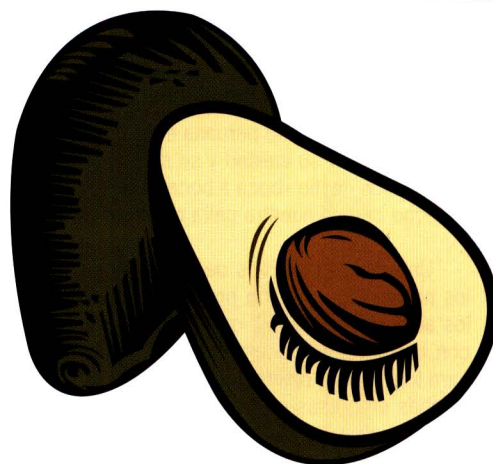


## INFORME

# Paltas peruanas

## Calidad de exportación



**E**n el MBA de CENTRUM Católica tuvimos la oportunidad de investigar la producción de palta de exportación en el Perú. Resultado de este estudio fue la realización de la primera Mesa de Trabajo sobre Planeamiento Estratégico de la Palta de Exportación. En este evento logramos reunir a los principales representantes de la cadena agroexportadora tanto de parte del Estado como del sector privado. Lo que buscábamos era integrar a todos los miembros de la cadena productiva. Desde quien siembra, pasando por quien financia hasta llegar al encargado de la logística de transporte, con el fin de presentar la información que habíamos recabado de todos los expertos, validar los factores clave de éxito y elaborar estrategias para mejorar la exportación de paltas peruanas.

Propusimos un conjunto de estrategias, algunas se validaron y otras se ajustaron a partir de la mesa de trabajo. Entre las propuestas y recomendaciones más importantes tenemos:

**Planificación.** Debe haber un acuerdo acerca de dónde se debe sembrar palta. Por ejemplo, no se puede sembrar palta en una zona en la que haya cultivos de páprika que atrae a la mosca de la fruta, malogra toda la producción de palta, dificulta su exportación y pone en peligro una inversión de años. Propusimos mejorar los niveles de rendimiento en no menos de 13 toneladas por hectárea y la emigración de por lo menos 3,000 hectáreas de cultivo tradicional al cultivo de la palta Hass.

**Aumentar la oferta.** Esto se lograría a través de la inversión en investigación y gestión de tecnología agrícola que es un tema fundamental si queremos exportar hacia México o Chile. Otro aspecto importante para cumplir este objetivo es realizar alianzas estratégicas para atraer inversionistas. Sabemos que inversionistas mexicanos han visitado el Perú interesados en el tema de la palta y, si queremos crecer, necesitamos inversionistas de gran escala.

**Créditos de inversión.** El cultivo de palta requiere un mayor uso de tecnología que se da en fundos con ciertas características, no en todos. Por eso se debe dinamizar el mercado de tierras para lo que se requiere la participación de los bancos, los cuales no dan suficientes créditos al sector agroexportador. Recién están trabajando con los grandes agroexportadores pero no con los medianos y los pequeños que no tienen esta facilidad. Este es un tema de confianza, de tener un historial crediticio y de garantías: el pequeño agricultor al no haber formalizado su propiedad carece de título de propiedad, lo que impide que acceda al crédito bancario. En otros casos el costo del crédito resulta muy alto.



LA PLANIFICACIÓN Y EL TRABAJO ASOCIADO SON FUNDAMENTALES PARA MANTENER LA OFERTA EXPORTABLE

Rafael Landauro, Susana Carreras y Yuri Dolorier. MBA's CENTRUM Católica.

Mayor información escribir a: [dolorier.ym@pucp.edu.pe](mailto:dolorier.ym@pucp.edu.pe)

**Integración con pequeños productores.** La formalización de las tierras va de la mano con aquellos pequeños agricultores a quienes denominamos «células productivas», porque van a complementar la producción de los grandes productores. No pretendemos que estos pequeños productores empiecen a exportar, sino que sean el complemento de los exportadores y comiencen a



integrarse a este círculo virtuoso de desarrollo para la agricultura peruana.

