







Hass avocado and profitability in the crisis: A critical look at Peruvian exports (2018–2022)

Capuñay Corthon Mathias Eduardo¹; Rivas Mendoza, Milagros Isabel²; Díaz Mujica, Edita Jesús³
^{1,2,3}Universidad Tecnológica del Perú, U20201513@utp.edu.pe, C26350@utp.edu.pe, C25165@utp.edu.pe

The objective of this research was to determine the main problems affecting the export performance of Hass avocado in Peru during the period 2018–2022. A qualitative approach with a non-experimental, descriptive design was used, based on documentary review and comparative analysis of official export records. The results revealed that, although the export volume grew steadily—reaching over 550,000 tons in 2021—this growth did not translate into increased profitability. Key issues identified include excessive dependence on fresh fruit formats (over 96% of exports), limited access to value-added markets, high logistical costs, lack of cold chain infrastructure, and strong concentration of export destinations in the Netherlands and the United States. Additionally, the seasonality of harvests caused oversupply during peak months, pushing international prices down. These limitations were especially critical for small agricultural enterprises, which face barriers to meeting international standards. The study concluded that the current export model is volume-centered and vulnerable to market fluctuations.

Keywords- Hass avocado, exports, value-added, international trade, logistics, profitability, agribusiness

Palta Hass y rentabilidad en crisis: Una mirada crítica a las exportaciones peruanas 2018–2022

Capuñay Corthon, Mathias Eduardo¹ ; Rivas Mendoza, Milagros Isabel² ; Díaz Mujica, Edita Jesús³ 
^{1,2,3}Universidad Tecnológica del Perú, U20201513@utp.edu.pe, C26350@utp.edu.pe, C25165@utp.edu.pe

El objetivo de esta investigación fue determinar los principales problemas que afectaron el desempeño exportador de palta Hass en Perú durante el período 2018-2022. Se empleó un enfoque cualitativo con un diseño descriptivo no experimental, basado en la revisión documental y el análisis comparativo de registros oficiales de exportación. Los resultados revelaron que, si bien el volumen de exportación creció de forma sostenida, superando las 550.000 toneladas en 2021, este crecimiento no se tradujo en una mayor rentabilidad. Entre los problemas clave identificados se incluyen la excesiva dependencia de formatos de fruta fresca (más del 96% de las exportaciones), el acceso limitado a mercados de valor agregado, los altos costos logísticos, la falta de infraestructura para la cadena de frío y la fuerte concentración de destinos de exportación en los Países Bajos y Estados Unidos. Además, la estacionalidad de las cosechas provocó un exceso de oferta durante los meses pico, lo que presionó a la baja los precios internacionales. Estas limitaciones fueron especialmente críticas para las pequeñas empresas agrícolas, que enfrentan barreras para cumplir con los estándares internacionales. El estudio concluyó que el modelo de exportación actual está centrado en el volumen y es vulnerable a las fluctuaciones del mercado.

Palabras clave— Palta Hass, exportaciones, valor agregado, comercio internacional, logística, rentabilidad

I. INTRODUCCIÓN

La palta Hass se ha posicionado como uno de los principales productos agroexportables del Perú, representando cerca del 7 % de las exportaciones no tradicionales del país y el 2 % del total exportado [1]. Su creciente demanda en mercados como Estados Unidos, Europa y Asia ha permitido que el volumen exportado aumente de forma sostenida entre 2018 y 2022, con un récord de 553,576 toneladas en 2021 [2], [3] No obstante, esta expansión física no se ha traducido en una rentabilidad proporcional para los productores, especialmente para las MYPES agrícolas, quienes enfrentan desafíos estructurales que comprometen su sostenibilidad [4], [5] Durante el periodo analizado, el modelo agroexportador peruano ha mostrado una fuerte concentración en el envío de fruta fresca, representando más del 96 % del total exportado [6] Esta falta de diversificación limita el acceso a mercados con mayor valorización, como los que demandan productos procesados, orgánicos o funcionales [2], [7] Además, la estacionalidad de la producción ha generado saturaciones de mercado en los meses pico, presionando los precios a la baja y reduciendo los márgenes de ganancia [8], [9]. La infraestructura logística y tecnológica en las zonas de cultivo sigue siendo insuficiente. La carencia de cámaras de frío, sistemas de clasificación avanzados y rutas logísticas eficientes impide a los productores garantizar la calidad del producto durante toda la cadena [10], [11]. Los altos costos operativos y la falta de

financiamiento limitan el cumplimiento de certificaciones internacionales, reduciendo la competitividad [12], [13]. Por otro lado, la alta concentración de los destinos de exportación principalmente en Países Bajos y Estados Unidos, que en conjunto absorben más del 60 % del valor total exportado expone al sector a riesgos vinculados a barreras sanitarias, saturación estacional o fluctuaciones regulatorias [3], [14], [15].

En contraste, mercados con gran potencial como China, Corea del Sur o Medio Oriente, aún no han sido explotados de forma estratégica, debido a la falta de adaptación cultural, etiquetado local y certificaciones orgánicas [16], [17]. Desde una perspectiva estructural, diversos autores coinciden en que el agro peruano adolece de una baja productividad, poca inversión en innovación y débil institucionalidad para articular esfuerzos público-privados en favor de una cadena de valor más inclusiva [18], [19], [20]. La informalidad del sector y la falta de capacitación técnica también constituyen barreras para que las MYPES puedan insertarse en mercados exigentes y sostenibles [21], [22] A pesar de ello, existen oportunidades claras para mejorar la competitividad del sector palta Hass. La transformación de subproductos como la semilla y la cáscara en insumos cosméticos, aceites, bioenergía o empaques biodegradables ha sido identificada como una vía efectiva para generar valor agregado y aprovechar integralmente los recursos agrícolas [23], [24] Esta tendencia también responde al perfil del nuevo consumidor internacional, que valora los productos éticos, saludables y ambientalmente responsables [25], [26].

