

La elevada inflación ha impactado de forma directa a los exportadores de frutas. Entre los efectos principales se encuentran el encarecimiento de los costos y las alzas en los precios de los fertilizantes.

Juan Carlos Paredes, presidente de la Asociación de Productores de Palta Hass del Perú ([Prohass](#)) dijo a Portal Frutícola: “La inflación de precios de fertilizantes, combustibles, y otras materias primas en la industria nos encarecieron de manera rotunda nuestros costos”.

“La depreciación de la moneda peruana del 2021 en lo que va del presente año revertió y tenemos una apreciación de 5% al cierre de julio, con lo cual los ingresos se ven resentidos al convertirlos de dólar a sol. Sin embargo, para las empresas con deuda en dólares es algo beneficioso, y creo que es el estándar de la industria frutícola este tipo de financiamiento”.

Sobre cómo ha impactado la crisis logística la temporada 2022 de paltas/aguacates, Paredes señaló: “Los costos del transporte han generado un impacto enorme en la industria y también en el caso de las paltas/aguacates. Ello además de las demoras en algunas regiones por el Covid-19 y la guerra de Ucrania tuvo significativo impacto en la regularidad de las llegadas a nuestros mercados destino”.

En cuanto a la Ley de Promoción Agraria, aprobada en 2020 y que modificó el escenario agrícola de Perú, Paredes comentó: “La incertidumbre que ha habido en el entorno político sumado a los cambios en la ley crean mucho ruido y paralizan inversiones, además que muchas veces sin un incremento técnico de productividad nos vemos forzados a mayores costos laborales”.

Campaña 2022: Proyecciones y datos claves

La campaña 2022 de paltas/aguacates peruanos comenzó en marzo, pese que en enero empezaron con volúmenes muy pequeños, según Juan Carlos Paredes. “Estimamos terminar la última semana de septiembre”, agregó.

Esta temporada Prohass proyecta exportar de alrededor de 518,000 TM. “El tiempo de salida de los orígenes mundiales fue diferente. Esto ocasiono congestionamiento en algunas ventanas donde antes la palta/aguacate peruano no encontraba mucha fruta”, comentó Paredes.

Respecto a las nuevas estrategias implementadas en la actual campaña, el experto indicó: “Considero que la principal es estirar la campaña al máximo para no saturar nuestros principales mercados que son Europa y en cuanto a Estados Unidos atenderlo con la mejor

materia seca a partir de 23% como mínimo”.

De acuerdo con cómo le ha afectado la pandemia, Paredes afirmó: “Lamentablemente tuvimos problemas en China ya que algunas de las principales ciudades estuvieron en cuarentena”.

Nuevos mercados

Entre los principales destinos de las exportaciones se encuentra Europa, 53%; Estado Unidos, 26%; América, 11% principalmente Chile y Asia, 10%

Según el presidente de Prohass la asociación está trabajando con SENASA para la apertura de los siguientes mercados, Australia, Malasia, México, Nueva Zelanda y Taiwán.

En el caso de China, Juan Carlos Paredes dijo: “En esta campaña estimamos exportar alrededor de 27,000 TM a ese destino, lo que representa un 1% menos que la campaña anterior

En cuanto al mercado estadounidense el especialista explicó: “Esta campaña estimamos exportar alrededor de 131,000 TM a ese destino, lo que representa un 53% más que la campaña anterior, históricamente nunca hemos exportado tanta fruta a ese destino, pero lo que nos entusiasma es que hasta el momento los comentarios de nuestra fruta están siendo positivos, a través de la Comisión de la Palta Peruana (PAC) se está invirtiendo en campañas de promoción de la palta Hass peruana alrededor de 4 millones de dólares”.