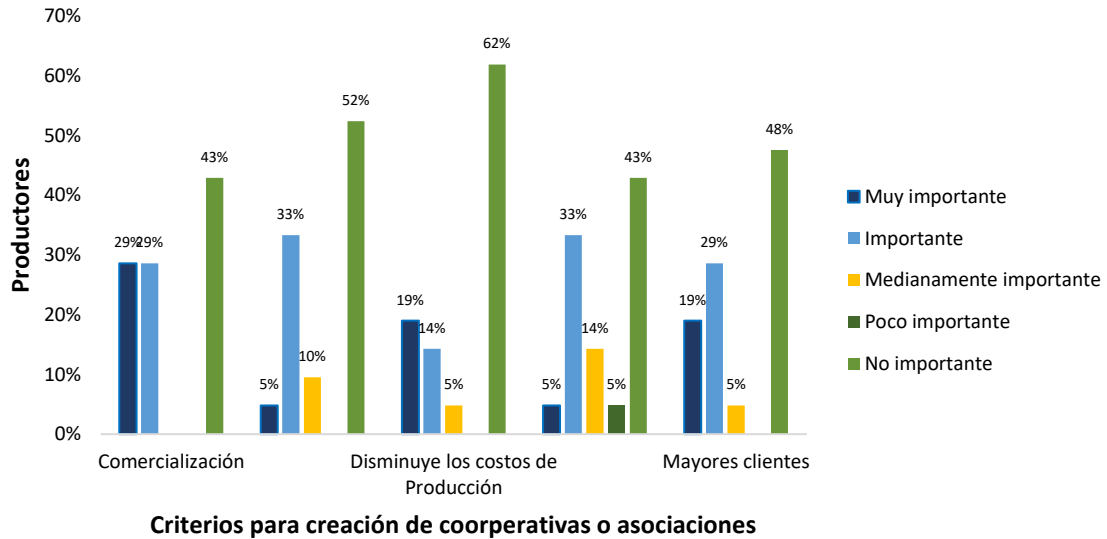
**Figura 10.** Tiempo de filiación del productor a alguna asociación



Los productores indicaron que la creación de una asociación contribuye en gran medida a la comercialización y a conseguir mayor cantidad de clientes y en menor medida a disminuir los costos de producción y mejorar el precio. En relación a los clientes, con la asociatividad podrían alcanzar destinos internacionales que actualmente ya comercializan productos derivados del algarrobo (Anexo 3).

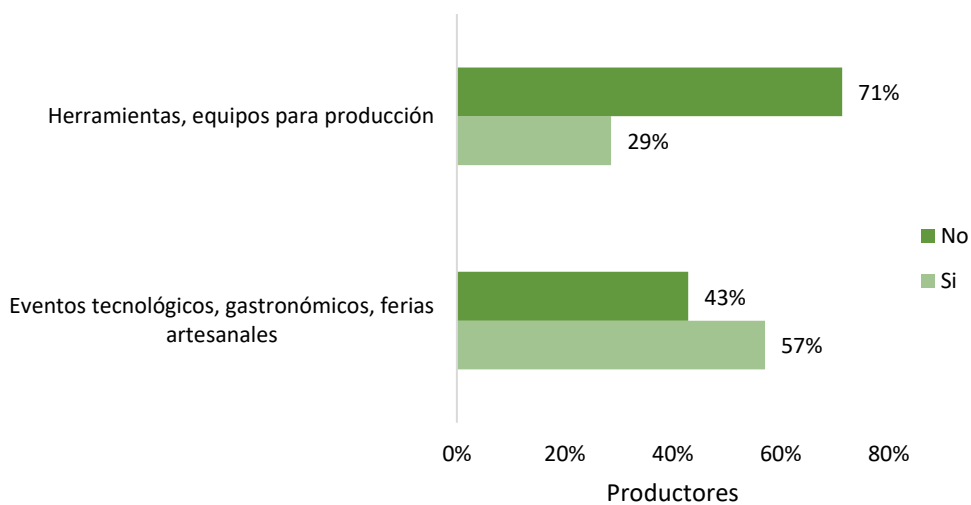
Asimismo, señalaron que la verdadera razón para crear o afiliarse a una cooperativa o asociación es el apoyo que reciben del Estado o entidades privadas a través de proyectos o actividades de inversión, de los cuales no se beneficiarían si lo solicitan individualmente (Figura 11).

**Figura 11.** Criterios de percepción de la importancia de la creación de cooperativas o asociaciones para la producción de derivados de la algarroba



Siguiendo la premisa de asociatividad, los productores indicaron que pertenecer a una asociación les permite imponer mayor presencia al momento de participar en eventos o ferias artesanales (57%); no obstante, en la adquisición de herramientas y equipos para la producción (71%) las asociaciones no contribuyen de manera significativa, siendo los productores los que llegan a adquirir sus propias herramientas (Figura 12).

