



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES

Tesis de Investigación tecnológica

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE PALTA HASS PERUANA
HACIA EL MERCADO ITALIANO”

Pianka Roxana Valderrama Portugal

Asesor: Maritza Chirinos Marroquín

Para la obtención del Grado de :

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

AREQUIPA – PERÚ

2020

La presente tesis, está dedicada a Dios, fuente principal de mi fortaleza; y a mis padres y hermanas, a quienes agradezco por el soporte y motivación brindada durante toda mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer en primer lugar a mi asesora, la profesora Maritza Chirinos Marroquín, por sus observaciones, consejos, asesoría, motivación y dedicación al proyecto; pero más que nada, por la confianza puesta en mi investigación.

En segundo lugar, quiero agradecer a mi amado esposo, quién ha sido mi más grande soporte durante la elaboración de la tesis; agradezco infinitamente su apoyo, paciencia y positividad.

En tercer lugar quiero agradecer a las brillantes mentes que han hecho posible la conectividad mundial a través de aplicaciones como Facebook o Google, las cuales en estos tiempos de pandemia me han ayudado a mantener un contacto seguro y directo con los participantes en la elaboración de la tesis.

En cuarto lugar quiero agradecer a las personas que han accedido a apoyarme no solo con sus conocimientos, sino también con su experiencia profesional.

Finalmente, quiero agradecer a mi casa de estudios, la Universidad La Salle de Arequipa, por todos los conocimientos impartidos durante mis cinco años de estudio, y de manera especial a la carrera de Administración y Negocios Internacionales.

● Tabla de contenido

RESUMEN	1
GLOSARIO	2
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. OBJETIVOS	4
1.2.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.2.2. <i>Objetivos Específicos</i>	4
1.3. VIABILIDAD	5
1.4. LIMITACIONES	5
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	5
1.5.1. <i>Justificación teórica</i>	5
1.5.2. <i>Justificación práctica</i>	5
CAPÍTULO II: REVISIÓN Y FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.1. ANTECEDENTES	7
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1. <i>Plan de exportación</i>	8
2.2.2. <i>Exportación</i>	8
2.2.2.1. Beneficios y errores de la exportación.	8
2.2.2.2. Restricciones y prohibiciones	9
2.2.3. <i>Comercio exterior</i>	9
2.2.3.1. Arancel.	9
2.2.3.2. Clasificación arancelaria.	9
2.2.3.3. Preferencias Arancelarias.	10
2.2.3.4. Incoterms	10
2.2.4. <i>Definición de mercado</i>	10
2.2.4.1. Criterios de clasificación del mercado.	10
2.2.4.2. Segmentación del mercado.	11
a) Segmentación de mercados de consumo	11
2.2.5. <i>Definición de producto</i>	12
2.2.5.1. Clasificación de los productos.	12
2.2.6. <i>Definición de oferta</i>	12
2.2.6.1. País exportador: Perú.	13
2.2.7. <i>Definición de de demanda</i>	13
2.2.7.1. País importador: Italia.	13
CAPÍTULO III: MÉTODO	15
3.1. ALCANCE	15
3.2. METODOLOGÍA	15
3.2.1. <i>Método de Investigación</i>	15
3.2.2. <i>Nivel de Investigación</i>	16
3.2.3. <i>Tipo de investigación</i>	17
3.2.4. <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i>	17
3.2.4.1. Técnicas de Recolección de datos.	17
3.2.4.2. Instrumentos.	18
3.2.5. <i>Pasos de investigación</i>	19
3.2.6. <i>Presentación de datos</i>	22

