

ANÁLISIS DE IMPORTACIONES AGRÍCOLAS DE ESTADOS UNIDOS PALTAS



ÍNDICE

PANORAMA MUNDIAL.....	2
PRODUCCIÓN	2
COMERCIO EXTERIOR	2
CONSUMO.....	3
PALTA ORGÁNICA	6
MERCADO PERUANO DE PALTAS	8
PRODUCCIÓN	8
PRECIOS.....	10
COMERCIO EXTERIOR	11
<i>Exportaciones</i>	11
COMPETITIVIDAD.....	15
MERCADO DE PALTA FRESCA EN LOS ESTADOS UNIDOS	18
PRODUCCIÓN	18
CONSUMO.....	19
COMERCIO EXTERIOR	20
FICHA FITOSANITARIA.....	24
CONDICIONES DE INGRESO	24
ANEXO 1	26

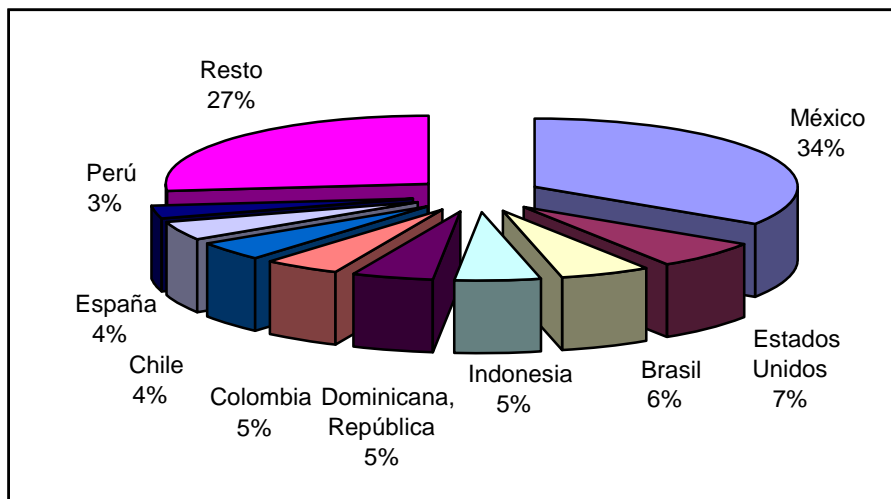
La palta se presenta como un producto agroindustrial con gran potencial en los mercados internacionales debido no sólo a las amplias posibilidades para el consumo en fresco y procesado (guacamole, congelados, sorbetes, helados y pasta), sino también debido a su carácter de materia prima para la extracción de aceite utilizado en la industria cosmética.

PANORAMA MUNDIAL

Producción

Según FAO, la producción global de palta se cuadruplicó en los últimos 40 años, alcanzando 3.04 millones de toneladas en 2003. Durante los últimos diez años, la producción de esta fruta creció a un ritmo promedio anual de 4.3%. México fue el mayor productor del mundo con 1.04 millones de toneladas, lo que representó el 34.2% del total. En segundo lugar se ubicó Estados Unidos con 200 mil toneladas (6.6%), y en tercero Brasil con 173 mil toneladas (5.7%).

Productores de palta fresca 2003



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM - PROMPEX

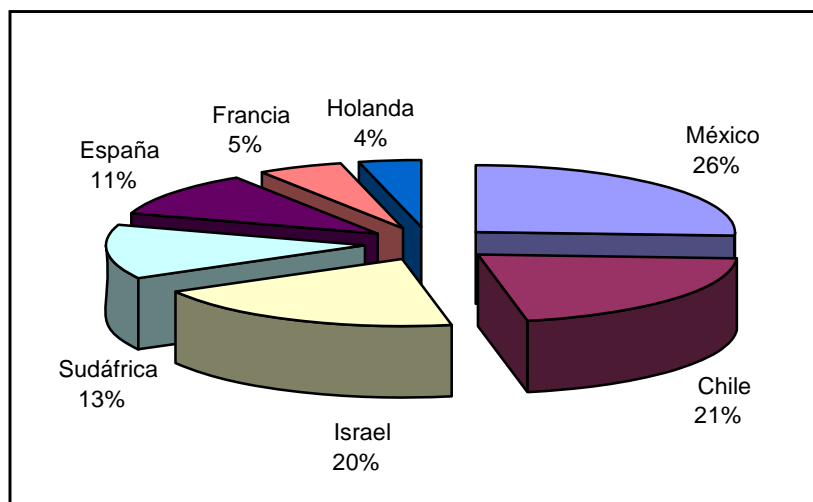
Comercio exterior

Durante los últimos cinco años, las exportaciones mundiales de palta presentaron un comportamiento positivo al registrar un crecimiento promedio anual de 11.1% y de 6.6% en términos de valor y de volumen, respectivamente. Así, en 2002, se vendieron 426.6 mil toneladas a un valor de US\$ 447.8 millones.

Tal situación nos indica el favorable desempeño que ha mostrado el precio promedio de la fruta en los mercados internacionales, el cual ha pasado de los US\$/Kg 0.89 en 1998 a los US\$/Kg 1.05 en 2002, es decir, un incremento de 18.3%. Este aumento se explica básicamente, por la caída de la producción de España, Israel e incluso Sudáfrica debido a problemas de índole climático.

Entre los principales exportadores destacaron México (94.2 miles de toneladas), Chile (78.1 mtm), Israel (72.6 mtm), Sudáfrica (47.6 mtm) y España (40 mtm). Estos cinco países cubrieron el 78% de la oferta global de palta y mostraron un crecimiento conjunto de 40% entre los años 2003 y 2002.

Exportadores de palta fresca 2002

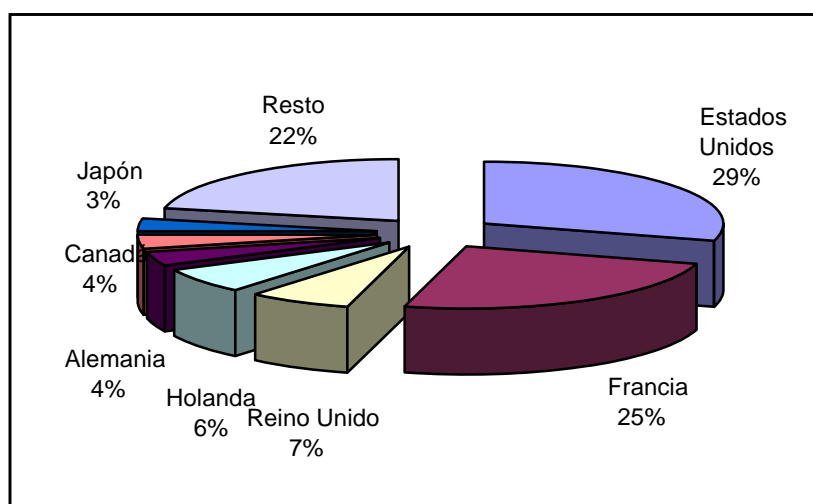


Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM - PROMPEX

En línea con la evolución de las ventas externas, las importaciones mostraron una clara tendencia positiva durante los últimos cinco años al registrar un incremento de 7% tanto en términos de valor como de volumen.

En 2002, Estados Unidos fue el mayor comprador de palta del mundo (119 miles de toneladas), seguido por Francia (99.2 mtm), Reino Unido (28.8 mtm), Holanda (26.1 mtm), Alemania (15.1 mtm) y Canadá (14.9 mtm). Entre los países que más crecieron y que presentaron una participación significativa en las importaciones mundiales durante los últimos cinco años, destacaron Colombia (72.1%), Honduras (43.1%), El Salvador (27.5%) Estados Unidos (18.4%) y Japón (12.2%).

Importadores de palta fresca 2002



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM - PROMPEX

Consumo

Durante el período 1998-2002, el consumo mundial de paltas mostró una importante evolución positiva, pasando de 0.39 a 0.47 kg/persona/año, lo que significó un crecimiento promedio anual de 6.4%.

Los mayores consumidores de esta fruta son los países latinoamericanos, encabezados por República Dominicana y México donde se registran niveles de 10.6 y 8.3 kg/persona/año. El consumo de palta en la Unión Europea ha aumentado durante los últimos diez años, hecho notable en Francia donde el consumo per capita pasó de 0.40 a 1.30 kg/persona/año. Sin embargo, en la mayor parte de los países europeos aun se reportan menos de 0.25 kg/persona/año. En Estados Unidos se registra un consumo promedio de 0.88 kg/persona/año, siendo mayor en los centros de población hispana.

Grupos de países según niveles de consumo	
(toneladas anuales)	
> ó = 150 mil	México, Estados Unidos, Indonesia.
< 150 mil y > ó = 50 mil	Colombia, Brasil, República Dominicana, Perú, Francia, Etiopía, China, Congo, Camerún, El Salvador.
< 50 mil y > ó = 10 mil	Chile, Vietnam, España, Haití, Filipinas, Israel, Sudáfrica, Costa Rica, Australia, Guatemala. Reino Unido, Canadá, Portugal, Japón, Paraguay, Alemania, Ecuador.
< 10 mil y > ó = 1000	Cuba, Bolivia, Holanda, Nueva Zelanda, Ghana, Suecia, Honduras, Jamaica, Dinamarca, Argentina, Suiza, Panamá, Líbano, Bélgica, Costa de Marfil, Puerto Rico, Grecia, Noruega, Granada, Arabia Sudita, Chipre, Austria, Samoa.
< 1000	Polonia, Finlandia, Rusia, Irlanda, Barbados, Guyana, Timor Oriental, Santa Lucía, Palestina, Guadalupe, Botswana, Singapur, Guyana Francesa, Namibia, Túnez, Letonia, República Checa, Reunión, Dominica, Aruba, Lituania, Luxemburgo, Islas Cook, Eslovenia, Corea del Sur, Hungría, Jordania, Malasia.