**Figura 12.** Contribución de la cooperativa o asociación para una producción eficiente de los derivados de la algarroba



## Técnica y tecnología

En cuanto a las capacitaciones técnicas, solo el 33% de los productores mencionaron recibir algún tipo de capacitación en el tema de procesamiento de la algarroba. Asimismo, indican que recibieron asistencia y acompañamiento por el proyecto “Algarrobo” la misma que fue brindada en los años 90 y en donde señalan que aprendieron diversas técnicas para la producción de productos derivados de la algarroba. De igual manera indicaron que en una temporada la Universidad de Piura también brindó capacitación en técnicas para elaboración de toffees de algarroba y el CITEagroindustrial Piura (2013) presentó el primer proyecto de Biocomercio de Algarroba con el objetivo de “fortalecer las capacidades de gestión empresarial y competitividad de las pequeñas empresas para mejorar la calidad productiva y comercial de la cadena de valor de derivados del algarrobo”.

En lo referente a actividades para tecnificarse, los encuestados mejoraron su equipamiento e instrumentos (90.5%), buscaron información de otros productores (85.7%) y modificaron su infraestructura (61.9%). Puesto que los productores no estaban recibiendo ningún tipo de apoyo se volvieron autodidactas, es decir, buscaron información en libros, internet y realizaron pasantías con otros productores para compartir técnicas y diferentes metodologías en los diferentes niveles de la cadena de valor para mejorar la calidad productiva del algarrobo (Cuadro 6).

**Cuadro 6.** Técnicas y tecnologías del productor

| CATEGORÍA   | FRECUENCIA (%) |        |
|---|----------------|--------|
| <b>Capacitación en técnicas de producción respecto al algarroba</b> |                |        |
| Si  |                | 33.00% |
| No  |                | 66.00% |
| <b>Acceso a asistencia técnica</b>                                  |                |        |
| Si  |                | 19.00% |
| No  |                | 81.00% |
| <b>Actividades para tecnificarse</b>                                |                |        |
| Buscar información de otros productos                               | Si             | 85.70% |
|   | No             | 14.30% |
| Mejorar los equipos e instrumentos                                  | Si             | 90.50% |
|   | No             | 9.50%  |
| Modificar la Infraestructura  | Si             | 61.90% |
|   | No             | 38.10% |

## Características sociales del productor

Los productores encuestados residen en Piura y Lambayeque, principalmente en los siguientes distritos: Chulucanas (Piura) e Íllimo (Lambayeque) con un 28.6% y 23.8% respectivamente, seguido de Catacaos (14.29%), Cura Mori (14.2%), Túcume (9.5%), Pítipo (4.76%) y Piura central (4.76%) (Cuadro 12).

Con respecto a las edades, la mayor parte de los productores se caracterizan por tener edades entre 50 a 59 años (42.86%) y más de 60 años (58.57%) siendo las edades más representativas, evidenciándose que los productores son personas entre los 50 y 60 años. Los productores que están en sus veintes solo representan el 4.8%. En cuanto al estado civil, el 71.4% son casados, seguidos de convivientes y solteros con un 19% y 9.5% respectivamente. Siguiendo este contexto la cantidad de hijos en la familia de los productores oscila entre 5-6 hijos con un 47.6% seguido por la cantidad de 3-4 hijos con un 28.6% (Cuadro 12). En el apartado *número de hijos* todos los productores encuestados, ya sean casados, convivientes o solteros tienen al menos un hijo.

En lo que respecta al grado de instrucción, el 66.7% de los productores ha cursado la secundaria de manera exitosa, el 19% cuenta con educación técnica (9.5%) y superior (9.5%), mientras que el 14.4% de los productores cuenta con educación básica (primaria incompleta, completa o secundaria incompleta). Por otro lado, en cuanto a servicios y condiciones básicas, el 45.2% de los productores tiene acceso a la energía eléctrica, los demás cuentan con paneles solares o no tienen electricidad en sus hogares. En relación con el acceso al agua potable y saneamiento solo el 31% y el 23.8% de las personas encuestadas gozan de estos servicios, el resto cuentan con pozos subterráneos o reservorios de agua.

En lo referente al tipo de vivienda de los productores, el 56.5% de las casas son de adobe, mostrando cierta preferencia o distinción con este tipo de casa, asimismo el 34.8% de las viviendas son de ladrillo, quedando en los últimos lugares las casas de paja y madera con un 4.3% cada una. Sobre el acceso al servicio de salud y educación, los productores cuentan con dichos servicios en un 100% y 95% respectivamente. No obstante, los productores mencionan que el problema no es el acceso a dichos servicios, sino la calidad y eficiencia de estos (Cuadro 12).