**Incentivar la demanda.** Un soporte promocional que proponemos para dar a conocer la palta peruana es la participación en ferias. La palta peruana se caracteriza por su calidad y su sabor, sin embargo, hasta ahora toda la promoción ha sido hecho «boca a boca» y no existe un estudio de marketing que apoye el hecho de que nuestra palta es mejor que la chilena y la mexicana.

Uno de los objetivos de corto plazo que hemos planteado es incrementar los niveles de inversión promedio anual de 16 mil dólares por hectárea entre los años 2007 y 2011 que es el horizonte temporal que hemos considerado, con una inversión acumulada de 52 millones de dólares. Entre las acciones para lograr este objetivo se encuentra la difusión del marco regulatorio, ya que muchas empresas no conocen los beneficios que pueden obtener ni las leyes que apoyan a los agroexportadores. Adicionalmente se deben hacer alianzas

estratégicas desde el agricultor con el proveedor, el banco y el operador logístico para poder trabajar con empresas serias y formales y abaratar los costos. Resolver el tema de la fuente de financiamiento es básico porque muchas veces no se tiene el capital y esto limita las posibilidades de exportar.

La exportación de la palta Hass es un negocio rentable, por lo que la planificación y el trabajo asociado son fundamentales para mantener la oferta exportable y lograr precios atractivos en los mercados internacionales. ■



**H**ace poco más de 6 años un grupo de inversionistas se dio cuenta de que en Perú se podía producir palta Hass de muy buena calidad.

**LOS AGRICULTORES HAN ENTENDIDO QUE SI SE ORGANIZAN DE MANERA CONJUNTA VAN A SER MÁS FUERTES Y SE VAN A PODER LOGRAR LOS OBJETIVOS PROPUESTOS**

**Arturo Medina Castro**, gerente de Prohass (Asociación de Productores de Palta Hass del Perú).

Estos agricultores identificaron que en países cercanos la palta Hass tenía un alto consumo, como es el caso de Chile que tiene 30 mil hectáreas de palta Hass y es el país que consume más palta en el mundo. Adicionalmente se dieron cuenta de que era un mercado grande e importante para el Perú por lo que formaron lo que ahora es la Asociación de Productores de Palta Hass del Perú.

Durante su primer año de operaciones exportaron a la Comunidad Europea casi una tonelada de palta Hass como forma de evaluar la respuesta del mercado. Si bien en ese momento fueron muy arriesgados, su éxito ha sido tal que este año esperan exportar 35 mil toneladas. Esto muestra que el crecimiento ha sido enorme y es mucho lo avanzado. Cuando empezó la asociación eran 200 las hectáreas dedicadas a la producción de palta Hass, en la actualidad son 5.000 hectáreas.

Desde el primer día la visión de nuestros agricultores fue hacer empresa. Esto significa sembrar un huerto, darle soporte tecnológico a la producción y lograr las certificaciones necesarias. Una muestra de su éxito es que el noventa por ciento de los asociados de Prohass cuentan con alguna certificación sea Eurogap o Natural Choice. Asimismo, la fruta la procesan en las plantas de empaque que tiene Hassap. Cuando se visita un fundo, es impresionante ver las hileras de paltas parejas, los árboles podados del mismo tamaño, los operarios uniformados y los almacenes adecuados. Todo esto es una respuesta a las exigencias de los importadores y particularmente de los consumidores. La asociación trae expertos de España y Chile, gente que conoce más sobre la palta

Hass, que son un importante factor para poder trabajar cada vez mejor.

Se debe destacar que todos los agricultores de palta tienen el mismo objetivo y la misma actitud y compromiso de ser ordenados, llevar a cabo buenas prácticas agrícolas, seguir las normas técnicas de la palta peruana y tener todas las certificaciones que les exijan los mercados a los que se quiere ingresar. La idea es realizar un esfuerzo en común pues individualmente nadie puede hacer nada. Los agricultores han entendido que si se organizan de manera conjunta van a ser más fuertes y se van a poder lograr los objetivos propuestos.