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	23
4.1. PRESENTACIÓN DEL PLAN	23
4.2. MERCADO OBJETIVO	23
4.2.1. <i>Selección de mercado</i>	23
4.2.1.1. Mercado mundial.	23
4.2.1.2. Mercado de Europa.	24
4.2.1.3. Mercado de Italia	24
4.2.2. <i>Perfil del consumidor</i>	25
4.2.3. <i>Demanda del producto</i>	26
4.2.4. <i>Comportamiento del consumidor</i>	26
4.3. PRODUCTO	27
4.3.1. <i>Descripción de la palta</i>	27
4.3.1.1. Definición.	27
4.3.1.2. Variedades.	27
4.3.1.3. Información nutricional y beneficios.	29
4.3.1.4. Estacionalidad.	30
4.3.2. <i>Partida Arancelaria</i>	32
4.4. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO DE PALTA	33
4.4.1. <i>Producción mundial de palta</i>	33
4.4.2. <i>Producción de palta en Perú</i>	35
4.4.2.1. Principales Regiones productoras.	35
4.4.3. <i>Exportación de palta peruana</i>	37
4.4.3.1. Evolución de las exportaciones peruanas.	37
4.4.3.2. Mercados de destino.	38
4.4.3.3. Principales mercados de exportación.	39
4.4.3.4. Exportaciones de Palta Hass.	41
4.4.3.5. Principales empresas exportadoras.	42
4.4.4. <i>Producción de palta en Italia</i>	44
4.4.4.1. El cultivo de la palta en Italia.	45
4.4.5. <i>Importación de palta en Italia</i>	46
4.4.5.1. Importación en volumen de frutas exóticas.	46
4.4.5.2. Importación en valores de frutas exóticas.	47
4.4.5.3. Precios de importación de frutas exóticas.	48
4.4.5.4. Importaciones italianas provenientes del Perú.	48
4.5. DIAGNÓSTICO DEL NEGOCIO Y ANÁLISIS DE PORTER.	49
4.5.1. <i>Análisis del entorno</i>	49
4.5.1.1. Análisis del entorno general (Análisis PEST) del Perú.	49
4.5.1.2. Análisis del entorno general (Análisis PEST) de Italia.	53
4.5.1.3. Análisis del entorno competitivo (Cinco fuerzas de Porter).	56
4.5.2. <i>Análisis interno</i>	58
4.5.3. <i>Diagnóstico estratégico (Análisis DAFO)</i>	60
4.6. PLAN DE MARKETING	61
4.6.1. <i>Producto</i>	61
4.6.2. <i>Precio</i>	64
4.6.3. <i>Promoción</i>	66
4.6.3.1. Ferias y misión comercial.	66
4.6.3.2. Marca País.	68

4.6.3.3.	Promotoras	69
4.6.4.	<i>Distribución</i>	70
4.7.	PROCESO PRODUCTIVO	72
4.7.1.	<i>Cultivo de la Palta Hass para exportación</i>	72
4.7.1.1.	Requerimientos para el cultivo de palta.	72
4.7.1.2.	Instalación del cultivo de palta.	73
4.7.1.3.	Mantenimiento del cultivo de palto en crecimiento.	75
4.7.1.4.	Mantenimiento en la producción de palto	76
4.7.2.	<i>Cosecha y Post Cosecha de Palta Hass para exportación</i>	78
4.7.2.1.	Identificación del Momento de Cosecha.	79
4.7.2.2.	Cosecha	79
4.7.2.3.	Extracción de la fruta del árbol	80
4.7.2.4.	Transporte interno del producto	80
4.7.2.5.	La post cosecha	80
4.7.2.6.	Proceso de la palta en la planta de empaque	81
4.8.	PROCESO DE CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DE PALTA HASS DESTINADA A LA EXPORTACIÓN	82
4.8.1.	<i>Certificado Fitosanitario</i>	83
4.8.2.	<i>Certificación de lugares de producción de palta Hass para exportación</i>	83
4.8.2.1.	Requisitos para la certificación de los lugares de producción de palta Hass.	84
4.8.2.2.	Procedimiento para solicitar la certificación del lugar de producción.	84
4.8.3.	<i>Certificación de plantas de empaque</i>	86
4.8.3.1.	Procedimiento para la certificación de la planta de empaque.	87
4.8.4.	<i>Lugares de producción de palta certificados por SENASA.</i>	87
4.8.5.	<i>Plantas de empaque de palta certificadas por SENASA.</i>	88
4.9.	PROCESO DE NORMATIZACIÓN	89
4.9.1.	<i>Norma Técnica Peruana NTP 011.018:2014</i>	89
4.9.1.1.	Requisitos mínimos.	90
4.9.1.2.	Clasificación por categoría	90
4.9.1.3.	Clasificación por calibres.	91
4.9.1.4.	Disposiciones relativas a las tolerancias.	91
4.9.1.5.	Disposiciones relativas a la presentación.	93
4.9.1.6.	Contaminantes e Higiene	94
4.9.2.	<i>Requisitos específicos para el acceso de la palta al mercado de la UE</i>	94
4.9.2.1.	Control de contaminantes en alimentos.	94
4.9.2.2.	Control de Residuos de plaguicidas.	95
4.9.2.3.	Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.	95
4.9.2.4.	Control fitosanitario.	95
4.9.2.5.	Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos.	96
4.9.2.6.	Etiquetado y Embalaje.	96
4.9.2.7.	Normas de comercialización de frutas y hortalizas frescas.	96
4.10.	ETAPAS DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN	96
4.10.1.	<i>Modalidades de exportación</i>	97
4.10.1.1.	Exportación Simplificada.	97
4.10.1.2.	Exporta Fácil	98
4.10.1.3.	Exportación definitiva	99
4.10.2.	<i>Proceso exportador</i>	100
4.10.3.	<i>Gestión de la exportación</i>	101