**Cuadro 12.** Características sociales del productor de los productos derivados de la algarroba

| <b>CATEGORÍA</b>                               | <b>FRECUENCIA (%)</b> |
|--|-----------------------|
| <b>Residencia por departamento</b>             |                       |
| Piura  | 61.90%                |
| Lambayeque                                     | 38.10%                |
| <b>Residencia por distrito</b>                 |                       |
| Chulucanas                                     | 28.60%                |
| Íllimo   | 23.80%                |
| Catacaos                                       | 14.30%                |
| Cura Mori                                      | 14.30%                |
| Túcume   | 9.50%                 |
| Pítipo   | 4.80%                 |
| Piura Central                                  | 4.80%                 |
| <b>Edad</b>                                    |                       |
| De 20 a 29 años                                | 4.80%                 |
| De 30 a 49 años                                | 23.80%                |
| De 50 a 59 años                                | 42.90%                |
| De 60 años a más                               | 28.60%                |
| <b>Estado civil</b>                            |                       |
| Casado   | 71.40%                |
| Conviviente                                    | 19.00%                |
| Soltero  | 9.50%                 |
| <b>Número de hijos</b>                         |                       |
| De 1 a 2 hijos                                 | 19.00%                |
| De 3 a 4 hijos                                 | 28.60%                |
| De 5 a 6 hijos                                 | 47.60%                |
| Más de 6 hijos                                 | 4.80%                 |
| <b>Grado de instrucción</b>                    |                       |
| Primaria incompleta                            | 4.80%                 |
| Primaria completa                              | 4.80%                 |
| Secundaria incompleta                          | 4.80%                 |
| Secundaria completa                            | 66.70%                |
| Técnico  | 9.50%                 |
| Universitaria                                  | 9.50%                 |
| <b>Servicios básicos</b>                       |                       |
| Luz  | 45.20%                |
| Agua Potable                                   | 31.00%                |
| Saneamiento                                    | 23.80%                |
| <b>Tipo de vivienda</b>                        |                       |
| Casa de adobe                                  | 56.50%                |
| Casa de Ladrillo                               | 34.80%                |
| Casa de paja                                   | 4.30%                 |
| Casa de madera                                 | 4.30%                 |
| <b>Acceso al servicio de educación - salud</b> |                       |
| Educación                                      | 95.20%                |
| Salud  | 100.00%               |

## CONCLUSIONES

Los ingresos anuales de los productores de algarroba encuestados obtienen un ingreso anual promedio de S/ 31,881.24 (Treinta y un mil ochocientos ochenta y uno con 24/100 soles), con rangos que varían entre S/. 25,000 a S/. 38,000.

Más del 50% de los productores encuestados no poseen áreas para el aprovechamiento de las vainas de algarroba y más del 95% los productores encuestados compran la vaina de algarroba para producir derivados, requiriendo en promedio dos personas para su producción.

Respecto a la forma de financiamiento, el 55% de los encuestados prefieren los créditos bancarios; y con relación a los factores para ingresar a un mercado competitivo, los productores señalan que la calidad, la flexibilidad de volumen y el precio son los criterios más importantes. Por otro lado, a la hora de realizar las transacciones comerciales, el 82.6% efectúa cobros inmediatos en efectivo.

En cuanto a la asociatividad, el 66.7% de los productores pertenecen a una asociación con más de tres años de afiliación, indicando que el criterio más importante para crear o pertenecer a una asociación o cooperativa es poder recibir asistencia del Estado y de otras instituciones para la mejora de su equipamiento e infraestructura para la obtención de productos y subproductos.

Los productores encuestados han perfeccionado sus técnicas de producción de manera autodidactas y compartiendo información con otros productores.

Con respecto a las características sociales del productor, más del 42% de los productores tiene edades entre 50 a 59 años. En cuanto al nivel educativo, la mayoría de los productores poseen secundaria completa y menos del 50% tiene acceso a servicios básicos, siendo los materiales predominantes en sus viviendas el adobe y el ladrillo.

## RECOMENDACIONES

Utilizar el presente documento como insumo para la elaboración del perfil socioeconómico del productor de derivados de la algarroba a fin de desarrollar estrategias que fortalezcan la cadena de valor del algarrobo.

Recopilar información del número de productores en la cadena de valor del algarrobo a nivel distrital, a fin de caracterizar su impacto en la economía local, regional y nacional, promoviendo la articulación con actores y productores involucrados en la cadena, incluyendo los niveles de producción, transformación y exportación de derivados de la algarroba.



## REFERENCIAS

Espinoza, J., y Díaz, L. (2014). Desarrollo de negocios utilizando algarrobo orgánico en la asociación de comuneros “Sequion Olmos”. *Revista del Instituto de investigación de la Facultad de minas, metalurgia y ciencias geográficas – UNMSM*, 17(34). doi: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/iigeo/article/view/11385>

Hughes, C.E., Ringelberg, J.J., Lewis, G.P., Catalano, S.A. (2022). Disintegration of the genus *Prosopis* L. (Leguminosae, Caesalpinioideae, mimosoid clade). In: Hughes CE, de Queiroz LP, Lewis GP (Eds) *Advances in Legume Systematics 14. Classification of Caesalpinioideae Part 1: New generic delimitations*. *PhytoKeys* 205: 147- 189. <https://doi.org/10.3897/phytokeys.205.75379>

LAU, J. L. (2017). *Los bosques secos luchan contra el olvido en el Perú*. MONGABAY. <https://es.mongabay.com/2017/02/peru-bosques-secos/>

MINAN. (2019). *Mapa Nacional de Ecosistemas Del Perú: Memoria descriptiva*. Ministerio del Ambiente. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/433659/Memoria\\_MAPA\\_Ecosistemas\\_OK.pdf?v=1575048910](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/433659/Memoria_MAPA_Ecosistemas_OK.pdf?v=1575048910)

Peña, A., Salazar, Z., y Cruz, A. (2016). *Variabilidad productiva en algarrobo y su impacto en el ecosistema. Piura*. Ministerio del Ambiente. <https://repositoriodigital.minam.gob.pe/handle/123456789/516>