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

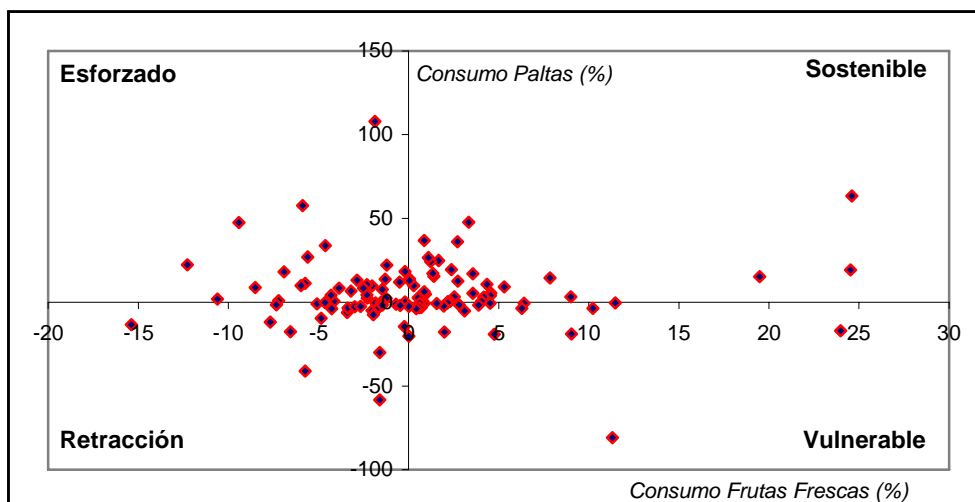
El crecimiento mundial observado esta acompañado de un dinamismo muy particular, por cuanto no solo se verifica la existencia de países que han retrocedido en la demanda de frutas frescas (al nivel de volumen anual), sino que también existe un comportamiento diferenciado en el consumo de palta, con distintas dependencias del abastecimiento internacional. Este hecho nos indica que la tendencia en el consumo de palta no se dirige hacia un mercado único, en cuanto al perfil, origen y evolución de la demanda¹.

Así, el comercio de palta muestra una tendencia hacia por lo menos cuatro mercados diferentes², como son: los sostenibles (donde crece el consumo de frutas frescas en general y el de palta), los esforzados o vigorosos (no crece el consumo de frutas frescas sí en el caso de la palta), los vulnerables (por el contrario, crece el consumo de frutas frescas y cae el de palta) y los que están en retracción (cae la demanda de frutas frescas y la de palta).

¹ Miguel Ángel Giacinti. Enero 2002. "Visión Mundial del Consumo de Aguacate o Palta". En Revista Agroalimentaria Nro.14 Mérida-Venezuela.

² Estos mercados se basan en el Modelo de Análisis del Consumo Agroalimentario (MACA), enmarcado dentro de la teoría que intenta explicar la existencia de distintos tipos de mercados (sostenibles, esforzados, vulnerables y en retracción). GIACINTI, M. 2000. "Visión mundial sobre el consumo agroalimentario. La demanda no fue hacia un mercado único o global". En: Revista ,Fruticultura Profesional, 110, (mayo/junio): 5-25.

Posicionamiento del consumo mundial de palta 1998 - 2002



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Según el gráfico anterior, se puede observar lo diversificado que se encuentra el consumo en el mundo, ya que el 29.7% del mismo se da en el mercado "sostenible", el 26.1% en el mercado "esforzado o vigoroso", el 20.7% en el mercado "vulnerable" y el restante de 23.4% en el mercado en "retracción".

El **mercado sostenible** ha sido abastecido en los últimos años, en cuanto a su oferta, por importaciones en un 7% y por la producción doméstica en el restante 93%. Por otro lado, el 7.6% de la demanda promedio de palta fue exportación y el 92.4% restante correspondió al consumo interno. En el período comprendido entre 1998 y 2002 se observó un comportamiento mixto del negocio internacional, ya que las importaciones pasaron del 6.7% a 7.5% de la oferta, mientras que la exportación cayó del 11.5% al 5.9% de la demanda. De esta forma, mientras que la producción y el consumo aumentaron un 55.5% y 65.2%, respectivamente, la importación lo hizo en 76% y la exportación retrocedió en 15.3%.

MERCADO SOSTENIBLE	PART. PROM. %		CREC. %
	1998-02		2002/98
Bielorusia, Letonia, Estonia, Rusia, Indonesia, China, Polonia, Australia, Botswana, Bolivia, Cuba, Perú, Eslovenia, Corea del Sur, Brunei.	OFERTA		
	Producción	92.9	55.5
	Importaciones	7.1	75.9
	DEMANDA		
	Exportaciones	7.6	-15.3
Consumo Interno	92.4	65.2	

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

El **mercado esforzado** en los últimos años tuvo una oferta explicada por la importación en un 22.4% y por la producción doméstica en el 77.6%. Por otro lado, el 8% de la demanda promedio de palta fue exportación y el 92% restante correspondió a consumo interno. Se observó un crecimiento del negocio internacional en el período 1998 a 2002, solo en importación (que pasó de 23% a 25% de la oferta), ya que la exportación retrocedió en participación (de 8.6% a 6% de la demanda). Al respecto, mientras que la producción y el consumo crecieron entre 55% y 63% respectivamente, la importación lo hizo al 72.3% y la exportación al 11.5%.

MERCADO ESFORZADO	PART. PROM. %		CREC. %
	1998-02		2002/98
Omán, Croacia, Palestina, Mauricio, Lituania, Eslovaquia, Bulgaria, Brasil, Dinamarca, República Dominicana, Panamá, Japón, Hungría, Singapur, Holanda.	OFERTA		
	Producción	77.6	55.0
	Importaciones	22.4	72.3
	DEMANDA		
	Exportaciones	8.0	11.5
	Consumo Interno	92.0	63.0

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Este **mercado vulnerable** registra un buen nivel de comercio internacional, con una oferta en los últimos años sustentada en un 8% de importaciones y el restante 92% por la producción local, mientras que la demanda se compone en un 18.5% de exportación y el 81.5% de consumo interno. Durante el período 1998 a 2002 se hizo visible una caída en las importaciones de 4.3%, así como un incremento del 31.4% en las exportaciones. Por otro lado, la producción creció en 2% mientras que el consumo cayó 4%.

MERCADO VULNERABLE	PART. PROM. %		CREC. %
	1998-02		2002/98
Guyana, Portugal, Mauritania, Swazilandia, Namibia, Islandia, Finlandia, Kuwait, Polinesia Francesa, Filipinas, Suecia, México, Irlanda, Sudáfrica, Ghana.	OFERTA		
	Producción	91.4	1.9
	Importaciones	8.6	-4.3
	DEMANDA		
	Exportaciones	18.5	31.4
	Consumo Interno	81.5	-3.9

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

La oferta en el **mercado en retracción** en los últimos años se compone de 8.7% correspondiente a la importación y del 91.3% derivado de la producción interna, mientras que la demanda provino en 22% de la exportación y el restante 78% del consumo interno. El comercio exterior en el período 1998 a 2002 registró un comportamiento mixto ya que las importaciones pasaron de 10.5% a 8.4%, y las exportaciones de 14% a 37% de la demanda. De esta forma, la producción y las exportaciones aumentaron en 15% y 146.6%, respectivamente, la importación y el consumo interno cayeron en 11% y 6.6%.

MERCADO RETRACCIÓN	PART. PROM. %		CREC. %
	1998-02		2002/98
Islas Cook, Israel, Reunión, Nueva Caledonia, Nicaragua, Costa Rica, Líbano, Camerún, Chipre, Alemania, Islas Caimán, Guyana Francesa, Pakistán, Timor Oriental, Venezuela.	OFERTA		
	Producción	91.3	14.9
	Importaciones	8.7	-11.0
	DEMANDA		
	Exportaciones	22.0	146.6
	Consumo Interno	78.0	-6.6

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Teniendo en cuenta el análisis anterior, los mercados objetivos de la palta peruana serían el *esforzado* y el *sostenible*. El primero por el alto nivel de participación de las importaciones en la oferta (22.4%), y el segundo por el fuerte incremento del consumo interno (65.2%) dentro de la demanda de este grupo de países.

Palta orgánica

Por otro lado, en los principales mercados orgánicos del mundo se observa una creciente demanda de palta orgánica. Se estima que en los Estados Unidos esta alcanzó las 10 mil toneladas en 2002. Según *Organic Monitor*³, en ese año los mercados de Alemania, Holanda, el Reino Unido y Francia juntos consumieron más de 9,500 toneladas.

A mediano plazo se espera un crecimiento moderado de los volúmenes de palta orgánica y convencional comercializados en el mercado internacional. Tanto en Europa como en Estados Unidos se han registrado aumentos en la oferta nacional y regional, no obstante esta producción no ha sido capaz de satisfacer la demanda interna.

Se prevé que esta situación proporcione un importante espacio para el aumento de las importaciones. También se espera que campañas promocionales como la de la Comisión Californiana del Aguacate (CAC) en los Estados Unidos y la que se planea emprender en España, contribuyan a incrementar el consumo de la mencionada fruta.