En años recientes, las exportaciones de palta Hass se enfrentan a nuevos cuellos de botella vinculados al cambio climático con sequías y estrés hídrico que afectan regiones como Ica y La Libertad [27], el incremento de los costos logísticos globales tras la pandemia, y las regulaciones ambientales de la Unión Europea (2023), que exigen trazabilidad y reducción de la huella de carbono en productos agrícolas [15]. Estos factores evidencian que la problemática no solo es estructural, sino también dinámica y en evolución. De tal manera, la problemática de la presente investigación se enfoca en ¿Cuál es el problema que afecta la exportación de la palta Hass en el Perú durante el periodo 2018–2022

II. METODOLOGÍA

Se tiene un enfoque cualitativo, que permitió interpretar la problemática exportadora desde una perspectiva comprensiva y contextual, priorizando el análisis de datos no numéricos obtenidos mediante fuentes documentales relevantes [4] Este

enfoque se consideró adecuado al buscar una visión integral de los factores que afectan la exportación de palta Hass en el Perú, especialmente entre los años 2018 y 2022.

El diseño metodológico fue no experimental y de tipo descriptivo, ya que se analizó la información existente sin manipular deliberadamente las variables de estudio [28]. El estudio observó el fenómeno en su contexto natural, interpretando sus elementos sin alterar sus condiciones originales. En este marco, se caracterizó el comportamiento de las exportaciones, sus destinos, formatos, rentabilidad y barreras estructurales. Se utilizó el método deductivo, el cual permitió analizar hechos específicos (caída de rentabilidad, concentración estacional, limitaciones logísticas) a partir de premisas generales relacionadas con la dinámica del comercio exterior, identificando patrones y relaciones causales en el desempeño de la palta Hass durante el periodo evaluado. [29]

La técnica de recolección de información fue la revisión documental y análisis de fuentes secundarias, apoyada en informes oficiales de instituciones como SUNAT, ADEX y PROMPERÚ, además de artículos académicos indexados y publicaciones técnicas sobre comercio agroexportador. Esta técnica permitió contrastar datos y tendencias con aportes teóricos y estudios previos del sector [1], [30]. Los instrumentos utilizados fueron fichas de análisis documental y matrices comparativas, las cuales permitieron organizar información sobre precios FOB, volumen exportado, mercados de destino y presentaciones del producto. Estos instrumentos facilitaron la identificación de problemáticas recurrentes como la concentración de mercados, la falta de valor agregado o la estacionalidad de la producción [4], [6]

Finalmente, el tipo de muestreo fue no probabilístico por criterio, ya que la selección de fuentes se realizó en función de su relevancia temática, actualidad y pertinencia con los objetivos de la investigación. La población estuvo conformada por artículos académicos, informes técnicos, reportes oficiales y bases de datos sobre la exportación de palta Hass en el Perú entre 2018 y 2022. La muestra incluyó documentos especializados en comercio exterior, agroindustria, logística y mercados internacionales, seleccionados para profundizar en el análisis del fenómeno exportador.

III. RESULTADOS

El análisis realizado evidencia cómo diversos factores estructurales y comerciales han incidido en el desempeño exportador de la palta Hass peruana durante el periodo 2018–2022. A pesar del crecimiento sostenido en el volumen exportado, se observan limitaciones significativas en términos de valor agregado, diversificación de mercados y rentabilidad. Este apartado profundiza en los hallazgos obtenidos a partir de la revisión documental y los registros oficiales, vinculándolos con la literatura especializada y con la situación actual de las MYPES agroexportadoras. Además, se discuten las

implicancias de estas restricciones en el contexto de un comercio internacional cada vez más exigente y competitivo, donde la innovación, la sostenibilidad y la eficiencia logística.



Fig. 1 Evolución de las exportaciones de palta (2018 – 2022)
Nota. Sunat. Elaboración; Adaptado de ComexPerú

De acuerdo con cifras proporcionadas por la Sunat y adaptados por [1], durante el periodo comprendido entre enero y agosto de ese año, "las exportaciones de palta alcanzaron un valor de US\$ 847 millones", lo que refleja una caída del 9.5% respecto al mismo periodo de 2021, cuando el valor exportado fue de US\$ 936 millones. Sin embargo, "el valor registrado durante este año fue mayor" en comparación con los años anteriores: en 2020 se exportaron US\$ 721 millones y en 2019, US\$ 737 millones. A pesar de la disminución en el valor de las exportaciones, "la palta aún se posiciona como el principal producto dentro de las exportaciones no tradicionales". Según datos oficiales de Sunat, este producto representa "un 7% de nuestras exportaciones no tradicionales" y "un 2% del total de los envíos al extranjero", lo que confirma su relevancia en la economía peruana.

Aunque se puede visualizar que el valor económico muestra una caída, "el resultado en valor, respecto del volumen exportado", es positivo. Durante el periodo de enero a agosto de 2022, "se alcanzó un volumen de 528,727 toneladas de palta", lo que representa "un 8.3% más que en 2021", cuando el volumen fue de 488,200 toneladas. Esto significa que el descenso en el valor no está relacionado con una reducción en los volúmenes exportados, sino con "la caída en el precio del producto con relación al año previo". De acuerdo con [1] "el precio promedio pagado al productor en el periodo enero-agosto de 2022 fue de S/ 3.39 por kg", lo que refleja "un 13.3% menos" en comparación con el mismo periodo de 2021, cuando el precio alcanzó "S/ 3.91 por kg". Esta reducción en el precio al productor explica por qué, a pesar de un mayor volumen

exportado, el valor económico disminuyó en comparación con el año anterior.



Fig. 2 Comparación de precios de derivados de palta en distintos mercados (2022)

Nota. Albert Heijn, Kroger, Palta Lovers, Día, Jumbo, Sainsbury, Walmart y Mercadona. Elaboración: Cien-Adex

Para el objetivo específico 1 se muestra el precio de la palta en diversas presentaciones en distintos mercados internacionales. Ya que presenta una comparativa de precios internacionales de la palta y sus derivados, revelando cómo un mismo fruto la palta Hass en distintos mercados internacionales, y evidencia que su valor final depende de múltiples factores: el tipo de presentación, el país de destino y el punto de venta. El análisis revela que los productos derivados como aceite y pulpa congelada alcanzan precios hasta tres veces superiores a la fruta fresca, confirmando el potencial de diversificación. Esto refleja un interés en productos derivados, de mayor valor agregado, que pueden representar una oportunidad para los exportadores peruanos que busquen diversificar su oferta.