Salazar Zarzosa, P., Mendieta-Leiva, G., Navarro-Cerrillo, R.M., Cruz, G., Grados, N. y Villar, R. (2021). An ecological overview of *Prosopis pallida*, one of the most adapted dryland species to extreme climate events. *Journal of Arid Environments* 193: 104576. <https://doi.org/10.1016/j.jaridenv.2021.104576>

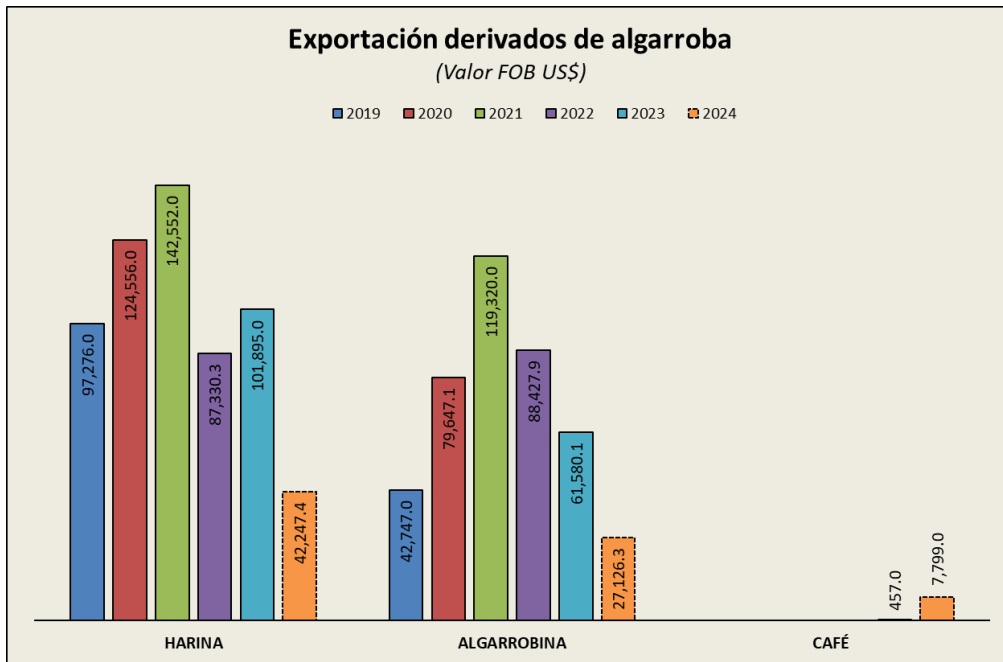
SERFOR. (2021). *Avances sobre la investigación de “algarrobo” Prosopis (Fabaceae) en la costa norte del Perú*. Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre. <https://repositorio.serfor.gob.pe/handle/SERFOR/905>

SERFOR. (2022). *Guía para la identificación de insectos asociados al algarrobo Prosopis pallida (Humb. & Bonpl. ex Willd.) Kunth. Volumen I: Tumbes*. Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre. <https://repositorio.serfor.gob.pe/handle/SERFOR/924>

Veritrade. (2024). *Información de comercio exterior de Latinoamérica y el mundo*. Veritrade. <https://www.veritradecorp.com/es/>

## ANEXOS

### Anexo 1. Información estadística del mercado de exportación



Fuente: Veritrade, 2024. / P.A. 1212920000 - 1302320000

Data 2024: Enero-Mayo (Mayo: preliminar)