Cabe destacar que la palta orgánica se cultiva en varias regiones del mundo. En América Latina sobresalen México y Chile. En el resto del mundo se destacan España, Israel y Sudáfrica.

Según un estudio de la oferta latinoamericana de palta realizado por CIMS⁴, en esta región existe un área certificada superior a las 1,160 hectáreas que generó una producción de 9,000 toneladas de fruta orgánica (cosecha 2002-2003). Adicionalmente, CIMS identificó numerosos productores en proceso de transición que cultivan cerca de 500 hectáreas con una producción de 1,200 toneladas de fruta.

El mayor mercado para la fruta latinoamericana es el estadounidense, a donde se dirigen el 35% de las exportaciones. En segundo lugar se encuentran Europa, Canadá y Japón, con 16% cada uno. El 17% de la producción regional se vende localmente.

³ *Organic Monitor* es uno de las principales empresas proveedoras de inteligencia de negocio en el sector alimenticio orgánico internacional.

⁴ El Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS) es una organización sin fines de lucro, promotora de negocios y especializada en servicios de información de mercado relacionados a productos y servicios con atributos sociales y ambientales más ventajosos.

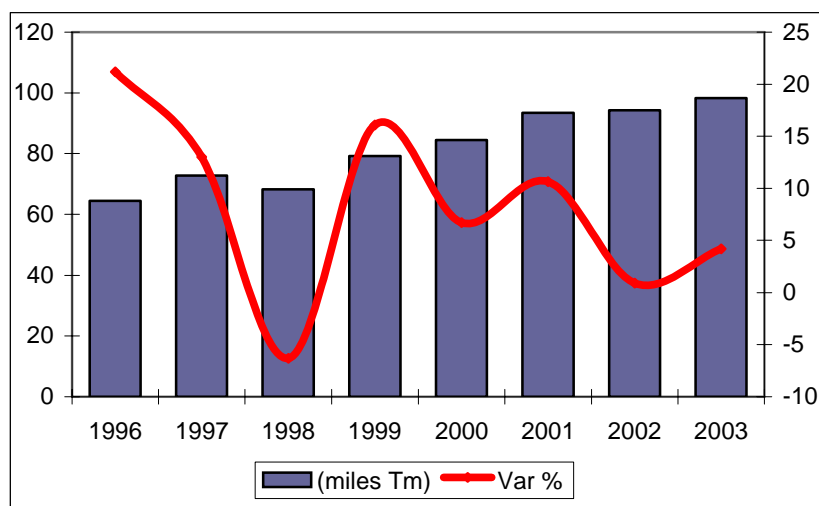
MERCADO PERUANO DE PALTAS

Producción

Durante el período 1996–2003, la producción nacional de paltas en todas sus variedades registró un crecimiento promedio anual de 6.2%, alcanzando las 98.2 mil toneladas métricas en 2003. Asimismo, el área cultivada mostró un incremento promedio anual de 5.6% durante el mismo período, llegando a las 10,500 hectáreas en 2003. Sin embargo, aunque los niveles de producción se han incrementado, el ritmo de crecimiento se ha retraído durante los últimos años debido a que gran parte de las plantas de palto aún son muy jóvenes y se encuentran en plena etapa de crecimiento.

En 2003, la participación de la producción peruana de palta en el mundo fue de 3.1%, ocupando la novena posición detrás de países como Colombia y Chile. Cabe destacar que esta participación ha mostrado un ligero descenso desde 2001 debido a la mayor producción de países como España (80%), República Dominicana (35%) y Chile (22.7%). Con respecto a la superficie cultivada, el Perú representó el 2.8% de las hectáreas sembradas en el mundo, lo que le significó el décimo puesto a 1,500 Has. de Brasil y 3,500 Has. de Colombia.

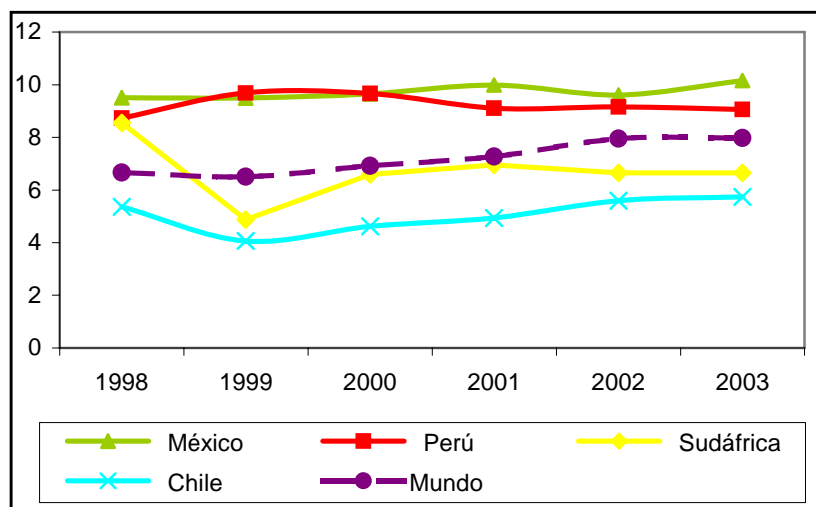
Producción nacional de paltas frescas 1996 - 2003



Fuente: MINAG, FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

A pesar de la mayor producción y del incremento del área cultivada de paltos, el rendimiento peruano por hectárea presenta una ligera tendencia negativa de 1.7% anual desde 1999, registrando 9.04 Tm./Ha. en 2003, nivel que nos ubica en el decimosexto puesto en el mundo. Sin embargo, este rendimiento se encuentra muy por encima del promedio mundial (7.86 Tm./Ha.) e inclusive de Sudáfrica y Chile, competidores directos de la palta peruana en los mercados internacionales.

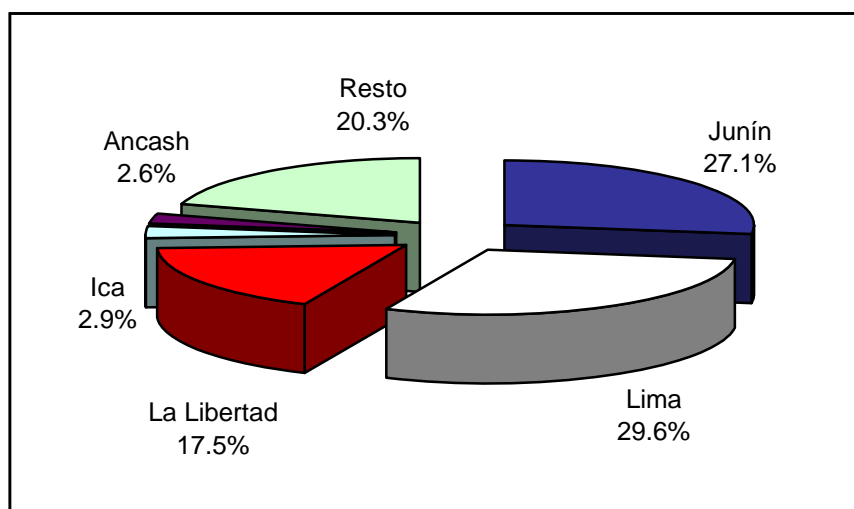
Rendimiento del cultivo del palto (Tm/Ha)



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

En el ámbito nacional, Lima y Junín se constituyen como los principales centros productores de palta concentrando el 57% de la oferta y el 55% de la superficie dedicada a este cultivo. Entre los departamentos que presentan el mayor rendimiento destacan Cajamarca (11.7 Tm./Ha.), Huanuco (10.9 Tm./Ha.) y Lima (10.6 Tm./Ha.)

Principales departamentos productores de palta 2003



Fuente: MINAG. Elaboración: GIM-PROMPEX

Principales departamentos productores de palta fresca - 2003

Departamento	Producción (miles Tm)	Rendimiento (Tm/Ha)	Precio Prom. en Chacra (S/. Por Kg)	Superficie Sembrada (Ha)	Superficie Cosechada (Ha)
Lima	29,559	10.6	1.0	126	2,786
Junín	27,076	8.1	0.3	265	3,347
La Libertad	17,436	10.4	0.6	29	1,681
Ica	2,860	4.1	1.2	80	692
Pasco	2,721	11.6	0.3	0	234
Ancash	2,618	8.7	1.6	0	302
Cajamarca	1,984	11.7	0.5	53	169
Moquegua	1,981	7.5	1.9	14	263
Huánuco	1,707	10.9	0.7	3	157
Total	99,782	7.8	0.9	674	11,059

Fuente: MINAG. Elaboración: GIM-PROMPEX

En el Perú se cultivan distintas variedades de palto cuyo período vegetativo es perenne, con una producción que se concentra entre los meses de enero y junio. Las cosechas, que son de periodicidad anual, se efectúan principalmente entre noviembre y diciembre. La época de plantación en la selva se da entre los meses de octubre y noviembre, mientras que en la costa se realiza durante el período agosto-septiembre.

Cosecha de principales variedades de palta

Variedad	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Fuerte									
Hass									
Naval									
Hall									
CollinRed									
Choqueta									
Queen									
Thompson									
Verónica									
Villacampa									

Fuente: MINAG. Elaboración: GIM-PROMPEX

Las principales variedades de palto cultivadas en el Perú son la Fuerte y la Hass, las cuales no compiten entre sí ya que la primera, que es la de mayor producción, tiene como objetivo el mercado nacional, mientras que la segunda se planta con propósitos de exportación (80% se dirigen a los mercados externos). Con respecto a esta última, la superficie cultivada ha experimentado un *boom* durante los últimos años ya que de las 30 hectáreas comerciales que existían en 1993, el año pasado se sembraron 2,200 hectáreas. De éstas, aproximadamente el 70% son tierras con una antigüedad menor a cinco años.