En Chile, otro mercado importante para la palta peruana, la pulpa congelada de palta (1 kg) se vende a US\$ 10.54, mientras que la palta fresca Hass (1 kg) tiene un precio más competitivo, US\$ 4.95, lo que indica una segmentación del mercado según el tipo de consumidor. Por su parte, en China, la palta fresca peruana se vende a US\$ 6.85 por 190 gramos, mostrando que en Asia el producto tiene una alta valorización, lo que reafirma el potencial del continente asiático como mercado estratégico. Europa también destaca: en España, el aceite de palta alcanza los US\$ 6.50, y la palta fresca Hass (500 g) se vende a US\$ 2.26, ambos precios accesibles que demuestran una demanda estable. En Países Bajos, aparecen formatos innovadores como el smoothie de palta con pepino

(250 ml, US\$ 2.05) y los trozos de palta orgánica (250 g, US\$ 2.70), lo que resalta la tendencia del consumidor europeo hacia productos saludables, naturales y sostenibles.

Por ello, este análisis es clave para entender no solo cuáles son los principales destinos de exportación, sino también cómo se comportan esos mercados y qué formatos prefieren, permitiendo que las MYPES peruanas puedan orientar su producción con mayor inteligencia comercial. Así, se fortalece el posicionamiento de la palta Hass como producto estrella del agro nacional, pero también se revela el reto de innovar para competir globalmente.

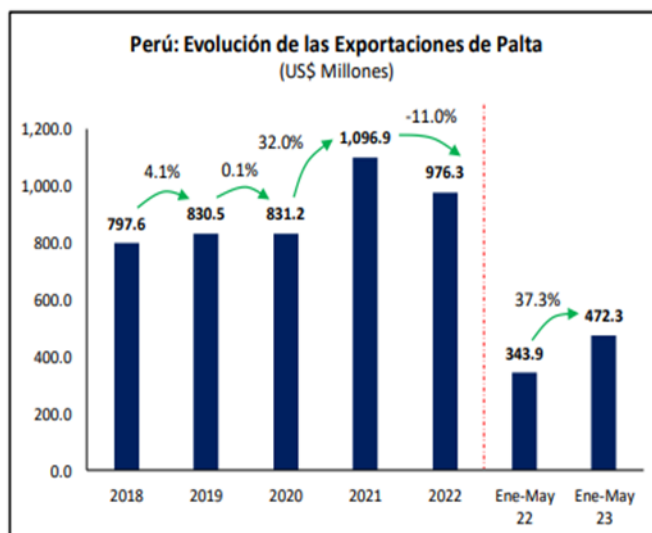


Fig. 3 Rentabilidad de las exportaciones de la palta hass (2018 – 2022)

Nota. Sunat, ADEX Data Trade. Elaboración: CIEN-ADEX

El gráfico evidencia la evolución del valor de las exportaciones de palta Hass en el Perú durante el periodo 2018–2022. En este intervalo, se observó una tendencia creciente, alcanzando su punto máximo en 2021 con un valor total de US\$ 1,096.9 millones, lo que representó un aumento del 32 % respecto al 2020 (Sunat, 2022, como se citó en CIEN-ADEX). Sin embargo, en 2022 se produjo una contracción del 11 %, reduciendo el valor exportado a US\$ 976.3 millones, pese a que el volumen de exportación se mantuvo estable. Este comportamiento sugiere que la caída en el valor no estuvo asociada a una disminución del volumen exportado, sino a factores como la reducción de los precios internacionales, la saturación estacional y las condiciones de mercado. De hecho, durante ese mismo año, el volumen exportado aumentó en un 8.3 %, alcanzando 528,727 toneladas, en comparación con las 488,200 toneladas de 2021 [1]. Asimismo, el precio promedio pagado al productor entre enero y agosto de 2022 fue de S/ 3.39 por kg, es decir, 13.3 % menos que en el mismo periodo de 2021, cuando el precio era de S/ 3.91 por kg [10]. Esta disminución afectó directamente la rentabilidad del sector, especialmente para los pequeños productores. La situación también ha sido atribuida a la vulnerabilidad estructural del modelo agroexportador peruano, centrado en el envío de fruta

fresca sin valor agregado, lo cual reduce los márgenes de ganancia [10]. Además, los costos logísticos internos, la limitada tecnificación, y la falta de certificaciones exigidas por mercados internacionales han impactado negativamente la competitividad del sector [13]. A pesar de la caída en 2022, el comportamiento general del quinquenio muestra un desempeño positivo, consolidando a la palta Hass como uno de los principales productos de exportación no tradicionales del Perú. Según SUNAT, representa alrededor del 7 % de estas exportaciones y el 2 % del total nacional.

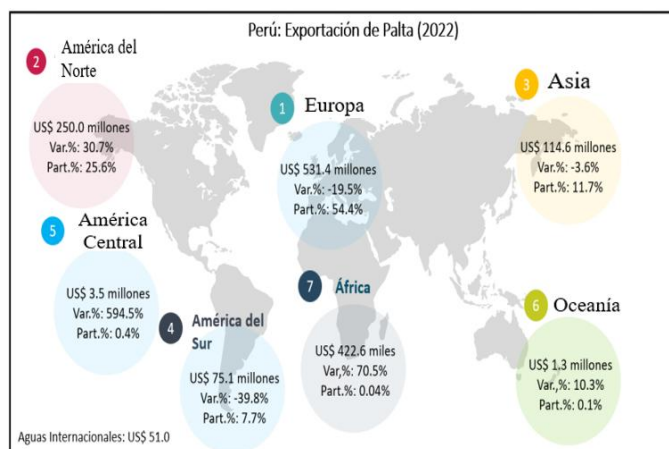


Fig. 4 Exportación de Palta hass en Perú 2022
Nota. Sunat Elaboración: ADEX

En el año 2022, Europa se consolidó como el principal destino de las exportaciones peruanas de palta y sus diversas presentaciones, alcanzando un valor de 531.4 millones de dólares, lo que representó el 54.4% del valor total exportado. Este posicionamiento refleja la fuerte demanda del mercado europeo por este producto peruano [1]. En segundo lugar, se ubicó América del Norte, que concentró el 25.6% del valor total de las exportaciones, seguida de Asia, con una participación del 11.7%. Esta diversificación de mercados ha permitido que la palta peruana mantenga su presencia a nivel global, lo que también refleja la consolidación de las estrategias comerciales hacia estos continentes [17]