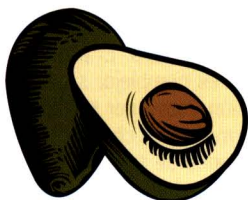
### Entrar al mercado chileno

Para lograr el ingreso de la palta Hass peruana a Chile se han seguido muchos trámites, ya que Chile es un mercado muy exigente. Ingresar a este mercado ha significado cerca de cinco años de gestiones, porque los chilenos son muy proteccionistas; en este caso no tanto por la parte comercial sino por el aspecto fitosanitario. Nuestra primera traba era el tema de la mosca de la fruta. Fue después de numerosas gestiones realizadas con el apoyo del Senasa (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) que se pudo lograr este objetivo. Fue como fruto de la gestión conjunta entre esta institución y Prohass que el año pasado se envió un contenedor de palta Hass a Chile y este año se espera enviar cerca de veinte contenedores. Esto es un ejemplo a imitar. El Perú debe llegar a ser reconocido como el mejor en el aspecto fitosanitario. Necesitamos ser más exigentes en esto. Debemos evitar que se introduzcan productos contaminados con plagas como la de la mosca de la fruta que actualmente es el principal problema de nuestros productores.



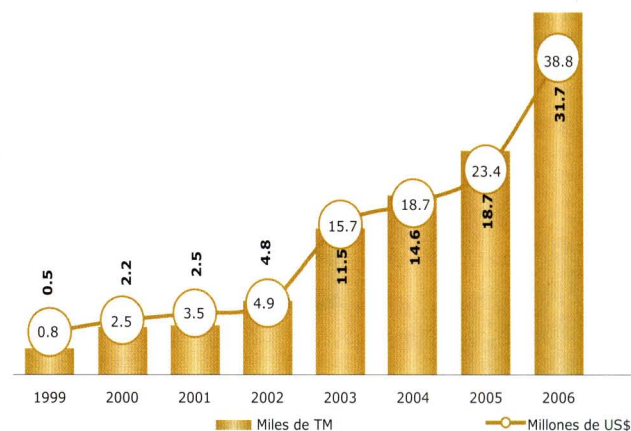
Sin embargo el 95% de nuestras exportaciones se dirige a Europa. No tenemos inconvenientes para exportar a Europa, ya que no hay problemas fitosanitarios para ingresar a este mercado.

Nuestro siguiente objetivo de mercado es Estados Unidos. Hace seis años que estamos trabajando para ingresar al mercado americano, los agricultores y la asociación están poniendo mucho empeño en esta gestión. ☺



### Perú: exportación de palta fresca

En millones de US\$ y en miles TM



Fuente: SUNAT

Elaboración: CENTRUM Católica

**A**l igual que muchos agroexportadores peruanos nuestra empresa realizó su propio trabajo de investigación y desarrollo, lo cual suena realmente absurdo. En otros países existe un proceso de investigación de parte del estado y el agricultor encuentra el camino prácticamente trazado. Aquí en el Perú, cada uno de los agricultores de productos de agroexportación ha tenido que gastar en investigación y desarrollo y asumir los costos de los fracasos que indudablemente se tiene en el proceso.

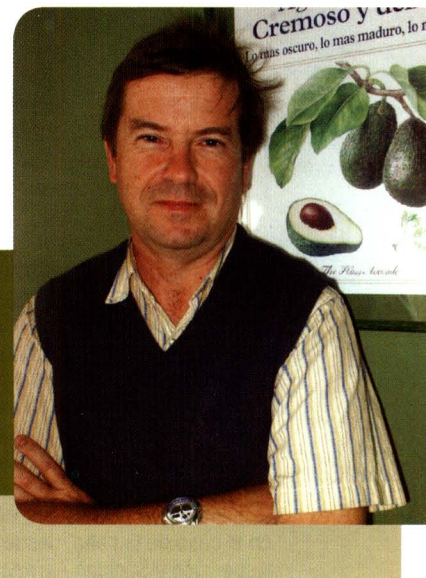
Cuando decidimos invertir en la producción de palta Hass en los terrenos se cultivaba naranjas Washington y no teníamos ningún modelo a seguir. En el Perú solo habían pequeños huertos de 2 o 3 hectáreas. Esta palta no se conocía porque estamos acostumbrados a la palta fuerte de color verde. Sin embargo investigamos en el mercado internacional y comprobamos que el 80% del mercado correspondía a la palta Hass. Sabíamos que el mercado interno no iba a responder inicialmente bien por esa falta de conocimiento, por lo tanto, era netamente un producto para ser exportado.