Precios

Con respecto al sistema de precios internos de la palta, estos han registrado una clara tendencia a la baja durante el período 2000–2003. El precio que mostró un mayor retroceso fue el ofertado en chacra (-0.1% promedio anual), el cual pasó de 0.99 a 0.77 Nuevos soles por kilogramo. Esto, como consecuencia de los cada vez mayores volúmenes producidos. El precio promedio en el mercado mayorista Nro. 2 fue el único que presentó una ligera mejora durante el período de referencia (0.2% promedio anual), el cual pasó de 1.51 a 2.58 Nuevos soles por kilogramo.

Sistema de precios promedio de palta

Precios	2000	2001	2002	2003	2004*	Var. % 2003/02
En chacra	0.99	0.68	0.83	0.77	0.67	-8.0
Mercado Mayorista Nro. 2	1.51	3.00	2.88	2.60	2.58	-9.6
Al consumidor Palta Criolla	2.72	2.59	2.41	2.34	2.37	-2.8
Al consumidor Palta Fuerte	4.50	4.32	4.08	3.85	3.94	-5.7
Al por mayor (S/.)	2.00	1.83	1.81	1.70	1.78	-6.0
Al por mayor (US\$)	0.57	0.53	0.51	0.49	0.51	-4.7

* Precios del período enero-mayo

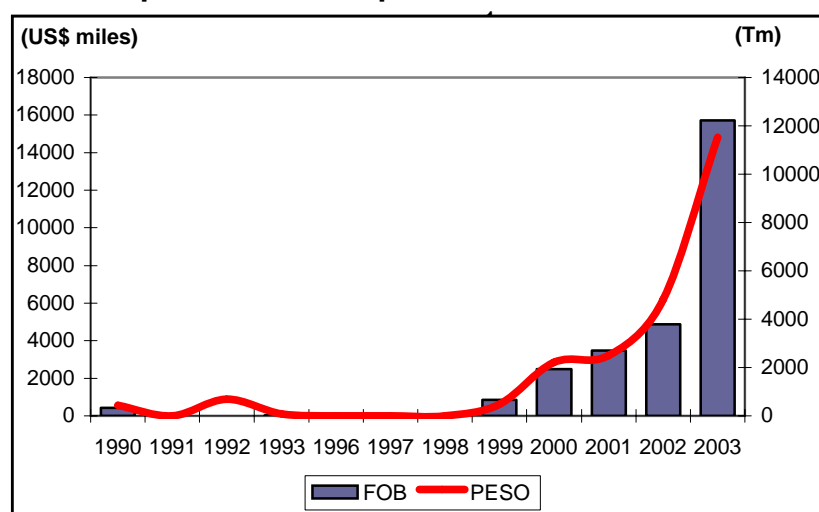
Fuente: MINAG, INEI. Elaboración: GIM-PROMPEX

Comercio exterior

Exportaciones

Luego del explosivo crecimiento de las exportaciones de palta fresca peruana durante el período 1977-1982, éstas recién retomaron la senda ascendente algunos años atrás, específicamente en 1999, año en el que se enviaron 846 toneladas a un valor FOB de US\$ 0.84 millones. De esa fecha hasta 2003, la evolución de las ventas externas han presentado un notable dinamismo, registrando un crecimiento de 107.6% y 121.3% promedio anual, en términos de valor y de volumen, respectivamente. La misma situación positiva se observa en lo que va de 2004, ya que se exportaron 3,738 toneladas por un valor de US\$ 4.7 millones, es decir, un aumento de 5.3% y 19.3%, respectivamente, con respecto a enero-mayo de 2003. Cabe destacar que solo el año pasado, los envíos se dieron durante los doce meses del año, teniendo al período abril-julio como los de mayor actividad.

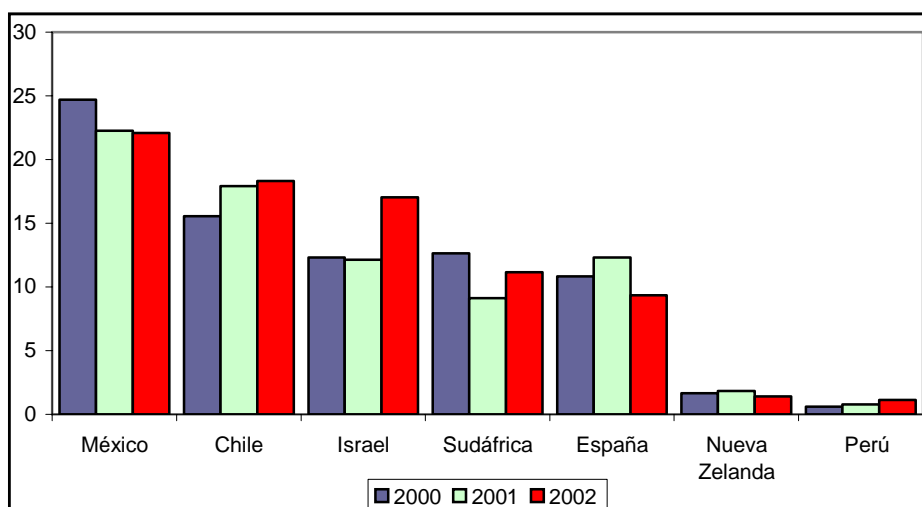
Exportaciones de palta fresca 1990 - 2003



Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

En línea con lo anterior, la participación del Perú en los mercados internacionales de palta fresca durante los últimos años, ha mostrado avances importantes tanto en volumen como en valor. En términos de volumen, el Perú participaba en 1999 sólo con el 0.2% del mercado mundial de exportaciones y para 2002 dicha participación se había elevado al 1.2%, es decir una mejora de 583%. En términos de valor, su participación en el mercado mundial pasó de 0.3% a 1.1% en 2002, un avance de 312%. Según datos de la FAO al 2002, el Perú ocupaba la posición 13 en volumen y la 12 en términos de valor entre los países exportadores de palta a pesar de que sólo destina un 12.1% de su producción doméstica a la exportación.

Participación de competidores en exportaciones mundiales (porcentajes)



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Como anteriormente mencionáramos, la principal variedad de palta enviada a los mercados externos es la *Hass*, seguida muy de lejos por la variedad *Fuerte*, la cual esta presentando un interesante ritmo de crecimiento debido a la buena aceptación que esta teniendo en los mercados español, francés y holandés.

Principales variedades de paltas exportadas (toneladas)

Variedad	2000	2001	2002	2003	2004a/	Var. 2003/02 (%)	Part. (%)b/
Hass	2,126.5	2,500.4	4,805.6	10,504.6	2,880.6	119	96.7
Fuerte	64.0	0.0	7.8	807.0	730.0	10,248	2.5
Naval	18.9	0.0	15.8	0.0	0.0	-	0.3
Ettinger	0.0	0.0	0.0	208.2	127.0	-	0.5
Total	2,209.3	2,500.4	4,829.2	11,519.7	3,737.7	138.5	100

a/ Período Enero - Mayo

b/ Participación promedio 2000 - 2003

Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

Cabe destacar que la ventana comercial más larga la presenta la palta *Hass* la cual va de mayo a agosto. La variedad *Fuerte* sale a los mercados internacionales entre los meses de marzo a mayo, mientras que la *Ettinger* se vende durante el período marzo-

abril. Con respecto al tipo de presentaciones, las exportaciones de productos frescos son las predominantes ya que las pastas de palta no muestran movimiento desde 2000.

Presentaciones de paltas exportadas

(toneladas)

Presentación	2000	2001	2002	2003	2004a/	Part. (%)b/
Fresca	2,079	2,500	4,829	11,520	3,738	98.5
Pasta	135	0	0	0	0	1.5
Total	2,214	2,500	4,829	11,520	3,738	100

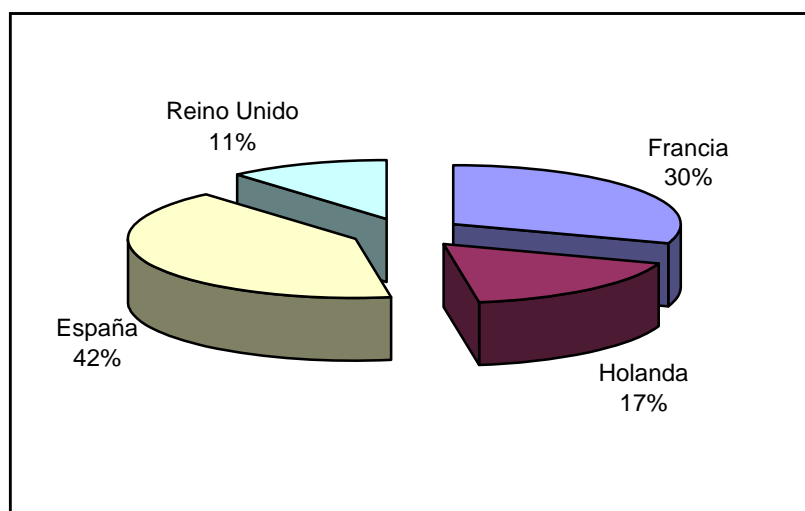
a/ Período Enero - Mayo

b/ Participación promedio 2000 - 2003

Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

Durante 2003, la palta peruana fue enviada a nueve mercados, destacando como principal destino la Unión Europea. Dentro de este bloque, España y Francia lideran las compras de esta fruta, pero Holanda (489%) y Alemania (226%) fueron los que presentaron los mayores avances con respecto a 2002. Cabe mencionar que la palta peruanas no puede ingresar a los mercados de Estados Unidos y Chile ya que estaos aplican al Perú restricciones sanitarias por problemas vinculados a la polilla del palto, y a la mosca de la fruta. Al respecto, el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) está coordinando con las autoridades sanitarias estadounidense y chilena para comprobar que en las plantaciones de la costa no existe dicha plaga.

