

# PERÚ ROMPE RÉCORD DE EXPORTACIÓN DE PALTA

Al cierre del 2018, los envíos de este producto al exterior sumaron cerca de US\$800 millones, llegando a expandirse en la última década a más de 10 nuevos mercados.



**Mónica Chávez**

Subgerente de  
Comercio Exterior  
Cámara de Comercio de  
Lima - CCL  
[mchavez@camaralima.org.pe](mailto:mchavez@camaralima.org.pe)

**E**l 2018 es considerado como el año de los récords históricos de las exportaciones peruanas. Esta buena noticia se ha dado tanto en sectores agrícolas tradicionales como en los no tradicionales. Estos incrementos se ven reflejados en muchos de nuestros productos, pero hay uno que se distingue del resto: la palta peruana. Este producto no solo ha superado cifras históricas en su valor exportado, sino también en su acceso a diversos mercados. La palta está demostrando que no es un producto de moda, sino una tendencia de consumo en los mercados más exigentes y grandes del mundo.

Al respecto, el Centro del Comercio Exterior (CCEX) de la Cámara de Comercio de Lima señala que esta creciente demanda internacional ha generado que la palta se exporte en diferentes presentaciones, como fresca, congelada, puré, salsas, aceite y demás. La palta, conocida a nivel internacional como avocado o aguacate, contiene una gran variedad de nutrientes que benefician la salud del consumidor, siendo este un fuerte mensaje de los mercados a los ofertantes y al sector agrícola.

### EXPORTACIONES

En cuanto a sus exportaciones, las paltas peruanas han experimentado un crecimiento exponencial entre el 2008 y el 2018, batiendo su récord histórico al registrar al cierre del 2018 aproximadamente US\$800 millones, revelando así una variación positiva de 26% en comparación al año anterior. También logró acumular un crecimiento de 842,8% en la última década.

Asimismo, el precio promedio a nivel mundial de la palta fresca peruana, hoy de US\$2,24 por kilogramo, se ha ido incrementando en los últimos 10 años debido al valor que se le otorga. En los cinco primeros países a los que se exporta la palta fresca (Países Bajos, Estados Unidos, España, Reino Unido y

Chile) e incluso en mercados a los que anteriormente no se exportaba, se observa un incremento del precio promedio de 61,3%, de US\$1,21 a US\$1,95 por kilogramo (ver cuadro 1).

## EL PRECIO DE LA PALTA EN EL MERCADO MUNDIAL SE INCREMENTÓ EN 10 AÑOS, ALCANZANDO HOY US\$2,24 EL KILO

Si bien la palta fresca representó al cierre del 2018 el 90% de las exportaciones totales de palta y sus derivados, también se observa un incremento progresivo de las exportaciones de la palta congelada en mercados a los que antes no teníamos acceso, donde se registra un aumento en el precio promedio de los cinco primeros países a los cuales exportamos el fruto congelado (Estados Unidos, Países Bajos, Reino Unido, Japón y Suecia) de 35,5% al cierre de 2018 comparado con el 2008.

Otros mercados importantes a los cuales les proveemos de diversos productos que pertenecen a la canasta

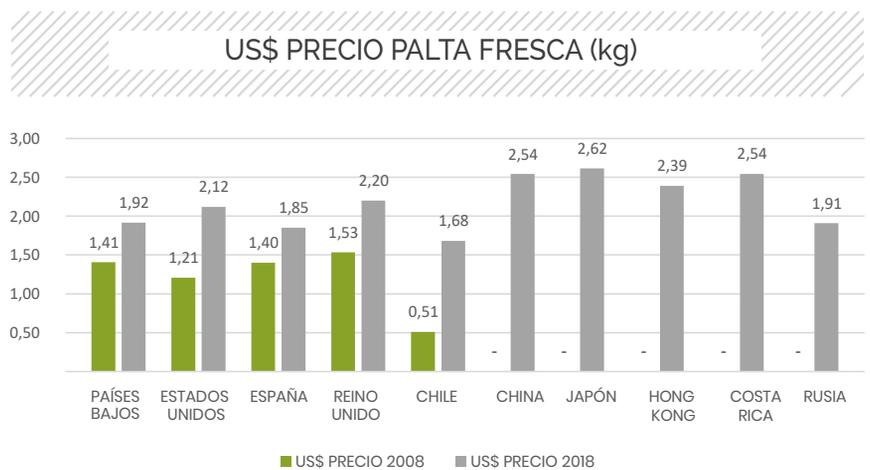
básica del consumidor han permitido el acceso de este fruto congelado que hace una década no se exportaba, tales como Alemania, China, Emiratos Árabes Unidos y Nueva Zelanda.