Elaboración: DPC-SERFOR

## Anexo 2. Empresas exportadoras según producto

| PRODUCTO   | VALOR FOB US\$  |                  |                  |                 |                  |                 |
|--|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
|  | 2019            | 2020             | 2021             | 2022            | 2023             | 2024            |
| <b>HARINA</b>  | <b>97,276.0</b> | <b>124,556.0</b> | <b>142,552.0</b> | <b>87,330.3</b> | <b>101,895.0</b> | <b>42,247.4</b> |
| ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU SAC  | 42,893.0        | 61,011.0         | 69,089.0         | 52,345.0        | 58,546.0         | 21,700.0        |
| AGROFINO FOODS S.A.C.  |                 |                  |                  |                 | 23,450.0         |                 |
| NATURKOST PERU S.A.C.  | 255.0           | 488.0            | 280.0            |                 | 5,700.0          |                 |
| ECOANDINO S.A.C.   |                 | 2,182.0          |                  | 5,098.9         | 5,500.0          |                 |
| PERUVIAN NATURE S & S S.A.C.   | 12,002.0        | 7,973.0          | 6,380.0          | 10,177.0        | 4,162.0          |                 |
| CAMINO ANDINO S.A.C.   |                 |                  |                  |                 | 1,612.0          | 6,260.0         |
| NUTRY BODY SAC   |                 | 14,904.0         | 10,560.0         | 10,485.0        | 1,000.0          |                 |
| NATUR TOP S.R.L.   | 10,560.0        | 6,500.0          | 17,840.0         | 2,100.0         | 972.0            |                 |
| AYNI TECHNOLOGIES S.A.C.   |                 |                  |                  |                 | 953.0            |                 |
| FITOMUNDO S.R.L.   | 60.0            |                  |                  |                 |                  |                 |
| ARI SUPERFOODS S.A.C.  | 246.0           |                  |                  |                 |                  |                 |
| KUMARA FOOD E.I.R.L.   |                 |                  | 15,110.0         |                 |                  |                 |
| MAREMI S.A.C.  |                 | 62.0             |                  |                 |                  |                 |
| AGRONEGOCIOS WIRACCOCHA DEL PERÚ S.A.C.                                  |                 |                  |                  |                 |                  | 4,130.9         |
| VILLA ANDINA SAC BIC   | 12,415.0        | 19,367.2         | 351.0            |                 |                  |                 |
| BIO-AURORA EIRL  | 1,035.0         |                  |                  |                 |                  |                 |
| KOECH S.A.C.   |                 | 596.6            | 1,515.0          |                 |                  |                 |
| MULTISERVICIOS ROMERO'S & MORENO'S S.A.C.                                |                 |                  | 13.0             |                 |                  |                 |
| LIMA EXPORTAR PRODUCTOS E.I.R.L.   |                 |                  | 238.0            |                 |                  |                 |
| AGRITRADE S.A.C.   | 5,591.0         |                  |                  |                 |                  |                 |
| AMAZON SPECIALTIES S.A.C.  |                 | 1,186.0          | 487.0            | 2,074.4         |                  |                 |
| AMAZON ANDES EXPORT S.A.C.   | 120.0           |                  |                  |                 |                  |                 |
| AGROINDUSTRIAS OSHO S.A.C.   |                 |                  | 539.0            |                 |                  |                 |
| CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C.  |                 | 126.2            |                  |                 |                  |                 |
| PERUVIAN BIO FOODS S.A.C.  |                 |                  |                  |                 |                  | 394.0           |
| CORPKV IMPORTADORA EXPORTADORA Y<br>COMERCIALIZADORA SAC                 |                 |                  |                  |                 |                  | 9,762.5         |
| THE SUPERFOOD COMPANY S.A.C.   | 4,256.0         |                  | 5,000.0          |                 |                  |                 |
| ECOMMODITIES S.A.C.  | 7,843.0         | 10,154.0         | 15,150.0         | 5,050.0         |                  |                 |
| AGROMANIA SAC  |                 | 3.0              |                  |                 |                  |                 |