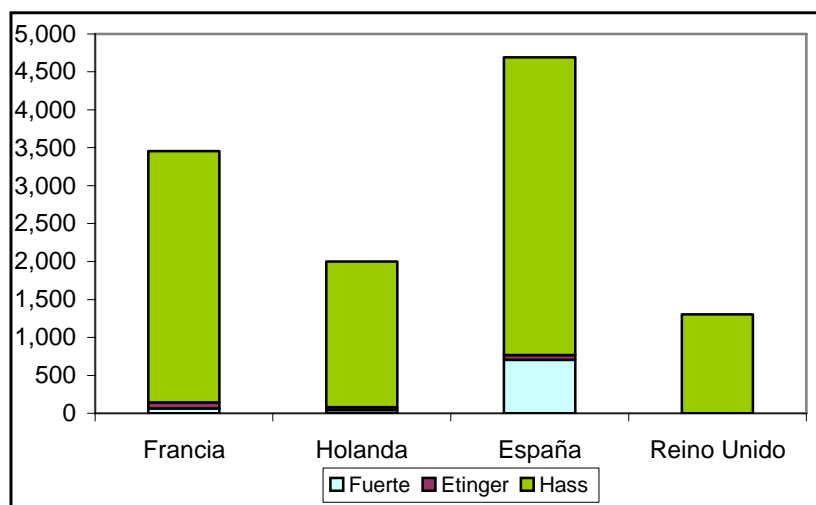
Principales destinos de la palta peruana 2003



Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

El país ibérico fue el mayor comprador de las variedades *Hass* y *Fuerte* (37.4% y 87.2% de participación, respectivamente), mientras que Francia fue el principal destino de la variedad *Ettinger* (40% de participación). Cabe destacar que durante el período enero-mayo de 2004, este último país se constituyó como el mayor comprador de la palta *Ettinger* (100%) y *Hass* (57%).

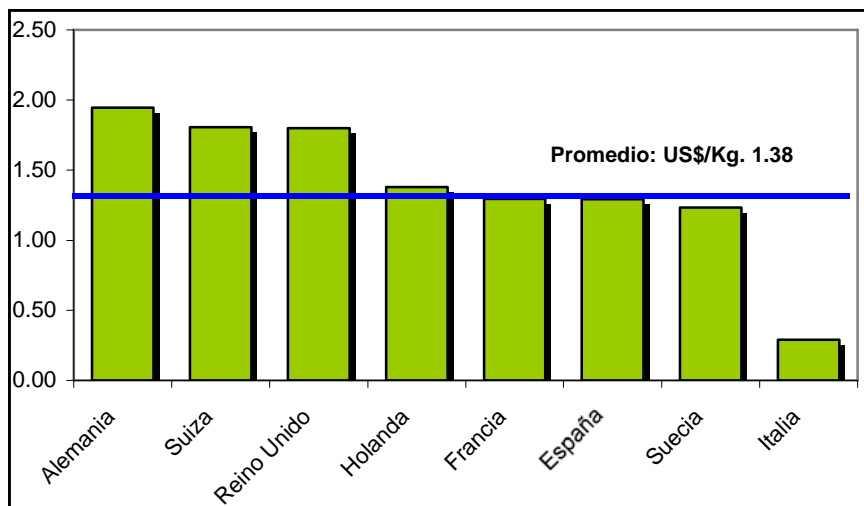
Variedades y destinos de paltas 2003 (toneladas)



Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

Con respecto al precio obtenido por la palta peruana en los mercados internacionales, este ha mostrado un crecimiento promedio de 6.7% entre los años 2000 y 2003, destacando el importante avance de 35.3% registrado en 2003 (US\$/Kg. 1.38) con respecto a 2002 (US\$/Kg. 1.01). Los precios promedio más altos fueron los ofertados por Alemania, seguido de Suiza y Reino Unido, mientras que los más bajos se obtuvieron en Italia, Suecia y España.

Precios de palta peruana en mercados de destino 2003 (US\$/Kg)



Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

Si guiendo el ritmo ascendente de las exportaciones de palta, el número de empresas exportadoras de esta fruta pasó de solo ocho en 1999 a 20 en 2003. Pero a pesar del incremento en el número de empresas exportadoras, se puede observar que este sector presenta un importante nivel de concentración. Así, las dos primeras concentraron casi las tres cuartas partes de las ventas externas de palta (71.9%),

destacando dentro de éstas, la fuerte incursión al mercado de Camposol S.A., que en su primer año de operaciones participó con el 46.1% de los envíos a los mercados externos, principalmente europeos.

Empresas exportadoras de palta 2003

Ventas FOB (miles)	Nro.	Miles US\$ FOB	Peso Neto (toneladas)	Part. FOB (%)
Más de US\$ 1000	3	12,442.2	9,249.9	79.1
De US\$ 500 a US\$ 1000	3	2,037.5	1,502.7	13.0
De US\$ 100 a US\$ 500	4	974.3	581.5	6.2
Menor a US\$ 100	10	268.3	185.7	1.7
Total	20	15,722.3	11,519.7	100

Fuente: ADUANAS. Elaboración: GIM-PROMPEX

Competitividad

Las razones de este relativo éxito exportador son varias: la excelente calidad del producto (gracias a su mayor contenido de grasas totales), la gran capacidad de producción, las ventajas de costo salarial y de clima (la radiación solar es más intensa que en otras zonas productoras del mundo) y sin grandes problemas de agua, el mejoramiento de las prácticas agrícolas (tratamiento integral de la fertilización y el riego, mayor cuidado en el corte y el acarreo, mejor control fitosanitario de los huertos), la asociatividad de empresas especializadas en la producción y comercialización, mayor atención a los aspectos de transporte en frío a grandes distancias, el crecimiento de la demanda en el mercado mundial y las dificultades de otros países oferentes.

Parece haber consenso que una de las razones principales del crecimiento de las exportaciones peruanas es su mayor competitividad en relación a otros países. No obstante existen escasos estudios que analicen en forma cuantitativa cual es el nivel y evolución de la competitividad de las paltas y cual es su contribución al desempeño exportador reciente.

Al respecto, Vollrath (1991)⁵ ha propuesto un índice para medir las ventajas comparativas reveladas (o ventaja competitiva) para productos agrícolas específicos usando información de datos reales del comercio. Este indicador permite diferenciar a los países que presentan ventaja competitiva en un producto en particular con relación a aquellos que no la tienen y también permite comparar las tendencias de la competitividad revelada entre los países que compiten en el mercado de ese producto. Debido a que el mercado de palta no está muy distorsionado por las políticas gubernamentales o por imperfecciones del mercado es muy probable que refleje aproximadamente bien las verdaderas ventajas comparativas.

Se estimó el índice de Vollrath para el caso de la palta en cada año del período 1997-2002 comparando la situación del Perú con sus principales competidores: Chile, España, Israel, México, Nueva Zelanda y Sudáfrica. La información se obtuvo de la base de datos de la FAO. Se obtuvieron promedios bianuales para reducir el problema

⁵ VOLLRATH, T.L. 1991. "A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage". *Weltwirtschaftliches Archiv. Review of World Economics* 127(2): 265-279.

de las fluctuaciones anuales que son muy típicas en el comercio de productos agrícolas. Los resultados aparecen en el siguiente cuadro.

Índice de ventaja relativa de exportaciones de palta

País	1997-1998	1999-2000	2001-2002	Var. (%) 2001-2002 / 1999-2000
Chile	40.39	69.85	106.15	52.0
México	18.74	19.10	23.45	22.8
Israel	36.49	29.50	25.19	-14.6
Nueva Zelandia	11.23	21.24	13.82	-34.9
Perú	0.03	4.70	9.41	100.0
Sudáfrica	14.68	11.28	8.18	-27.5
España	13.66	9.05	7.45	-17.6

Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Las observaciones más importantes son las siguientes: en primer lugar, en todo el período el índice es positivo para Perú lo que indica que el país dispone de ventajas comparativas reveladas en este producto; en segundo lugar, el índice para Perú muestra una tendencia creciente en el tiempo lo que pone de manifiesto que el país ha mejorado su competitividad en este período; en tercer lugar, existe una tendencia a que Israel, Sudáfrica y España pierdan competitividad, en cambio Chile, México y Perú la incrementan y el aumento de Perú es muy superior al logrado por Chile, su principal competidor en la región⁶.

En definitiva estos datos muestran una mejora de la competitividad de las paltas peruanas en relación a sus competidores lo que apoya la hipótesis de que es un factor explicativo relevante en el desempeño de las exportaciones durante el período de análisis. Así, la alta calidad de la palta peruana y su venta al exterior en contraestación en el periodo mayo–septiembre, ha permitido a los productores peruanos obtener un retorno en campo de US\$ 1.25 por kilo, monto superior al precio logrado por otros países productores, tales como México, España, Israel, Chile y Sudáfrica.