Con esa irrefutable información acerca del mercado que avalaba el predominio de la palta Hass, decidimos plantar la mitad del terreno, aproximadamente 125 hectáreas del fundo, con ese cultivo. Nos convertimos así en uno de los primeros en cultivar palta Hass en áreas medianas o grandes. Al comienzo fue muy difícil porque no conocíamos a profundidad el manejo agronómico de este cultivo. Ignorábamos hasta dónde crecía el árbol, si era preferible el riego

o el goteo, cómo se iba a comportar, si se podaba o no. Por ejemplo al inicio se afirmaba que era un grave error podar con tijera en un huerto de palta debido a las enfermedades y los hongos que se podían transmitir. Pero después comprobamos que en otros países se practicaba la poda. Ahora es para nosotros imperativo podar para llevar un cultivo de un tamaño apropiado y para que el árbol responda en forma adecuada. Había muchos mitos que se mantenían, por falta de información y conocimiento del cultivo.

Poco a poco, todas estas creencias se fueron rompiendo, en parte gracias a la ayuda de Prohass que formamos varios agricultores que habíamos plantado pequeñas o medianas extensiones de palta en el año 1998. Fue así que con Prohass trajimos técnicos de Chile y España quienes nos orientaron sobre cómo manejar este cultivo especial. Esto nos permitió seguir avanzando en la parte productiva, pero una vez solucionados los problemas de producción comprobamos que el verdadero problema es el mercado.

Mucha gente piensa que los mercados son ilimitados, que uno puede producir cualquier cantidad de cualquier cosa y el mercado



**EL DESORDEN EN LA OFERTA OCASIONA UNA SOBREFERTA Y EL CONSIGUIENTE DERRUMBE DE LOS PRECIOS**

**Bruno Carlini**, gerente general de Duna Corp. Empresa productora de palta.

lo va a absorber. Esta percepción es aquí muy común pero está equivocada, ya que los mercados tienen cierta capacidad de absorción, sea cual sea el mercado. Si se envía más de lo que puede absorber el mercado, esa situación se va a reflejar definitivamente en la baja de los precios. Y esto se ha comprobado en otros cultivos como la cebolla y el espárrago, en los cuales existe un desorden en la oferta que ocasiona una sobreoferta y el consiguiente derrumbe de los precios.



Desde hace años estamos trabajando para abrir el mercado estadounidense. Si lo consiguiésemos va a ser positivo, pero hay que considerar dos aspectos: el primero, que es un mercado que tiene ciertas limitaciones, no es un mercado ilimitado, y el segundo que nuestra producción de palta va a ser la primera que va a entrar a competir con la de California.

El éxito de la agroexportación se debe a que ha habido gente del sector privado que ha estado en otros sectores y ha entrado al sector agrario a desarrollar e investigar productos y mercados con la pericia que da la experiencia acumulada. ■



**E**l Servicio Nacional de Sanidad Agraria es una entidad de apoyo al agro en temas sanitarios. Somos como el Ministerio de Salud de la producción

OFRECEMOS TODO EL  
APOYO SANITARIO PARA LA  
EXPORTACIÓN

*Jorge Barrenechea, director general de Sanidad Vegetal del Senasa\*.*

agrícola. Son diversas las tareas que desempeñamos directa e indirectamente en las actividades productivas de agricultores y exportadores. Somos la autoridad nacional en plaguicidas, registramos y supervisamos los plaguicidas que se utilizan en el agro. Este es un tema muy importante pues existen en el mercado internacional certificaciones oficiales como Eurogap que es una certificación privada de las principales tiendas comercializadoras de frutas en Europa. Para obtener estas certificaciones se debe cumplir con buenas prácticas agrícolas tales como la utilización de ciertos plaguicidas autorizados con límites definidos y cumpliendo normas específicas.