| FITO PERU EXPORT IMPORT S.A.C.   |                 | 3.0              |                  |                 |                  |                 |
| <b>ALGARROBINA</b>   | <b>42,747.0</b> | <b>79,647.1</b>  | <b>119,320.0</b> | <b>88,427.9</b> | <b>61,580.1</b>  | <b>27,126.3</b> |
| MIRANDA - LANGA S.A.C  | 13,155.0        | 18,048.0         | 20,683.0         | 16,142.0        | 13,346.0         | 5,585.4         |
| SAMA FOOD PERÚ E.I.R.L.  |                 |                  |                  |                 | 13,273.0         | 4,165.5         |
| IMPORTADORA Y EXPORTADORA DOÑA ISABEL E.<br>ANAWI EXPORT S.A.C.          |                 |                  |                  | 992.0           | 5,499.0          |                 |
| CORPORACION GERONIMO S.A.C.  | 1,546.0         | 6,523.0          | 7,423.0          | 2,348.9         | 3,555.0          | 3,366.0         |
| ZOWI PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA<br>KARLINI INTERNATIONAL FOODS S.A.C. |                 |                  |                  |                 | 3,109.0          | 710.0           |
| INDUSTRIAS AGRICOLAS SRL   | 3,054.0         | 13,973.0         | 11,015.0         | 6,609.4         | 2,663.0          | 1,836.0         |
| AGRO MI PERU FOODS S.A.C.  | 1,797.0         | 4,660.7          | 900.0            | 3,186.0         | 2,238.9          | 1,199.5         |
| JM IMPORTADORA EXPORTADORA Y SERVICIOS S.A.C.                            |                 | 2,470.0          | 2,591.0          | 10,749.4        | 2,193.8          | 1,561.2         |
| EXPORTACIONES RODRIGUEZ NEIRA S.A.C.                                     |                 |                  |                  | 2,014.0         | 1,893.0          | 446.0           |
| EXPORTACIONES LIBERTEÑOS HJ S.A.C.                                       |                 | 2,847.0          | 3,822.0          | 1,515.4         | 1,813.0          |                 |
| EL INDUSTRIAL NARAED E.I.R.L.  |                 |                  |                  |                 | 1,135.0          | 1,147.8         |
| LIMA EXPORTAR PRODUCTOS E.I.R.L.   |                 |                  | 366.0            |                 | 1,129.0          |                 |
| INTI PERU SUCURSAL DEL PERU  |                 |                  |                  |                 | 555.3            |                 |
| NOVAL COMPANY S.A.C.   |                 | 82.0             |                  | 335.2           | 535.0            |                 |
| NAKAYAMA DEL PERU S.A.C.   |                 |                  |                  |                 | 456.0            |                 |
| INDUSTRIAS SISA S.A.C.   | 15,452.0        | 7,938.0          | 40,406.0         | 18,935.0        | 358.0            |                 |
| MAPA LOGISTICA INTERNACIONAL SAC   | 108.0           | 187.4            | 29.0             | 119.6           | 216.0            | 96.0            |
| COMERCIALIZADORA SONY LATIN S.A.C.                                       |                 |                  |                  |                 | 208.0            |                 |
| MULTISERVICIOS ROMERO'S & MORENO'S S.A.C.                                |                 |                  |                  |                 | 141.0            | 95.3            |
| DESTILERIA JOSE DEL CARMEN   |                 |                  | 177.0            |                 | 141.0            |                 |
| LAMAS IMPORT EXPORT S.A.C.   |                 | 400.0            | 272.0            | 637.0           | 132.0            |                 |
| IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES DAVISAL E.I.R.L.                           |                 |                  |                  |                 | 114.0            |                 |
| LABORATORIO ALGAS MARINA SAC   |                 |                  |                  |                 | 62.0             |                 |
| SHANANTINA S.A.C.  |                 |                  |                  |                 | 45.7             |                 |
| SILVA & ZAPATA IMPORTACION S.A.C.  |                 |                  |                  |                 | 45.0             | 137.2           |
| FLORA AGROSERVICIOS E.I.R.L.   |                 |                  |                  | 205.0           | 40.0             |                 |
| OLLADEBARROFOOD SRL  |                 |                  | 44.0             |                 | 29.0             |                 |
| LOGISTICA GLOBAL DELGADO EIRL  |                 |                  |                  |                 | 24.0             |                 |
| AGC IMPORTACIONES S.A.C.   |                 |                  |                  |                 | 12.0             |                 |