Además de la calidad y las ventanas de salida, existen otros factores que elevan el nivel competitivo de la industria de palta peruana en los mercados internacionales. Entre estos destacan la menor edad promedio de los árboles, lo cual le permitirá tener una proyección de crecimiento mayor a los de sus competidores, muchos de los cuales ya se encuentran en una etapa de estabilización. Asimismo, los costos por uso de agua y por el proceso de cosecha están en niveles adecuados con respecto a las principales industrias del mundo.

⁶ Las comparaciones entre países del nivel del índice en cada período no son muy apropiadas debido a que la estructura de las exportaciones agrícolas difiere en cada país pero si puede compararse los diferenciales entre países de sus tasas de crecimiento entre períodos.

Industria mundial de la palta

Ítem	Sudáfrica	Israel	Nueva Zelanda	México	Chile	California	Perú
Hectáreas 2003 - Var% 03/00	10000 (-19.2%)	5700 (-10.7%)	3250 (22.8%)	102467 (8.9%)	23500 (10.8%)	28880 (-1.1%)	10500 (20%)
Producción 2002-2003 (Tm) - Var% 03/00	66476 (-18.5%)	58000 (-28.7%)	14000 (11.0%)	1040390 (14.7%)	135000 (37.8%)	191000 (-7.9%)	95000 (12.5%)
Años árbol	14	15-20	5 a más	20	Más de 10	Más de 15	Menos de 5
Costo agua (US\$/Ha)	-	1,976.8	-	0.00 (lluvias)	123.5	4,445.0	247.1 anual
Costo cosecha (US\$/Kg)	0.008	0.05	-	0.033	0.02	0.30	0.01
Industria Hass (%)	36%	30%	98%	95%	95%	95%	97%
Temporada Hass	Junio-October			Todo el año	Agosto-Abril	Diciembre-October	Mayo-Agosto
Mercados	Europa, Sudáfrica	Europa, Israel	Australia, EE.UU., Nueva Zelanda	Europa, Japón, EE.UU., América Central y Canadá	EE.UU., Chile y Europa	EE.UU.	Europa
Asociación	Souht African Avocado Growers Association		Avocado Growers Association	COMA, ASEAM, APEAM, APROAM, UDECAM	Comité de Palta	California Avocado Commission	ProHass

Fuente: Avocadosource. Elaboración: GIM-PROMPEX

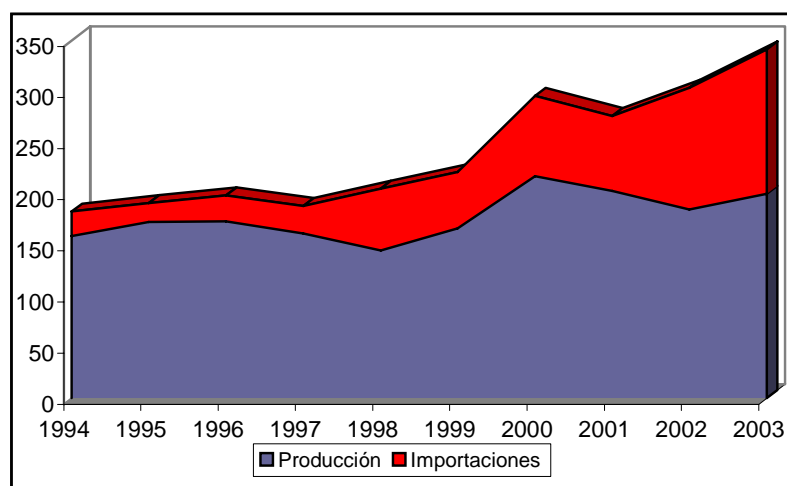
MERCADO DE PALTA FRESCA EN LOS ESTADOS UNIDOS

Producción

Durante los últimos diez años, el mercado de paltas de los Estados Unidos ha experimentado una notable expansión lo que le ha permitido constituirse como la principal industria de esta fruta en el mundo. Así, además de ser el segundo productor mundial (200 mil toneladas en 2003), es el más importante destino de las exportaciones que realiza el mundo (141 mil toneladas) con casi un tercio de participación.

Producción e importaciones de paltas 1994-2003

(miles de toneladas)



Fuente: FAOSTAT. Elaboración: GIM-PROMPEX

Dentro del mercado de frutas norteamericano la palta representa el 1.2% de la producción y del área sembrada, respectivamente (sino se incluyen cítricos). Tanto la producción como las importaciones han mostrado un importante desempeño positivo al registrar tasas promedio anual de 4.7% y 18.4%, respectivamente. Este hecho demuestra la importancia del mercado norteamericano como destino de las paltas a nivel mundial y que si continua la tendencia de los últimos años, la vía de importaciones se convertirá en el principal canal de abastecimiento del mercado en cuestión. Del total producido, el 95% se destina al consumo interno, mientras que el resto se exporta a los mercados externos.

Industria de palta en Estados Unidos 2002

Ítem	California	Florida	Hawaii	EE.UU.
Áreas Sembradas (Has)	23,674.6	2,387.7	101.2	26,163.5
Producción (Tm)	172,000	31,000	350	203,350
Rendimiento (Tm/Ha)	2.94	5.25	1.40	3.15
Precio (US\$7Tm)	2,170.0	556.0	1,120.0	1,920.0

Fuente: United States Department of Agriculture
Elaboración: GIM-PROMPEX

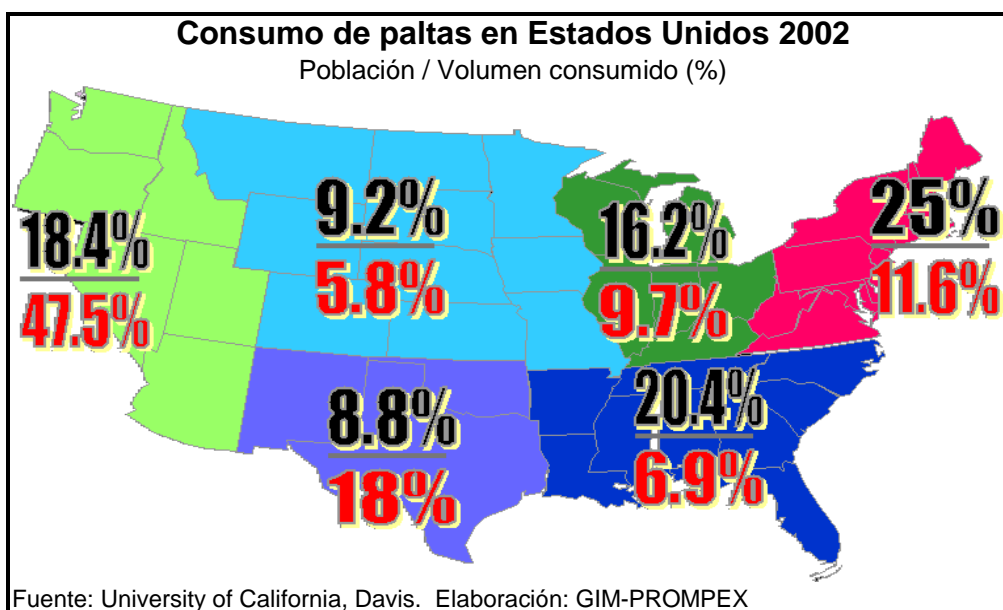
Cabe destacar que el área cultivada ha presentado una ligera retracción durante los últimos cinco años (-0.2%) y el rendimiento por hectárea (7.7 toneladas) es inferior al del promedio mundial (7.9 toneladas). La oferta norteamericana se desarrolla en solo tres Estados: California, Florida y Hawái. Entre estos, el primero concentra el 87.2% de la producción y el 90.5% de la superficie cultivada.

Consumo

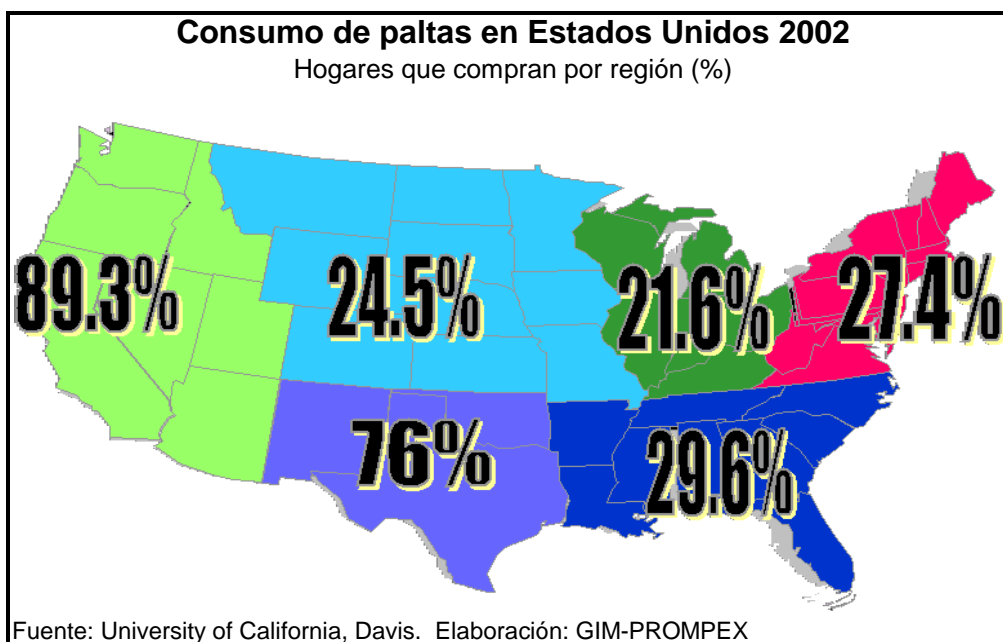
Durante los últimos cinco años, el consumo de palta ha registrado una notable expansión de 10% promedio anual, al pasar de 0.69 Kg en 1998 a 1.01 Kg por persona en 2003.