Otro tema de intervención directa es el de la sanidad vegetal vinculada a la exportación. En productos como la palta y otros vegetales, intervenimos en varios frentes. Por ejemplo durante la negociación, ya que para colocar un producto fresco en el mercado internacional no solo se debe tener en cuenta aspectos como calidad, oportunidad y costos; sino que también se tienen que considerar algunos puntos como restricciones y accesos fitosanitarios porque un fruto fresco puede transportar plagas, en especial la mosca de la fruta. En este proceso, el Senasa establece negociaciones bilaterales con organismo pares en el mundo, alrededor de 170 instituciones. Mientras más desarrollado y atractivo sea un país para nuestros exportadores, su sistema sanitario es más exigente. Este proceso de negociación a veces toma varios años. Por ejemplo, en el caso de la palta, desde 1999 se negocia el acceso con APHIS (Servicio de Inspección y Sanidad Agropecuaria del Departamento de Agricultura de Estados Unidos) y esperamos que se resuelva el próximo año. Estos son temas que requieren de un proceso prolongado, por ello trabajamos en estrecho contacto con instituciones como Prohass y con la mayoría de asociaciones que agrupan a los productores.

Los agricultores pueden tener todo el potencial para exportar pero si no obtienen el acceso sanitario no pueden realizar ninguna operación hacia el exterior pues la certificación sanitaria es indispensable. El primer paso es lograr el acceso, tal como sucedió cuando se obtuvo el acceso de la palta peruana

a Chile a partir del año 2000, en ese entonces solo desde Moquegua y desde el año pasado también desde La Libertad, Ica y Lima. Este año se va a incorporar Arequipa. El proceso de negociación es complejo: se debe enviar información, mantener reuniones bilaterales permanentes con nuestros pares, revisar planes de trabajo, etc. Una vez que se logra el acceso a un determinado mercado se debe dar sostenibilidad a lo acordado, porque el acceso se logra a través de un plan de trabajo que se tiene que cumplir.

El tema sensible en el Perú es la mosca de la fruta. Una plaga que Chile ha erradicado al igual que Estados Unidos y las principales economías del Asia. Los países que como el Perú tienen todavía la mosca de la fruta pueden pedir un tratamiento especial por el cual garantizan que se va a eliminar el riesgo de que esa mosca haya infectado la fruta que se exporta. En el caso de la palta exportada a Chile se le aplica una fumigación que se realiza en las instalaciones del sector privado bajo supervisión de Senasa. Todas estas acciones que comprenden la vigilancia de otras plagas y el control de la mosca de la fruta incluyen aprobar el lugar de producción, supervisar el buen manejo sanitario, certificar el lugar de empaque, el tratamiento y la inspección de la carga. Como resultado de este proceso se otorga un certificado fitosanitario. ■

\*El Servicio Nacional de Sanidad Agraria (Senasa) es un organismo público descentralizado del Ministerio de Agricultura del Perú que tiene autonomía técnica, administrativa, económica y financiera, es la autoridad nacional y el organismo oficial del Perú en materia de sanidad agraria.





# Palta peruana en crecimiento

## Oferta local

La palta es uno de los productos agropecuarios que despierta un mayor interés debido a la perspectiva de continuidad del crecimiento de la demanda en el mercado externo, sumado a la alta calidad de la oferta peruana la convierten en un expectante nicho de negocio. Solo en 2006 se exportó casi US\$ 40 millones y se tuvo una dinámica regional importante en las principales zonas productoras.

El potencial de desarrollar una variedad de subproductos como las paltas congeladas, purés de paltas e incluso aceites, permiten vislumbrar un incremento paulatino de la oferta, dentro de la cual además la variedad Fuerte cobraría mayor impulso, considerando el desarrollo de proyectos a través de Sierra Exportadora.