| PRODUCTO                                       | VALOR FOB US\$   |                  |                  |                  |                  |                 |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
|  | 2019             | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             | 2024            |
| NEW STAR COMERCIAL SOTOMAYOR E.I.R.L.          |                  |                  |                  |                  |                  | 21.8            |
| MEGA INDUSTRIAS JUANCA E.I.R.L.                |                  |                  | 149.0            |                  |                  |                 |
| PERUCHEF TRADE S.A.C.                          |                  |                  | 15,950.0         | 13,146.0         |                  |                 |
| GRUPO TEXTIL LAURO E.I.R.L.                    |                  |                  | 6.0              |                  |                  |                 |
| EXPORT E IMPORT DIOS ES EL QUE SALVA EIRL      |                  | 24.0             | 196.0            |                  |                  |                 |
| IMEXPRO S.A.C.                                 |                  |                  | 83.0             |                  |                  |                 |
| FOOD EXPORT NORTE SAC                          |                  | 210.0            |                  |                  |                  |                 |
| IMPORT Y EXPORT MODA BLANCA E.I.R.L.           |                  |                  |                  | 29.0             |                  |                 |
| GRUPO INDUSTRIAL ALEXANDRA E.I.R.L.            |                  |                  | 8.0              |                  |                  |                 |
| COORPORACION ROSALES INTERNACIONAL E.I.R.L.    |                  |                  | 15.0             |                  |                  |                 |
| AMERINDIA CENTRO CULTURAL S.A.C.               |                  |                  |                  | 1,204.0          |                  |                 |
| AGROINDUSTRIALES Y EXPORTADORA BETO VIP S.A.C. | 38.0             |                  | 749.0            |                  |                  | 390.0           |
| N/A No Disponib                                |                  |                  | 43.0             |                  |                  |                 |
| CABALLERO CARMELO IMEXPE EIRL                  | 140.0            | 550.0            | 550.0            | 441.0            |                  | 100.0           |
| EXPORTA PERU GLOBAL S.A.C.                     |                  |                  |                  |                  |                  | 311.7           |
| BUSINESS LIDER S.A.C.                          |                  |                  |                  | 1,061.0          |                  |                 |
| PERU INDUSTRY G.N S.A.C.                       |                  | 383.0            |                  |                  |                  |                 |
| INKAS WONDER PERU E.I.R.L.                     | 1.0              |                  |                  |                  |                  |                 |
| GRUPO INDUSTRIAL QUISPE EIRL                   |                  |                  | 8.0              |                  |                  |                 |
| COMERCIALIZADORA FASHION CHUNGA E.I.R.L.       |                  |                  |                  | 1.0              |                  |                 |
| THE GREEN FARMER S.A.C.                        |                  |                  | 648.0            | 588.0            |                  |                 |
| UCHU WASI S.A.C.                               |                  |                  |                  | 23.0             |                  |                 |
| MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES            | 60.0             |                  |                  |                  |                  |                 |
| ADRIAN.LATI.NA S.A.C.                          |                  |                  |                  | 14.0             |                  |                 |
| MODA TEXTIL DAYANNA E.I.R.L.                   |                  |                  |                  | 24.0             |                  |                 |
| INVERSIONES Y EXPORTACIONES ORDOÑEZ S.A.C.     |                  | 15.0             | 124.0            | 7.1              |                  |                 |
| N/A  |                  |                  |                  | 97.4             |                  | 63.5            |
| AVENDAÑO TRADING COMPANY SAC                   | 463.0            | 488.0            |                  |                  |                  |                 |
| EXPORT Y IMPORT E INVERSIONES WILLAM ESAG EIRL |                  | 1,409.0          | 430.0            | 1,246.0          |                  |                 |
| CIA COMERCIALIZADORA FERNANDEZ E.I.R.L.        |                  |                  |                  | 1.4              |                  |                 |
| NOE IMPORT EIRL                                | 6,933.0          | 15,950.0         | 4,785.0          |                  |                  |                 |
| COMERCIAL FLORETE EMPRESA EIRL                 |                  | 442.0            |                  |                  |                  |                 |
| NUTRIFAM TRADING & MORE PERU E.I.R.L.          |                  | 125.0            | 9.0              |                  |                  |                 |
| COMERCIALIZADORA SNAYELY EIRL                  |                  |                  |                  | 1.0              |                  |                 |
| PANKARA PERU INVERSIONES E.I.R.L.              |                  | 53.0             | 93.0             |                  |                  |                 |
| LAND OF INCAS DELIGHTS S.A.C.                  |                  |                  | 1,200.0          | 2,508.0          |                  | 1,272.0         |
| PERU Q. PRODUCTS EIRL                          |                  |                  |                  | 1,820.1          |                  |                 |
| EMPRESA FASHION CARDENAS E.I.R.L.              |                  |                  |                  | 12.0             |                  |                 |
| PERUFOOD IMPORT S.A.C.                         |                  | 2,068.0          | 1,727.0          |                  |                  |                 |
| PREMEX GLOBAL EXPORT. S.A.C.                   |                  | 75.0             |                  |                  |                  |                 |
| PRODOTTI DEL PAIS S.A.                         |                  | 32.0             |                  |                  |                  |                 |
| READY FOODS PERU EIRL                          |                  |                  |                  |                  |                  | 475.0           |
| SAMI - AGROSERVICIOS PERU E.I.R.L.             |                  |                  | 362.0            |                  |                  |                 |
| EXPORTADORA CAMINOS ALTOS DEL PERU S.A.C.      |                  |                  | 343.0            |                  |                  |                 |
| SAN ROQUE S.A.                                 |                  |                  |                  | 116.0            |                  |                 |
| COMPANY EXPORT SILVA E.I.R.L.                  |                  |                  |                  | 14.0             |                  |                 |
| SOKARE OPERADOR LOGISTICO E.I.R.L.             |                  |                  |                  | 12.0             |                  |                 |
| ESANEZ AGRO CORPORATION S.A.C.                 |                  |                  |                  |                  |                  | 2,400.0         |
| T & H CAPLINA E.I.R.L.                         |                  |                  | 1,035.0          |                  |                  |                 |
| MAREMI S.A.C.                                  |                  | 73.0             |                  |                  |                  |                 |
| COMERCIALIZADORA EL GRANERO E.I.R.L.           |                  |                  |                  | 1,857.6          |                  |                 |
| MCA TIERRAS ANDINAS E.I.R.L.                   |                  |                  |                  |                  |                  | 299.2           |
| INVERSIONES COMERCIAL Yael KARIM PERU SAC      |                  |                  | 1,009.0          | 415.5            |                  |                 |
| INVERSIONES MARIS PERU S.A.C.                  |                  | 621.0            | 2,070.0          |                  |                  |                 |
| <b>CAFÉ</b>                                    |                  |                  |                  |                  | <b>457.0</b>     | <b>7,799.0</b>  |
| AYNI TECHNOLOGIES S.A.C.                       |                  |                  |                  |                  | 457.0            |                 |
| KUMARA FOOD E.I.R.L.                           |                  |                  |                  |                  |                  | 7,799.0         |
| <b>TOTAL</b>                                   | <b>140,023.0</b> | <b>204,203.1</b> | <b>261,872.0</b> | <b>175,758.2</b> | <b>163,932.1</b> | <b>77,172.7</b> |