Entre las regiones que importaron palta desde Perú por montos superiores a 1 millón de dólares, se destacan América Central y América del Norte, que mostraron un dinamismo importante al registrar aumentos del 594.5% y 30.7%, respectivamente, en comparación con el año anterior [1]. Esto demuestra que la demanda de palta peruana ha crecido especialmente en mercados emergentes y tradicionales, impulsada por el reconocimiento de su calidad y propiedades nutricionales. En cuanto a los destinos específicos, las exportaciones peruanas de palta fresca en 2022 se dirigieron principalmente a Países Bajos (262.8 millones de dólares) y Estados Unidos (228.4 millones de dólares), sumando en conjunto 887.5 millones de dólares. Según el Informe de Agroexportación de [9], estos mercados siguen siendo

fundamentales debido a su alta demanda de productos frescos y saludables.

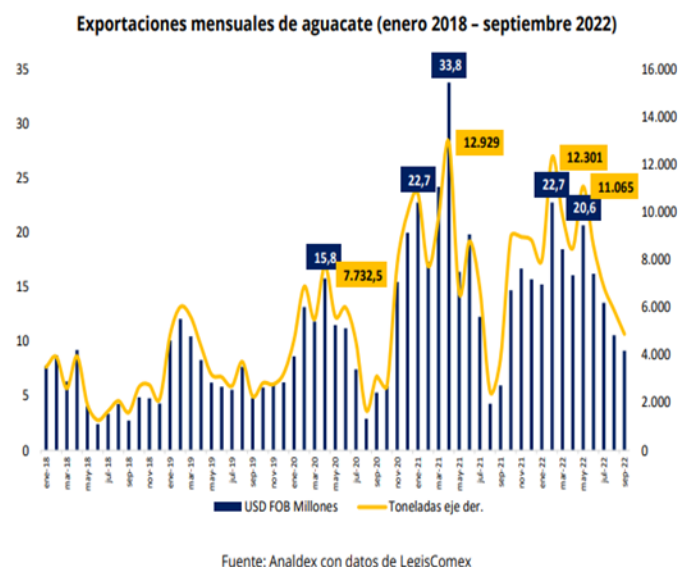


Fig. 5 Volumen de exportaciones mensuales de la palta hass (2018-2022)

Durante el período comprendido entre enero de 2018 y septiembre de 2022, el volumen de exportación de palta Hass mostró un comportamiento bastante predecible y estacional. De acuerdo con los datos recopilados por LegisComex, los envíos al exterior, medidos en toneladas, tienden a concentrarse entre los meses de abril y julio, que coinciden con la temporada de cosecha más fuerte en el país. El año más destacado en cuanto a volumen fue 2021, cuando en el mes de mayo se exportaron 12.929 toneladas, una cifra récord en el periodo analizado. Este crecimiento probablemente se debió al aumento de áreas de cultivo y a una mejor organización por parte de los productores, especialmente en regiones como Ica, La Libertad y Lima, donde la palta ha ganado protagonismo en los últimos años. [17].

En mayo de 2022, aunque se registró una leve baja con 12.301 toneladas, el volumen exportado se mantuvo dentro de los niveles altos, lo que evidencia que, si bien hubo una pequeña corrección respecto al año anterior, la tendencia general sigue siendo positiva. Ya en años anteriores, como 2020, se notaban señales de crecimiento, con un total de 7.732,5 toneladas también en el mes de mayo. Sin embargo, fuera de estos meses pico, los volúmenes bajan considerablemente. Por ejemplo, entre septiembre y enero, los envíos suelen estar por debajo de las 4.000 toneladas, lo que deja en evidencia la alta concentración de la producción y exportación en pocos meses del año.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos a base del **objetivo general** sobre el problema de la palta hass en sus exportaciones en el Perú (2018 – 2022) evidencian una contradicción entre el volumen exportado y la rentabilidad generada por el sector de la palta