Debido a la gran demanda, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) prevé que la palta podría llegar este año a mercados como Filipinas, Corea del Sur, Malasia, Tailandia y Colombia, abriéndole grandes oportunidades comerciales a esta fruta que además podrá beneficiarse de los tratados de libre comercio que tenemos con Corea del Sur y Tailandia. De esa manera, se consolidaría como uno de los principales productos agrarios peruanos de exportación.

### PRODUCCIÓN

Considerando la producción global de palta durante el año 2017 y los proyectos e inversiones que se están ejecutando actualmente para implementar nuevas hectáreas de cultivo, que en su gran mayoría están destinadas a sembríos para la exportación, Perú podría llegar y mantenerse como el segundo exportador de palta más importante a nivel mundial.

En mercados como la Unión Europea, el consumo se incrementó en un 65% en los últimos dos años,



Elaboración: CCEX Alimentos - CCL

Fuente: Camtrade-plus

según la Organización Mundial del Aguacate (WAO, por sus siglas en inglés). Otro consumidor importante de palta es Corea del Sur, que ha establecido un protocolo fitosanitario para este producto peruano, a través de un previo análisis de riesgo de plagas para permitir el acceso.

Sin ir muy lejos, China es considerada por la WAO como el segundo mercado con mayor crecimiento de consumo de paltas a nivel mundial. Es por ello que se

está lanzando el primer programa de *marketing* en China enfocado en dicho producto, liderado por la WAO.

Las inversiones en proyectos de promoción a nivel mundial para incrementar el consumo de la palta no solo son por los grandes beneficios nutricionales que brindan a la salud como la vitamina E, B6 y K, sino también por la versatilidad culinaria. Comenzaron con mayor fuerza una vez que la WAO estableció la marca “*Avocado - The Fruit of*

*Life*” (La palta, el fruto de vida), con el propósito de alimentar la fuerte demanda de los consumidores en sus diversas presentaciones y educarlos en la selección de paltas. Por lo tanto, la palta peruana, como producto de agroexportación, proyecta un crecimiento y auge promisorios.

Comenzando con el pie derecho, durante el mes de febrero de este año, productores de Huancavelica han certificado más de 4 toneladas de palta Hass que será destinada para el mercado europeo. En tanto, productores de Apurímac también se preparan para exportar el fruto en el 2019, debido a que en los últimos años se incrementó la producción en la región.

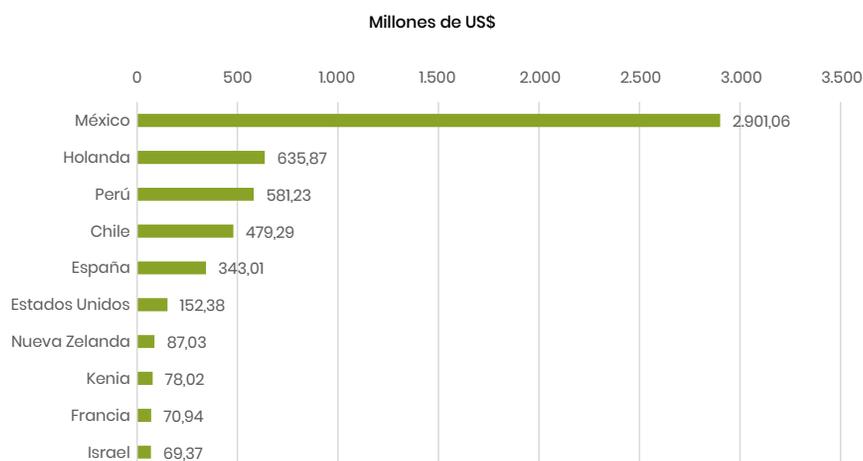
## PRODUCCIÓN GLOBAL DE PALTAS POR PAÍS 2017



Elaboración: CCEX Alimentos - CCL

Fuente: Statista

## EXPORTACIÓN DE PALTA A NIVEL MUNDIAL POR PAÍS 2017



Elaboración: CCEX Alimentos - CCL

Fuente: Statista

## EN AGENDA

En este importante contexto, es de suma importancia apoyar y fortalecer todas las estrategias e iniciativas público privadas de desarrollo y promoción para poder lograr no solo una mayor producción, sino también productos con mayor valor agregado que permitan sostener el crecimiento de sus exportaciones.

Así también, se recomienda a las empresas exportadoras considerar las tendencias internacionales, adquirir paquetes tecnológicos de pre-durante-post cosecha y conocer los potenciales competidores. Además, para un negociado adecuado es importante conocer la lista de precios y sus tendencias en el mercado internacional. De esa manera podrán planificar la producción y comercialización de manera exitosa. En esa línea, el Centro de Comercio Exterior de la Cámara de Comercio de Lima, dentro de su calendario anual, contempla la organización de diversas actividades de promoción en diferentes mercados de Latinoamérica, Asia y Europa; que tienen por objetivo incrementar las exportaciones del sector agroindustrial y específicamente el de frutas y hortalizas, apostando y apoyando a la gran oferta peruana.