Fuente: Veritrade, 2024. / P.A. 1212920000 - 1302320000

Data 2024: Enero-Mayo (Mayo: preliminar)

Elaboración: DPC- SERFOR

## Anexo 3. Destino según producto

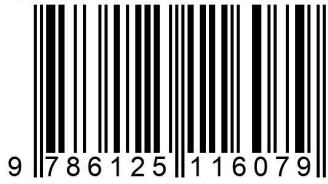
| PRODUCTO               | VALOR FOB US\$   |                  |                  |                  |                  |                 |
|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----------------|
|                        | 2019             | 2020             | 2021             | 2022             | 2023             | 2024            |
| <b>HARINA</b>          | <b>97,276.0</b>  | <b>124,556.0</b> | <b>142,552.0</b> | <b>87,330.3</b>  | <b>101,895.0</b> | <b>42,247.4</b> |
| ESTADOS UNIDOS         | 34,175.0         | 57,235.8         | 62,818.0         | 68,355.0         | 62,987.0         | 16,654.0        |
| FEDERACIÓN RUSA        |                  |                  |                  |                  | 13,700.0         | 9,762.5         |
| AUSTRALIA              | 31,403.0         | 31,636.2         | 31,170.0         | 10,148.9         | 7,763.0          | 5,200.0         |
| CANADÁ                 | 7,315.0          | 1,172.0          | 6,315.0          | 4,054.4          | 5,700.0          | 4,130.9         |
| BULGARIA               | 4,235.0          |                  | 2,370.0          |                  | 4,000.0          |                 |
| GRECIA                 |                  | 5,005.0          | 3,200.0          |                  | 3,200.0          |                 |
| SUECIA                 |                  | 760.0            |                  |                  | 1,000.0          |                 |
| PAÍSES BAJOS           | 8,000.0          |                  | 12,961.0         |                  | 956.0            | 5,000.0         |
| REINO UNIDO            | 2,698.0          |                  | 3,540.0          | 192.0            | 945.0            |                 |
| ISRAEL                 |                  | 726.0            |                  | 880.0            | 880.0            |                 |
| ALEMANIA               | 170.0            | 900.0            | 1,068.0          | 1,585.0          | 494.0            |                 |
| MÉXICO                 | 5,506.0          | 720.0            | 5,180.0          | 630.0            | 270.0            |                 |
| PANAMÁ                 |                  | 7,960.0          | 7,800.0          |                  |                  |                 |
| FRANCIA                | 780.0            | 5,072.0          |                  | 1,485.0          |                  |                 |
| REPÚBLICA CHECA        |                  |                  | 3,379.0          |                  |                  |                 |
| SUIZA                  | 85.0             | 184.0            |                  |                  |                  |                 |
| CHILE                  | 60.0             |                  |                  |                  |                  |                 |
| NUEVA ZELANDA          | 1,550.0          | 4,000.0          |                  |                  |                  | 1,500.0         |
| COSTA RICA             | 1,035.0          |                  |                  |                  |                  |                 |
| GUATEMALA              |                  | 7,000.0          |                  |                  |                  |                 |
| EMIRATOS ÁRABES UNIDOS | 246.0            |                  |                  |                  |                  |                 |
| URUGUAY                |                  | 2,182.0          |                  |                  |                  |                 |
| ESPAÑA                 |                  |                  | 2,500.0          |                  |                  |                 |
| CHINA                  | 18.0             |                  |                  |                  |                  |                 |
| BÉLGICA                |                  |                  | 238.0            |                  |                  |                 |
| JAPÓN                  |                  |                  | 0.0              |                  |                  |                 |
| ITALIA                 |                  | 3.0              | 13.0             |                  |                  |                 |
| <b>ALGARROBINA</b>     | <b>42,747.0</b>  | <b>79,647.1</b>  | <b>119,320.0</b> | <b>88,427.9</b>  | <b>61,580.1</b>  | <b>27,126.3</b> |
| ESTADOS UNIDOS         | 22,842.0         | 50,063.0         | 48,980.0         | 37,993.7         | 40,922.4         | 14,518.4        |
| CHILE                  | 3,844.0          | 17,487.7         | 18,186.0         | 12,915.3         | 9,821.9          | 5,735.0         |
| EMIRATOS ÁRABES UNIDOS |                  |                  |                  |                  | 3,604.0          |                 |
| JAPÓN                  |                  | 2,470.0          |                  | 1,091.0          | 2,649.8          |                 |
| BÉLGICA                |                  |                  | 2,957.0          | 9,658.4          | 2,264.0          | 2,709.0         |
| SUIZA                  |                  | 208.0            | 396.0            | 540.2            | 693.7            | 232.5           |
| FRANCIA                |                  |                  |                  |                  | 555.3            |                 |
| AUSTRALIA              |                  |                  | 1,200.0          | 2,508.0          | 340.0            | 1,272.0         |
| ALEMANIA               |                  |                  | 177.0            |                  | 254.0            | 2,400.0         |
| ITALIA                 | 108.0            | 187.4            | 132.0            | 133.6            | 245.0            | 96.0            |
| ESPAÑA                 |                  | 630.0            | 6,147.0          | 637.0            | 132.0            |                 |
| ARUBA                  |                  | 125.0            | 114.0            | 97.4             | 86.0             | 63.5            |
| PAÍSES BAJOS           | 15,452.0         | 7,560.0          | 37,428.0         | 18,900.0         | 12.0             |                 |
| PANAMÁ                 |                  | 210.0            |                  | 165.0            |                  |                 |
| REINO UNIDO            |                  |                  | 116.0            | 375.0            |                  |                 |
| SINGAPUR               |                  |                  |                  | 23.0             |                  |                 |
| CHINA                  | 60.0             |                  |                  |                  |                  |                 |
| TAIWÁN                 |                  |                  |                  | 12.0             |                  |                 |
| CANADÁ                 | 440.0            | 706.0            | 3,487.0          | 3,378.4          |                  | 100.0           |
| MALDIVAS               | 1.0              |                  |                  |                  |                  |                 |
| <b>CAFÉ</b>            |                  |                  |                  |                  | <b>457.0</b>     | <b>7,799.0</b>  |
| ESTADOS UNIDOS         |                  |                  |                  |                  | 457.0            | 7,799.0         |
| <b>TOTAL</b>           | <b>140,023.0</b> | <b>204,203.1</b> | <b>261,872.0</b> | <b>175,758.2</b> | <b>163,932.1</b> | <b>77,172.7</b> |

Fuente: Veritrade, 2024. / P.A. 1212920000 - 1302320000

Data 2024: Enero-Mayo (Mayo: preliminar)

Elaboración: DPC-SERFOR

ISBN: 978-612-5116-07-9



9 786125 116079

Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR)  
Av. Javier Prado Oeste N° 2442, Urb. Orratia  
Magdalena del Mar  
Teléfono: (511) 225-9005  
[www.gob.pe/serfor](http://www.gob.pe/serfor)  
[informes@serfor.gob.pe](mailto:informes@serfor.gob.pe)