Hass. En el año 2021 se alcanzó un valor récord de US\$ 847 millones en exportaciones; sin embargo, se registró una caída del 9.5 % respecto al año anterior, lo que revela una desalineación entre el crecimiento físico y el beneficio económico, situación que confirma lo expuesto por [3], quien advierte que el aumento constante del volumen exportado genera una percepción errónea de éxito, pues no se traduce necesariamente en mayores ingresos para los productores, lo que refleja una contradicción estructural entre cantidad y valor agregado en las exportaciones peruanas. Esta desarticulación entre volumen y rentabilidad también es abordada por [9], quien sostiene que la excesiva concentración de las exportaciones en destinos como Estados Unidos y Países Bajos que superan en conjunto el 80 % del total restringe la capacidad negociadora de los exportadores peruanos, quienes enfrentan vulnerabilidad frente a la saturación estacional del mercado, exigencias sanitarias cada vez más rigurosas y variaciones abruptas en los precios internacionales, condicionando negativamente la estabilidad de sus ingresos. A esta limitación estructural se suma lo planteado por [4] quien señala que las debilidades logísticas internas en las zonas de producción, como la falta de cámaras de frío, rutas logísticas deficientes y tecnologías de clasificación obsoletas, afectan directamente la competitividad de las MYPES, impidiéndoles acceder a mercados exigentes donde podrían obtener mejores precios, mientras [10] refuerza esta idea al advertir que el modelo actual, centrado únicamente en el envío de fruta fresca sin transformación, ha llegado a un punto de inflexión, dado que limita los márgenes de ganancia y desaprovecha la posibilidad de ingresar a nichos de mercado con mayor valorización. En esa misma línea crítica, [31] argumenta que la falta de diversificación en los formatos exportables no solo incrementa la dependencia del precio internacional, sino que también intensifica la estacionalidad de los envíos, lo cual genera distorsiones en la oferta global y deteriora el valor percibido del producto; por ello, propone el desarrollo de alternativas como aceites, cremas o pulpas congeladas, que permitirían extender la vida útil del producto y estabilizar los ingresos a lo largo del año, reduciendo así el impacto de los picos de cosecha. De forma complementaria, [23] destaca la necesidad de industrializar los subproductos del cultivo, especialmente la semilla de la palta, que posee potencial para su uso en las industrias cosmética y bioenergética; esta estrategia no solo permitiría generar mayor valor agregado, sino también contribuiría a la sostenibilidad del sector mediante el aprovechamiento integral de los recursos agrícolas, en beneficio de los pequeños productores que hoy no tienen acceso a dichos canales de transformación. Asimismo, [11] subraya la importancia de incorporar tecnologías como la imagen hiperespectral para optimizar la clasificación de los frutos, fortalecer la trazabilidad y cumplir con estándares internacionales más exigentes, lo cual mejoraría significativamente la competitividad de las exportaciones peruanas y permitiría el ingreso sostenido a mercados de alto valor, ya que muchos exportadores actualmente pierden oportunidades por no cumplir con requisitos mínimos de

calidad. Desde otra perspectiva, [18] sostiene que la baja productividad del agro peruano responde a un modelo poco tecnificado, carente de inversión en innovación y con una estructura extensiva que prioriza volumen sobre eficiencia, lo que agrava la vulnerabilidad del sector frente a factores externos como la pandemia o las interrupciones logísticas globales, situaciones que reducen aún más los ya estrechos márgenes operativos de los pequeños productores. [32] coinciden en que gran parte de los exportadores en especial las unidades productivas más pequeñas carecen del soporte técnico, financiero y organizacional necesario para cumplir con los estándares de calidad, trazabilidad y certificaciones requeridos por los mercados internacionales, lo que las obliga a comercializar sus productos en segmentos de menor valorización, sacrificando su rentabilidad a largo plazo.

Según lo indicado por **el objetivo específico 1** la evidencia obtenida en la ilustración 2, si bien la palta Hass peruana ha logrado posicionarse como un producto de alta calidad en mercados internacionales, su exportación continúa centrada en el formato de fruta fresca, lo cual limita el acceso a segmentos de mayor valorización; Este producto tiene variedades de presentaciones que derivan de este mismo el cual generaría un mayor ingreso al ser adaptado en el Perú en los distintos formatos, sus precios de igual manera aumentan como una palta hass fresca llega a tener un precio de venta aproximado de US\$ 3 dólares un derivado como el aceite de palta o la pulpa congelada llegan a costar el doble o el triple inclusive beneficiando en gran mayoría las ventas de este. En este contexto, [23] plantea la necesidad de diversificar la oferta exportable incorporando procesos de transformación como el pirólisis rápido de la semilla para obtener bioaceite, el cual tiene aplicación directa en industrias emergentes como la cosmética ecológica y la producción de biocombustibles, demostrando que el potencial de la palta trasciende el consumo directo.

En la misma línea, [11] resalta que el uso de tecnologías como la imagen hiperespectral permitiría clasificar los frutos con mayor precisión, facilitando una segmentación entre los productos aptos para exportación fresca y aquellos que podrían derivarse hacia cadenas de valor secundarias, como pulpas congeladas, harinas o aceites, lo cual optimizaría la trazabilidad, reduciría el desperdicio y ampliaría las oportunidades comerciales, especialmente para las MYPES que no siempre logran cumplir con los estándares exigidos en la exportación tradicional. Asimismo, [2] destaca que el mercado europeo evidencia una creciente preferencia por presentaciones saludables, naturales y sostenibles, como cremas, smoothies o productos con etiqueta orgánica, tendencia que concuerda con los hallazgos del presente estudio al comprobar que, en destinos como Países Bajos y Chile, el aceite, la pulpa congelada o los jugos de palta se comercializan a precios más altos que la fruta entera, lo que pone en evidencia que la diversificación en las presentaciones no solo responde a una lógica de mercado, sino también a una demanda real no satisfecha.

En base al **objetivo específico 2** nos muestran que los resultados de la ilustración 3 nos indican que a pesar del crecimiento sostenido del volumen exportado de palta Hass entre 2018 y 2021 el cual tuvo un pico de ganancia de 1,096.9 millones de dólares, la rentabilidad del sector presentó una tendencia decreciente, especialmente en 2022, donde el valor exportado cayó en un 11 % reduciéndose a 976.3 millones, a pesar de que el volumen se mantuvo relativamente estable. Esta situación refleja una desconexión entre crecimiento físico y beneficio económico además de que podría concentrarse en los cambios de los precios internacionales, respaldando lo afirmado por [13], quien sostiene que la baja rentabilidad del sector agroexportador responde a las limitaciones que enfrentan las MYPES para cumplir con requisitos no arancelarios como la trazabilidad, las certificaciones sanitarias y los estándares de sostenibilidad exigidos en los mercados internacionales, factores que las obligan a negociar sus productos a precios más bajos, reduciendo así sus márgenes de ganancia. En este mismo sentido, [32] señalan que muchas pequeñas unidades productivas no cuentan con la infraestructura ni el soporte técnico necesarios para participar en mercados exigentes, lo que limita su inserción en cadenas de valor de mayor valorización y las relega a segmentos secundarios donde el retorno económico es significativamente menor, obstaculizando la posibilidad de crecimiento sostenido. De igual manera, [16] complementa este análisis al advertir que los márgenes del exportador se ven aún más erosionados por los elevados costos logísticos internos, la escasa coordinación entre los actores de la cadena productiva y la reducida inversión en investigación y desarrollo, lo cual genera una rigidez estructural que impide responder de forma eficaz a las fluctuaciones del mercado global o a situaciones de emergencia como la pandemia del COVID-19.