## Exportaciones

Las exportaciones de paltas peruanas muestran un crecimiento notable: en 2006 se incrementaron en 70% hasta los 31 mil TM (US\$ 38.8 millones) y solo en el primer bimestre de 2007 superaron en 346% a los envíos de similar período de 2006, resultados que hacen prever una campaña positiva para este año si tomamos en cuenta que en promedio casi el 90% de las exportaciones se concentran recién entre abril y agosto.

El crecimiento de las exportaciones se ha dado por seis años consecutivos motivando el ingreso, aunque aún tímido, de varias exportadoras multiproducto considerando el proceso de introducción y necesidad de un mayor conocimiento de los principales mercados consumidores. En 2006 se reportaron 53 exportadores (versus los 15 del año 2000), destinándose el 95.3% del total exportado hacia Europa (España, Países Bajos y Reino Unido son los principales mercados).

## Mercado europeo

El mercado europeo es el principal destino de las exportaciones peruanas de palta, siendo España el mercado más importante tras haber absorbido el 36.9% (en términos monetarios) del total exportado en 2006 (equivalentes

US\$ 14.3 millones ó 12.3 mil TM), seguido de Países Bajos (23.3 % del total: US\$ 9 millones ó 8 mil TM) y Reino Unido (15.9% del total: US\$ 6.2 millones ó 4.9 mil TM).

Los envíos hacia Europa se realizan principalmente entre abril y agosto (meses en que se cultiva principalmente las variedades Hass y Fuerte), aprovechando la oportunidad generada por la menor presencia de varios de los principales exportadores (a excepción de México). Cabe destacar que el consumo de palta es creciente y es considerado entre las frutas exóticas más populares.

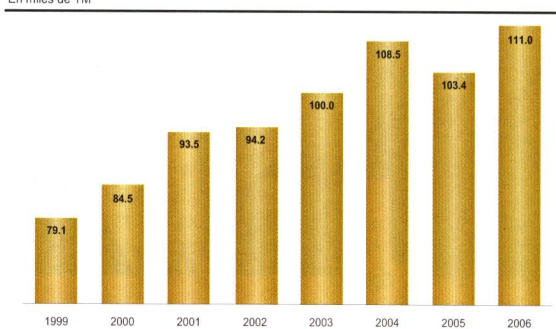
## El consumo en la Unión Europea

El consumo per cápita de paltas en la Unión Europea bordea los 0.5 kg. teniendo a Francia como el principal consumidor con alrededor de 1.4 kg. por habitante (nivel cercano al reportado por EE.UU. de 1.53 kg. per cápita), seguido de Países Bajos (1 kg.), España (0.54 kg.) y Reino Unido (0.5 kg.) siendo las variedades Hass y Fuerte las de mayor demanda.

El consumo en el bloque europeo muestra una importante dinámica: en 2006 se importó paltas por US\$ 514 millones (184.9 mil TM), cifra 1.6 veces mayor a las registradas el año 2000, siendo abastecido principalmente por Sudáfrica (19.7% del total de importaciones extracomunitarias), Chile (18.4%), Israel (17.2%) y Perú (16.5%). La presencia peruana se da principalmente en el mercado español, aportando el 34.7% del total importado por dicho país.

Perú: producción de palta fresca

En miles de TM

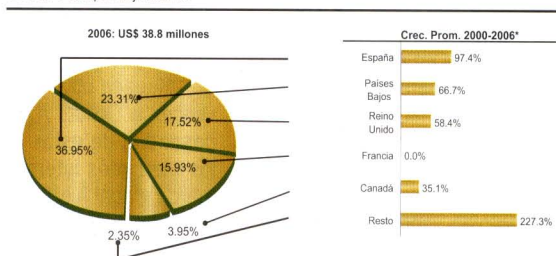


Fuente: MINAG

Elaboración: CENTRUM Católica

Perú: exportación de paltas frescas según destinos

En US\$ - Participación y dinámica



\* La tasa de crecimiento se calculó para los años en los que hubo información disponible dentro del periodo específico (2000 - 2006)

Fuente: SUNAT

Elaboración: CENTRUM Católica