4.10.3.1.	Determinación del precio.	101
4.10.3.2.	Cotización.	102
4.10.3.3.	Envío de muestras.	102
4.10.3.4.	Negociación Internacional.	102
4.10.3.5.	El Contrato de Compra Venta Internacional.	103
4.10.3.6.	Financiamiento.	103
4.10.3.7.	Envase y Embalaje.	103
4.10.3.8.	Transporte Internacional	104
4.10.3.9.	Trámites y Documentos para el despacho de aduana hacia Italia	105
4.10.3.10.	Listado de certificaciones para exportación de Palta Hass a Italia.	107
4.10.3.11.	Medios de pago.	108
4.10.3.12.	Beneficios Tributarios para exportadores	110
	CONCLUSIONES	112
	RECOMENDACIONES	115
	REFERENCIAS	117

Índice de Tablas

TABLA 1	20
TABLA 2	21
TABLA 3	26
TABLA 4	38
TABLA 5	39
TABLA 6	40
TABLA 7	40
TABLA 8	41
TABLA 9	43
TABLA 10	46
TABLA 11	50
TABLA 12	58
TABLA 13	59
TABLA 14	64
TABLA 15	68
TABLA 16	71
TABLA 17	72
TABLA 18	75
TABLA 19	92
TABLA 20	98
TABLA 21	101
TABLA 22	103
TABLA 23	105
TABLA 24	105
TABLA 25	117
TABLA 26	122

Índice de Figuras

FIGURA 1	28
FIGURA 2	38
FIGURA 3	39
FIGURA 4	45
FIGURA 5	48
FIGURA 6	56
FIGURA 7	56

FIGURA 8	57
FIGURA 9	61
FIGURA 10	61
FIGURA 11	70
FIGURA 12	71
FIGURA 13	71
FIGURA 14	72
FIGURA 15	73
FIGURA 16	74
FIGURA 17	77
FIGURA 18	78
FIGURA 19	79
FIGURA 20	80
FIGURA 21	80
FIGURA 22	82
FIGURA 23	84
FIGURA 24	86
FIGURA 25	90
FIGURA 26	95
FIGURA 27	103
FIGURA 28	109
FIGURA 29	111
FIGURA 30	112
FIGURA 31	113
FIGURA 32	113
FIGURA 33	115
FIGURA 34	119
FIGURA 35	121
FIGURA 36	122

Índice de Anexos

ANEXO 1: SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DE LUGARES DE PRODUCCIÓN	134
ANEXO 2: ANEXO 1.2A	137
ANEXO 3: ANEXO 1.2B	138
ANEXO 4: ANEXO 1.1.	139
ANEXO 5: SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN DE PLANTAS DE TRATAMIENTO Y/O EMPAQUE	141
ANEXO 6: EXPORTACIÓN SIMPLIFICADA.	143
ANEXO 7: EXPORTA FÁCIL	145
ANEXO 8: EXPORTACIÓN DEFINITIVA	146
ANEXO 9: GUÍA DE ENTREVISTA EN ITALIANO AL REPRESENTANTE DEL MERCATO ORTOFRUTTICOLO	148
ANEXO 10: GUÍA DE ENTREVISTA AL INGENIERO JUAN CARLOS HUAMAN	151
ANEXO 11: GUÍA DE OBSERVACIÓN	155

Resumen

La presente tesis ha sido elaborada a fin de aprovechar la actual oportunidad que representa el crecimiento de la demanda de palta en el mundo, ello a través del desarrollo de un plan de exportación de palta Hass peruana hacia el mercado italiano. La investigación tiene un carácter tecnológico y un enfoque mixto en el que se analizan tanto datos cualitativos como cuantitativos; así mismo, presenta dos niveles de investigación uno exploratorio y uno descriptivo, y hace uso de tres métodos para su análisis siendo estos: deductivo, analítico y sintético. La tesis ha sido dividida en cuatro capítulos: el primer capítulo plantea el problema de investigación, y presenta los objetivos del mismo; el segundo capítulo ahonda en los antecedentes y describe la teoría que sustentará la investigación; el tercer capítulo detalla el alcance y la metodología que seguirá el proyecto de investigación; el cuarto y último capítulo presenta como resultado el plan de exportación como tal. Finalmente, se llega a la conclusión que el uso de un plan de exportación como guía para los procesos implicados en la exportación y el cumplimiento cabal de estos asegura el éxito de la operación.