De la misma forma [18] profundiza esta perspectiva al identificar que la baja productividad y la limitada tecnificación del agro peruano debilitan la posición competitiva de los exportadores frente a los shocks internacionales, exponiéndolos a caídas abruptas en los ingresos cuando ocurren eventos como la reducción de la demanda, la congestión logística o el incremento de los insumos importados, aspectos que impactaron fuertemente en 2022. Asimismo, [33] documenta que factores climáticos extremos, como el aumento de las temperaturas y el estrés hídrico en regiones clave como Ica, Lima y La Libertad, han incrementado los costos de mantenimiento de los cultivos, afectado el rendimiento por hectárea y deteriorado la calidad del fruto, todo lo cual influye negativamente en su valorización internacional y reduce su capacidad de competir en igualdad de condiciones. De manera complementaria, [5] explican que el modelo agroexportador vigente favorece a las grandes empresas integradas verticalmente, mientras que las MYPES enfrentan mayores costos por unidad, lo cual disminuye sus beneficios operativos y genera un mercado dual en el que la rentabilidad está concentrada en unos pocos actores.

Con relación al **objetivo específico 3** resalta que los resultados obtenidos en la ilustración 4 muestra una fuerte concentración de las exportaciones peruanas de palta Hass en dos mercados principales: Europa con el 54.4% (Países Bajos) y América del Norte con el 25.6% (Estados Unidos), los cuales absorbieron más del 60 % del valor total exportado durante el periodo 2018–2022. Esta dependencia comercial limita las oportunidades de expansión internacional y evidencia la ausencia de una estrategia robusta de diversificación, como advierte [3] quien sostiene que, a pesar del posicionamiento del Perú en estos destinos, no se ha implementado una estrategia efectiva de diversificación comercial. [5] refuerza esta idea al señalar que la limitada presencia del Perú en ferias internacionales, la escasa inversión en marketing y la baja visibilidad digital han impedido su expansión hacia nuevos mercados, especialmente en Asia, por lo que el ingreso a mercados asiáticos no depende únicamente del volumen ofertado, sino también del cumplimiento de estándares diferenciados, como certificaciones orgánicas, empaques sostenibles y etiquetado en idioma local, condiciones que muchas empresas peruanas aún no alcanzan. De forma complementaria, [27] argumenta que el Perú sí posee potencial de expansión, pero que este debe sustentarse en ventajas comparativas sostenibles, como la diferenciación del producto, la innovación tecnológica y la adaptación a normativas. [15] por su parte, advierte que la falta de diversificación no solo limita el crecimiento, sino que representa un riesgo estructural para el país, ya que depender de pocos mercados expone al exportador a fluctuaciones políticas, barreras sanitarias o interrupciones logísticas que afectan directamente la estabilidad comercial. En ese marco, [16] plantea que la diversificación debe ir más allá de lo geográfico, incluyendo inteligencia comercial, análisis de tendencias de consumo y adaptación cultural profunda, elementos clave para mercados complejos como Medio Oriente y Asia.

Finalmente, respecto al **objetivo específico 4** se logra concluir que durante el periodo 2018–2022, se registró un crecimiento significativo en el volumen de exportación de palta Hass, esto nos muestra la ilustración 5 el cual nos indica que va alcanzando su punto más alto en 2021. Sin embargo, este aumento no ha sido sin consecuencias. [8] advierte que concentrar los envíos en determinados meses genera una saturación estacional que presiona los precios a la baja, afectando la percepción de valor del producto en los mercados de destino y reduciendo los ingresos para el productor por lo que este fenómeno también fue evidenciado en los resultados del estudio, donde se observa que los mayores volúmenes no siempre coincidieron con mayores ingresos, reflejando un desequilibrio entre cantidad exportada y rentabilidad. [34] sostiene que esta situación requiere una planificación técnica adecuada, basada en prácticas agronómicas como el riego tecnificado, la poda controlada y la gestión eficiente de cosechas, junto con la implementación de cámaras de frío que permitan almacenar el producto y distribuir su

comercialización durante más semanas, evitando los picos de oferta que saturan el mercado. [35] complementa esta visión al enfatizar que el crecimiento en volumen debe estar acompañado de mejoras en infraestructura, capacitación técnica y coordinación logística; de lo contrario, se producen cuellos de botella y pérdidas por deterioro o sobrecostos, especialmente en zonas alejadas de los centros de acopio. Así que [3] coincide al señalar que el modelo centrado únicamente en el aumento del volumen exportado resulta insuficiente si no se integra valor agregado, diferenciación de producto e innovación tecnológica, elementos que permiten al exportador proteger sus márgenes frente a escenarios de sobreoferta o caída de precios. En la misma línea, [9] afirma que la concentración del volumen exportado en pocos mercados principalmente Estados Unidos y Países Bajos intensifica los efectos negativos de la estacionalidad, ya que cualquier caída en la demanda o barrera comercial en esos destinos impacta directamente en el flujo exportador y en los ingresos de los productores peruanos.

Por su parte, [10] advierte que, sin una estrategia clara de diversificación de mercados y fortalecimiento de la infraestructura logística, el crecimiento del volumen exportado continuará siendo vulnerable a factores externos, como cambios regulatorios, crisis logísticas internacionales o eventos climáticos extremos, afectando principalmente a las pequeñas unidades productivas que no cuentan con los recursos para adaptarse con rapidez, ya que los resultados deben analizarse a la luz de nuevos cuellos de botella identificados en investigaciones recientes. La experiencia internacional demuestra que la diversificación hacia productos procesados puede ser una estrategia efectiva. México, por ejemplo, ha consolidado la exportación de guacamole congelado hacia Estados Unidos, generando un mercado de más de US\$ 2,000 millones anuales. Chile, por su parte, ha posicionado el aceite de palta como producto gourmet en Europa, obteniendo precios unitarios hasta tres veces superiores al de la fruta fresca. Estos casos confirman que el Perú podría replicar dichas estrategias, adaptándolas a su realidad productiva mediante incentivos a la industrialización y apoyo a las MYPES en certificaciones internacionales.