Uno de los principales factores de este mayor consumo es la presencia y crecimiento de la población hispana en los Estados Unidos, la cual se estimaba⁷ en 39.9 millones de personas, es decir el 17% de la población total en 2003. Para 2010, se espera que este segmento poblacional llegué a los 43.7 millones, lo que significaría un incremento promedio anual de 1.5%. Según estudios de la Universidad de California, además de los hispanos, otro segmento objetivo de esta fruta lo constituyen las mujeres cuyas edades fluctúan entre los 25 y 54 años con ingresos anuales mayores a US\$ 50 mil.

Geográficamente, el mayor consumo se da en la Costa Oeste, específicamente en los Estados de California y Washington. Otra zona importante es el Sur Oeste en la que destaca Texas. Cabe señalar que estas dos regiones albergan a cerca del 60% de la población mexicana residente en el país del norte, uno de los principales grupos de consumidores de palta en el mundo.



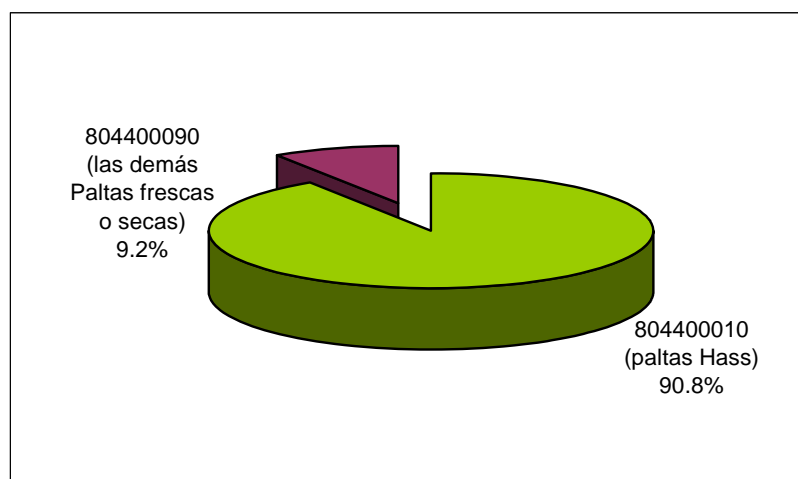
⁷ Según el U.S. Census Bureau



Comercio exterior

Las importaciones de paltas de los Estados Unidos están conformadas por tres partidas arancelarias: paltas frescas o secas (0804.40.00.00); paltas de la variedad Hass (0804.40.00.10); y las demás paltas frescas o secas (0804.40.00.90). La primera se dejó de utilizar a partir de 2001, año en el que se inician las compras de paltas bajo la denominación de las dos últimas partidas.

Composición del mercado de paltas importadas 2003



Fuente: United States International Trade Commission
Elaboración: GIM-PROMPEX

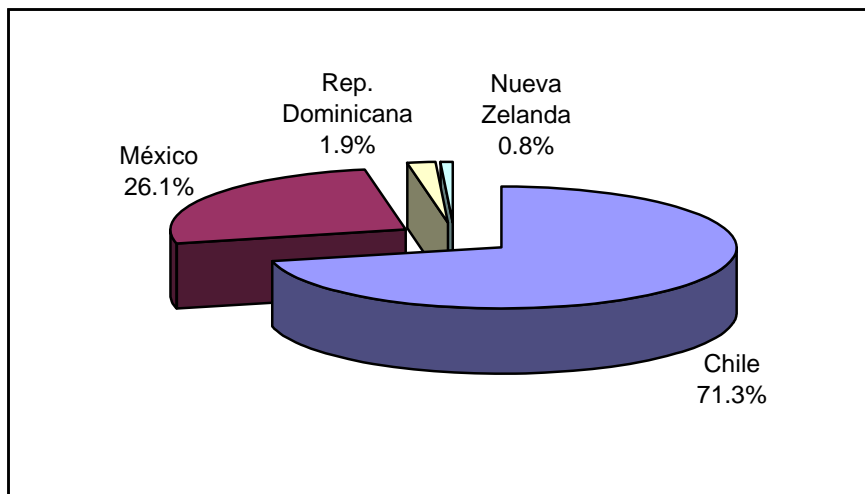
Tomando en cuenta solo la variedad Hass, Estados Unidos se provee de palta importada de sólo cuatro mercados destacando nítidamente Chile, país que presenta una participación de 71.3%, seguido muy de lejos por México y República de Panamá.

Al considerar los demás tipos de paltas, la estructura de proveedores no presenta mayor variación, excepto por el número de exportadores el cual se incrementa de cuatro a seis países. Cabe mencionar que a excepción de Nueva Zelanda, todos los

mercados registraron avances al comparar los años 2003 y 2002, sobresaliendo Ecuador (de 36 a 54 toneladas), República Dominicana (de 11,538 a 15,228 toneladas) y México (de 27,166 a 34,996 toneladas).

Proveedores de paltas Hass en Estados Unidos 2002-03

(en términos de volumen)

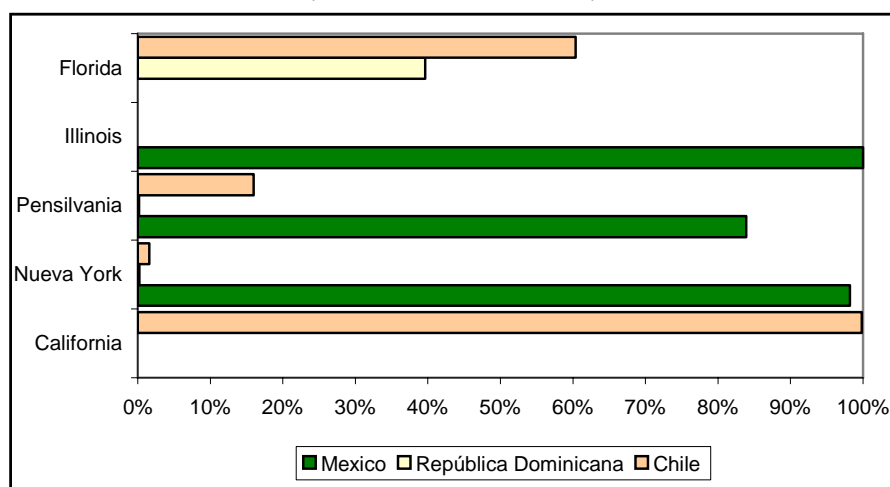


Fuente: United States International Trade Commission
Elaboración: GIM-PROMPEX

Teniendo como criterio solo las compras externas estadounidenses de palta Hass (0804.40.00.10), se observa que los principales proveedores no compiten en los mismos Estados de la Unión Americana. Así, Chile concentra casi toda su oferta en los Estados de California, Florida y Pensilvania, y en menor medida en el de Nueva York. Esto, debido a la gran población hispana presente en dichos territorios. Por otro lado, México presenta la mayor diversificación de mercados (13), en los cuales no tiene competencia alguna a excepción de Pensilvania. Sin embargo, su presencia es relativamente baja ya que dichos mercados son abastecidos principalmente por la oferta californiana. Finalmente, República Dominicana compite ligeramente con Chile en Florida y abastece el 100% las Isla Vírgenes norteamericanas.

Principales destinos de exportaciones de palta Hass 2003

(en términos de volumen)



Fuente: United States International Trade Commission
Elaboración: GIM-PROMPEX

Con respecto a las ventanas del mercado de palta en el mercado estadounidense, California domina el abastecimiento tanto en volumen como en estacionalidad ya que oferta su palta durante todo el año. Entre agosto y febrero, Chile se constituye como el segundo proveedor compitiendo en este último mes con México y Florida. Dada esta estructura comercial, la palta peruana presenta un ventaja adicional a las ya observadas anteriormente, debido a que la salida de ésta se da durante el período mayo-septiembre, meses en los que competiría principalmente con la oferta local.

Ventanas comerciales de palta en Estados Unidos 2003
(en porcentaje)

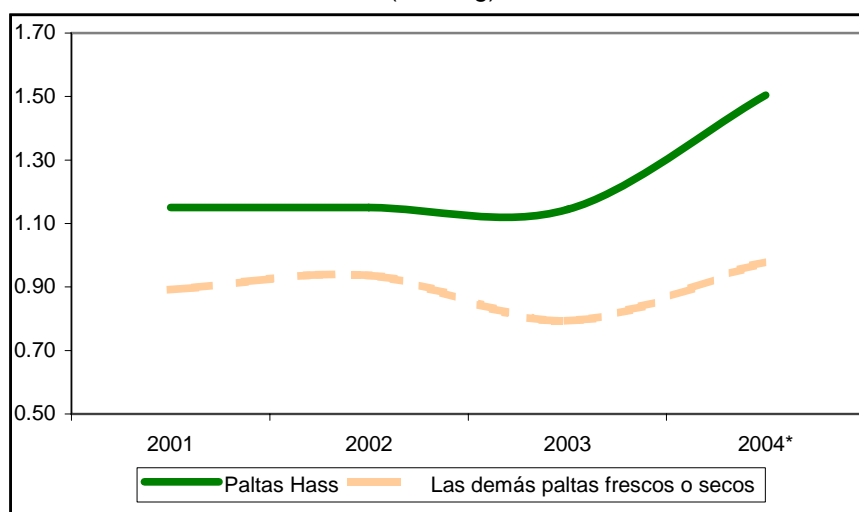
Proveedor	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Part %
California	32%	36%	42%	60%	77%	75%	99%	83%	89%	68%	47%	35%	55.4%
Chile	45%	43%	30%	8%					1%	24%	39%	42%	24.9%
México	10%	8%	14%	15%	22%	24%						8%	8.6%
Florida	9%	9%	9%	11%				16%	10%	8%	10%	9%	8.0%
R. Dominicana	3%	3%	5%	5%	1%						1%	4%	2.3%
Nueva Zelanda	1%										2%	2%	0.6%
Hawaii					0.3%	0.3%	0.3%	0.2%					0.1%

Fuente: U.S. International Trade Commission, U.S. Department of Agriculture.