V. CONCLUSIÓN

Se concluye que, aunque el volumen exportado de palta Hass creció entre 2018–2022, la rentabilidad se redujo por factores estructurales: dependencia de fruta fresca, concentración en pocos mercados y altos costos logísticos. La falta de valor agregado y de infraestructura limita la competitividad, especialmente de las MYPES. Superar estas barreras requiere diversificación de productos, expansión hacia mercados asiáticos y adopción de tecnologías para prolongar la vida útil y asegurar calidad. Uno de los principales problemas identificados es la elevada dependencia de la exportación en su forma fresca, que representa más del 96 % del total exportado. Esta falta de diversificación de formatos limita el

aprovechamiento de oportunidades comerciales más rentables, como la producción de aceite, pulpa congelada o derivados funcionales, restringiendo la posibilidad de ingresar a nichos sostenibles y de alto valor en mercados exigentes como Asia y Europa.

Además, el deterioro de los ingresos en 2022, a pesar de mantener volúmenes similares al año anterior, se explica por factores como los altos costos logísticos, la baja tecnificación del campo, la carencia de infraestructura adecuada en zonas rurales, y las dificultades que enfrentan las micro y pequeñas empresas agrícolas (MYPES) para cumplir con los estándares exigidos por los mercados internacionales. Estas condiciones reducen el valor por tonelada exportada y colocan a los pequeños productores en desventaja, forzándolos a operar en mercados secundarios menos rentables.

Asimismo, la concentración geográfica de los destinos de exportación particularmente en Estados Unidos y Países Bajos ha generado una alta dependencia de estos mercados, que en conjunto representaron más del 60 % del valor exportado. Esta falta de diversificación de destinos incrementa la vulnerabilidad del sector frente a amenazas externas como restricciones fitosanitarias, cambios normativos o saturación de mercado, al mismo tiempo que limita el crecimiento hacia regiones como Asia, cuya participación aún es incipiente debido a barreras técnicas no superadas, como certificaciones específicas o requisitos de etiquetado y empaque.

Por último, la estacionalidad de la producción, fuertemente concentrada entre los meses de mayo y julio, provoca una sobreoferta que ejerce presión a la baja sobre los precios internacionales. La ausencia de una estrategia de planificación agronómica y la limitada infraestructura de almacenamiento, como cámaras de frío y centros logísticos, impiden distribuir la oferta a lo largo del año.

En conjunto, estos hallazgos permiten concluir que el problema de la palta Hass en las exportaciones peruanas durante el periodo 2018–2022 responde a múltiples factores estructurales que limitan su competitividad y sostenibilidad en el comercio internacional. Se hace urgente una reforma integral del modelo agroexportador, orientada hacia la diversificación de productos y destinos, la mejora de capacidades técnicas, la inversión en infraestructura y la inclusión efectiva

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a mis docentes del Taller de Investigación, Rivas Mendoza Milagros y Diaz Mujica Edita Jesus, por su constante apoyo y orientación a lo largo del ciclo académico. Finalmente, reconozco y agradezco a la Universidad Tecnológica del Perú por su respaldo con los materiales educativos y la alta calidad implementada en cada clase.

REFERENCIAS

- [1] ComexPerú, “LAS EXPORTACIONES DE PALTA CAYERON UN 9.5% ENTRE ENERO Y AGOSTO DE ESTE AÑO,” 2022, Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available:

- <https://www.comexperu.org.pe/articulo/las-exportaciones-de-palta-cayeron-un-95-entre-enero-y-agosto-de-este-ano>
- [2] J. Paredes, "En Europa, el 80% de la palta que se consume es peruana." Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://agraria.pe/noticias/en-europa-el-80-de-la-palta-que-se-consume-es-peruana-32668>
 - [3] M. J. Perez Gao Otero, "Posición comercial de las exportaciones de palta en el Perú, 2012-2022," Repositorio Académico USMP, 2022, Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/17049>
 - [4] J. M. Custodio Gonzales, "FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Línea de Investigación," 2024, Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://orcid.org/0009-0008-8714-0992>
 - [5] A. Gómez and L. Pinzo, "Exportación de aguacate Hass," 2019. [Online]. Available: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18459/2019GomezAngieyPinzoLiliana.pdf>
 - [6] B. Anyosa, "Exportación y perspectiva del comercio de la palta Hass peruana," *Ciencia & Desarrollo*, vol. 15, pp. 88–101, 2019, doi: 10.33326/26176033.2013.15.330.
 - [7] O. S. Agurto Saavedra, M. A. Araujo Villacrés, H. M. I. Núñez Bulnes, G. N. Pazos Infante, and M. A. Peña Altamirano, "Diseño del proceso productivo de aceite de palta a partir del descarte de palta Hass en la región Piura," Oct. 2020, Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://pirhua.udep.edu.pe/item/f206b1a6-db85-4863-94d6-e6d63b39b9c7>
 - [8] C. Gamarra Orellana and A. M. Quispe Huallpa, "Estudio de pre factibilidad para la comercialización y exportación de palta Hass (Persea americana Mill.) al mercado de Estados Unidos," Universidad Nacional Agraria La Molina, 2015. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12996/2073>
 - [9] COMEXPERU, "ComexPerú - Sociedad de Comercio Exterior del Perú." Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/paltas-y-diversificacion-de-mercados>
 - [10] R. Granda Toro, G. P. Pichling Gutierrez, and G. Tobalina del Castillo, "Estudio del sector industrial de palta hass para consumo nacional," Repositorio Institucional - Ulima, 2021, Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/12737>
 - [11] J. J. Vega Díaz, A. P. Sandoval Aldana, and D. V. Reina Zuluaga, "Prediction of dry matter content of recently harvested 'Hass' avocado fruits using hyperspectral imaging," *J Sci Food Agric*, vol. 101, no. 3, pp. 897–906, Feb. 2021, doi: 10.1002/JSFA.10697.
 - [12] D. Cumpa, "Plan de exportación para palta Hass al mercado de Singapur para la empresa Agroindustrial Proserla S.A.C.," 2019. [Online]. Available: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9364/Cumpa%20Vieyra%20Daniel%20Abraham.pdf>
 - [13] B. E. Ore Guillen and L. S. Pumasunco Rivera, "Las barreras no arancelarias que afectan a las exportaciones peruanas de palta Hass, partida arancelaria 0804.40.00.00, hacia Chile en el marco de La Alianza del Pacífico entre los años 2014- 2018," Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Sep. 2020, doi: 10.19083/TESIS/653061.
 - [14] E. S. Balvín Calderón, "Competitividad de la oferta exportable de la palta Hass (Persea americana) en el mercado de Estados Unidos," 2016, Universidad Nacional Agraria La Molina. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12996/2744>
 - [15] M. Ninaquispe et al., "Peruvian Agro-Exports' Competitiveness: An Assessment of the Export Development of Its Main Products," *Economies* 2024, Vol. 12, Page 156, vol. 12, no. 6, p. 156, Jun. 2024, doi: 10.3390/ECONOMIES12060156.
 - [16] S. La Rosa Roca, "Estrategias de mercado para fortalecer la exportación de Palta Hass (Persea americana) de Perú a Estados Unidos," 2021, Universidad Nacional Agraria La Molina. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12996/4872>
 - [17] PromPerú, "Palta hass consolida al Perú como el segundo productor y exportador a nivel mundial." Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://boletines.expertemos.pe/1718/palta-hass-consolida-al-peru-como-el-segundo-productor-y-exportador-a-nivel-mundial#%3A~%3Atext%3DEntre%20los%20productos%20procesados%20derivados%2Crefrigerios%20y%20saborizantes%20para%20chips>
 - [18] S. Romani, "Análisis de productividad en el sector agroexportador del Perú," 2022. [Online]. Available: <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12360>
 - [19] M. E. Valle Colchao and I. A. Villarreal Carrillo, "Influencia de la innovación institucional en el sector exportador del aguacate peruano," *e-Agronegocios*, vol. 8, no. 1, pp. 45–69, Jan. 2022, doi: 10.18845/EA.V8I1.5757.
 - [20] Banco Mundial, "Tomando impulso en la agricultura peruana," 2018. [Online]. Available: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/294451585637554286-0090022020/original/2020037AgricultureSpecialistSLCDR.pdf>
 - [21] MIDAGRI, "Chile abre mercado a pequeños productores de Palta Hass de la sierra central - Noticias - Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego - Plataforma del Estado Peruano." Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/78597-chile-abre-mercado-a-pequenos-productores-de-palta-hass-de-la-sierra-central>
 - [22] Fao, "The State of Food and Agriculture 2015 (SOFA): Social Protection and Agriculture: Breaking the Cycle of Rural Poverty," 2015.
 - [23] M. A. Flores Izquierdo, "Aprovechamiento de la semilla de palta Hass (Persea americana) por pirólisis rápida y su evaluación en el rendimiento de obtención de bio-oil y biochar," *Industrial Data*, vol. 26, no. 2, pp. 7–23, Feb. 2024, doi: 10.15381/idata.v26i2.25392.
 - [24] O. Saavedra, M. Villacrés, H. Bulnes, G. Infante, and M. Altamirano, "Diseño del proceso productivo de aceite de palta a partir del descarte de palta HASS en la región Piura," 2020. [Online]. Available: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/4621>
 - [25] ONU, "Perspectiva del medio ambiente," 2016. [Online]. Available: <https://www.un.org/es/>
 - [26] UNCTAD, "Informe sobre el Comercio y el Desarrollo 2019: Panorama general – Financiar un New Deal verde global," Naciones Unidas. Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: https://unctad.org/es/system/files/officialdocument/tdr2019overview_e_s.pdf
 - [27] E. del P. Carrasco Taipe, M. E. García Sichez, and A. I. Silva Leon, "Factores determinantes de la oferta exportable de palta Hass ayacuchana al mundo durante el periodo 2015-2022," Universidad ESAN, 2025. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/4491>
 - [28] R. Hernández, C. Fernández, and P. Baptista, *Metodología de la investigación*, vol. 6. McGraw-Hill México, 2014. [Online]. Available: <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1M7BV0046-FSY1Y8-1PHY/Yarliz%20Mora.pdf>
 - [29] F. G. Arias Odón, *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Episteme, 2021. [Online]. Available: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
 - [30] AgroNegociosPerú, "ProHass prevé que Perú exportará 473.000 toneladas de palta Hass en la campaña 2021 - AgroNegociosPerú." Accessed: Jul. 06, 2025. [Online]. Available: <https://agronegociosperu.org/prohass-preve-que-peru-exportara-473-000-toneladas-de-palta-hass-en-la-campana-2021/>
 - [31] R. E. Venegas Arévalo, "Fabricación y comercialización de mantequilla de pulpa de Palta Hass," Universidad Científica del Sur, 2020, doi: 10.21142/TB.2020.1253.
 - [32] G. Jáuregui and D. Ramírez, "Factores que influyen en las exportaciones de palta Hass de las empresas," 2021. [Online]. Available: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/655597/Jau%20regui_GJ.pdf
 - [33] M. Romainville Izaguirre, "Cambio climático presiona a productores de palta para mitigar impactos." Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://redagricola.com/cambio-climatico-presiona-a-productores-de-palta-para-mitigar-impactos/>

- [34] R. J. Saldívar Galarza, “Implementación de una cámara de refrigeración para almacenamiento de palta hass con una capacidad de 1680 toneladas,” Mar. 31, 2021, Pontificia Universidad Católica del Perú. Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <http://hdl.handle.net/20.500.12404/18721>
- [35] J. A. Huaive Hurtado, “Propuesta de mejora en la productividad para el cultivo de la palta Hass (persea americana) para exportación en el distrito de Huáncano provincia de Pisco,” Universidad Continental, 2022, Accessed: Jul. 07, 2025. [Online]. Available: <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12983>