Elaboración: GIM-PROMPEX

Con relación a precios, la variedad *Hass* es la más valorada por el mercado estadounidense ya que durante los años 2001 y 2003 obtuvo un promedio de US\$/Kg. 1.15, mientras que las demás paltas frescas o secas registraron un promedio de US\$/Kg. 0.87. Cabe destacar que entre 2003 y 2002, ambas partidas mostraron importantes caídas en sus precios de 49.7% y 15.3%, respectivamente. Sin embargo, a mayo de 2004, se aprecia una importante recuperación en los precios promedio de la variedad *Hass* debido al aumento de la cotización obtenida por los principales ofertantes como República Dominicana (93.5%), Chile (13.5%) y México (9.4%).

Precio de paltas importadas en Estados Unidos
(US\$/Kg)



* Datos a mayo de 2004

Fuente: United States International Trade Commission

Elaboración: GIM-PROMPEX

Con respecto a la variedad *Hass*, Nueva Zelanda y México son los que recibieron el mejor precio ya que obtuvieron un promedio de US\$/Kg. 2.33 en las ciudades de Los Ángeles y Laredo, respectivamente. Cabe mencionar que estos mismos países exportadores obtuvieron los más altos precios promedio por las demás variedades de paltas frescas o secas ofertadas en el mercado estadounidense.

Precios de palta Hass en Estados Unidos 2003 por exportadores
(US\$/Kg.)

Partida	País	Ciudad/Estado	Más Alto	Más Bajo
804400010	Nueva Zelanda	Los Angeles, CA	2.33	
		Philadelphia, PA		1.95
	México	Laredo, TX	2.33	
		Baltimore, MD		1.30
	Brasil	Philadelphia, PA	2.06	
	Chile	New York, NY	1.94	
		San Diego, CA		0.92
República Dominicana	Miami, FL Vírgenes Islas	1.87	0.80	
Ecuador	Los Angeles, CA	0.37		
804400090	Nueva Zelanda	Los Angeles, CA	4.38	
		Seattle, WA		2.11
	México	Buffalo, NY	4.00	
		Cleveland, OH		0.61
	Chile	Miami, FL	1.22	
	República Dominicana	Vírgenes Islas	1.00	
Philadelphia, PA			0.65	
Bahamas	Miami, FL	0.88		

Fuente: United States International Trade Commission
Elaboración: GIM-PROMPEX

FICHA FITOSANITARIA⁸

Toda exportación hortofrutícola desde Chile, debe ir acompañada de un Certificado Fitosanitario Oficial, el cual declara la condición fitosanitaria del producto, es de carácter técnico y va dirigido desde el organismo oficial de Chile (SAG) a su homólogo en el país importador. En el caso de este mercado se utiliza el modelo de Certificado FAO.

Condiciones de Ingreso

1. Especie con autorización de ingreso:

Autorizado su Ingreso a Estados Unidos, mediante el Programa de Inspección Conjunta SAG/USDA-APHIS.

2. Inspección Fitosanitaria:

Lugar de Inspección: Las Inspecciones Conjuntas SAG/USDA se realizará exclusivamente en los Sitios autorizados para este fin por ambas agencias fitosanitarias.

Nivel de Muestreo para Inspección: El tamaño de la muestra que se emplea para la inspección para esta especie es el 2% del tamaño del lote. La definición de las cajas-muestra puede ser realizada en forma manual o mediante el uso del programa computacional de muestreo.

Criterio de Aceptación o Rechazo (Grado de tolerancia que rige en las inspecciones fitosanitarias): En las inspecciones conjuntas SAG/USDA se aplica el criterio General SAG (el listado de las plagas cuarentenarias es manejado por los entomólogos presentes en los Sitios de Inspección habilitados):

- 0% de plagas cuarentenarias vivas.
- Máximo 4% del total de frutas de la muestra con insectos no cuarentenarios, independientemente del número de agentes por fruto.
- Máximo 1% del total de frutos que componen la muestra con pudrición.
- Mercadería limpia (debe estar libre de otras materias ajenas a la naturaleza del producto).

3. Especies Cuarentenarias (organismos patógenos que no deben estar presentes vivos en los productos que se desea exportar):

- Mosca de la fruta (*Ceratitis Bactrocera spp.*, *Anastrepha spp.*)
- Barrenadores del hueso (*Stenomma Catenifer*, *Heilipus lauri*, *Conotrachelus spp.*)
- *Amorbia cuneana*, *Scirtothrips perseae* y *Selenothrips rubrocinctus*.

4. Tratamiento Cuarentenario:

Para frutas provenientes de áreas con infestación accidental de "Mosca de Mediterráneo" (*Ceratitis Capitata*). La palta requiere tratamiento de fumigación con Bromuro de Metilo T101-c-1, o bien, tratamiento combinado de fumigación y frío T 108 (a).

⁸ Condiciones a las que actualmente se somete la palta chilena para ingresar al mercado estadounidense. Servicio Agrícola y Ganadero de Chile.

5. Techo de descuelgue de la especie:

Corresponde a un sistema de evaluación de rechazos contemplados en el Programa de Inspección, calculado empleando el criterio de “evaluar porcentualmente los rechazos fitosanitarios acumulados en períodos de 14 días móviles”, es decir, una vez transcurridos los 14 días en los que efectivamente hubo inspección de una especie, se calcula el porcentaje que representa el volumen total rechazado, del total inspeccionado en ese período. En la medida que transcurre la temporada, se adiciona el volumen del último día de inspección y se elimina el de 14 días antes, de modo que siempre las estadísticas contemplan un período de 14 días móviles. De esta forma se obtiene el “índice de rechazo” para cada especie sometida a inspección fitosanitaria. El USDA ha definido para cada especie un índice de “rechazo máximo” o “techo de descuelgue”. Esto implica que si los rechazos sobrepasan porcentualmente este nivel, dentro de un período de 14 días, implica la suspensión del ingreso de la misma a este mercado de manera indefinida, hasta lograr una reevaluación por parte del USDA. 25% en un período de 14 días móviles.

6. Requisitos Específicos:

Requisitos de Embalaje: Los envases deben ser nuevos, sanitariamente aptos, técnicamente adecuados, homogéneos en presentación y resistentes a la manipulación y al transporte.

Requisitos de Rotulación en el envase: El envase debe contener la siguiente información, impresa o en etiqueta, en inglés o español:

- Nombre de la especie y fecha de embalaje.
- Nombre o razón social del exportador.
- Nombre del productor y packing. Si están codificados enviar listados al SAG del Sitio de Inspección.
- Nombre de la provincia y comuna de origen del producto.
- Nombre de la provincia y comuna del packing donde fue embalada.
- Si el productor y packing tienen la misma ubicación geográfica, puede indicarse esta información para uno de ellos usando la siguiente leyenda “Grown and Packed” o “Producida y embalado por”.

Otros Requisitos (declaraciones adicionales u otros): Declaración adicional en Certificado Fitosanitario SAG:

- “This fruti was grown in a U.S. Department of Agriculture approved Medfly-free Zone”.
- “Inspected by USDA/SAG in Chile”.
- “Inspected by USDA/SAG in Chile”.
- Indicar tratamiento cuarentenario si corresponde.
- Lotes aprobados por Programa SAG/USDA se considera aprobados para aquellos mercados sin exigencias cuarentenarias.

Anexo 1

El índice propuesto por Vollrath (1991), se denomina ventaja relativa de exportaciones (VRE) y se define como:

$$VRE_{ai} = (X_{ai} / X_{ni}) / (X_{ar} / X_{nr})$$

Donde:

VRE_{ai} = Ventaja relativa de exportaciones de la mercancía a en el país i.

X_{ai} = Valor de las exportaciones de la mercancía a en el país i.

X_{ni} = Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía a) en el país i.

X_{ar} = Valor de las exportaciones de la mercancía a en el mundo (menos el país i).

X_{nr} = Valor de las exportaciones totales (menos la mercancía a) en el mundo (menos el país i).

Si VRE_{ai} es mayor que 1 indica que el país presenta ventaja comparativa revelada en dicho producto y si el índice es menor que la unidad el país presenta una desventaja comparativa.

Mientras más elevado sea el valor de este índice mayor será el grado de especialización del país en este producto y por tanto estará "revelando" una mayor competitividad. Los cambios en este indicador a través del tiempo nos dan información acerca de las tendencias en la competitividad del producto en un período determinado: si crece nos indica que el país está ganando competitividad y si se reduce significa que se pierde competitividad.