Palabras clave: Plan de exportación, demanda, mercado, investigación tecnológica.

Sommario

Questa tesi è stata preparata per cogliere l'attuale opportunità rappresentata dalla crescita della domanda di avocado nel mondo, attraverso lo sviluppo di un piano di esportazione dell'avocado Hass peruviano verso il mercato italiano. La ricerca ha un carattere tecnologico e un approccio misto in cui vengono analizzati dati sia qualitativi che quantitativi; Allo stesso modo, presenta due livelli di ricerca, uno esplorativo e uno descrittivo, e utilizza tre metodi per la sua analisi, questi sono: deduttivo, analitico e sintetico. La tesi è stata suddivisa in quattro capitoli: il primo capitolo solleva il problema della ricerca e ne presenta gli obiettivi; il secondo capitolo approfondisce i retroscena e descrive la teoria che supporterà la ricerca; il terzo capitolo descrive in dettaglio l'ambito e la metodologia che il progetto di ricerca seguirà; il quarto e ultimo capitolo presenta il piano di esportazione come tale come risultato. Infine, si conclude che l'uso di un piano di esportazione come guida per i processi coinvolti nell'esportazione e la loro conformità garantisce il successo dell'operazione.

Parole chiave: Piano export, domanda, mercato, ricerca tecnologica

Glosario

CAV: Código Aduanero de la Unión.

COOP: Cooperativa de Consumo Italiana.

CSO: Centro Servizi Ortofrutticoli.

CAC/RCP 44: Código Internacional Recomendado de Prácticas para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas

DEEIA: Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria.

DGPA: Dirección General de Políticas Agrarias.

DT: Detalle Tradicional.

DUA: Documento Único Administrativo.

GDO: Grande Distribuzione Organizzata.

IGV: Impuesto General a las Ventas.

LDP: Lugares de Producción.

LMR: Límite Máximo de Residuo.a

MINAGRI: Ministerio de Agricultura y Riego.

MSVC: Muestra Sin Valor Comercial.

MTD: Mosca por Trampa Día.

PLU: Price Look-Up Code.

RAM: Requisitos de Acceso al Mercado.

SENASA: Servicio Nacional de Sanidad Agraria.

SSE: Sierra y Selva Exportadora.

SUNAT: Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.

UIC: Unidad de Inteligencia Comercial.

VUSE: Ventanilla Única de Comercio Exterior.

WAO: World Avocado Organization.

ZED: Zonas Especiales de Desarrollo.

Capítulo I: Introducción

1.1. Planteamiento del problema de investigación

De acuerdo con Trade Map (2020) alrededor del globo se han importado 2,657,901 toneladas de palta en el año 2019. Las exportaciones anuales de palta peruana se siguen incrementando, pasaron de exportarse 303,779 toneladas en 2015 a 751,330 en 2019.

Si bien el primer importador de palta en el mundo es Estados Unidos con 2,8641,25 toneladas importadas en 2019, no muy por detrás se encuentra la Unión Europea gracias a que se ha convertido en el segundo mercado de consumo más grande. Además, en Europa los Países Bajos son los mayores importadores de palta, quienes han tenido un incremento comercial considerable a lo largo de los años, pasando de importar 403,647 toneladas en 2015 a 1,043,851 de toneladas en 2019. Así también, para ellos el Perú es su ofertante favorito de palta, con 107,332 toneladas exportadas en 2019 representamos el 25,8% de su mercado de importaciones de palta. Se debe agregar que, Los Países Bajos son los principales exportadores de palta hacia Italia habiendo duplicado su mercado en los últimos cinco años, llegando a un total de 30,130 toneladas exportadas en el 2019, que representan el 37,6% de las importaciones totales de palta en Italia. El Perú ha exportado a Italia 28 toneladas de palta en el año 2019, una cifra considerable respecto a la tonelada exportada en 2015 (Trade Map, 2020).

Si bien es cierto que el crecimiento de la demanda del producto se ha reflejado en los datos numéricos, el consumo per cápita de palta en Italia no es el más elevado en confornte con otros países de Europa; sin embargo, está considerado dentro de los 11 países en los cuales se concentra el consumo europeo de palta (Fresh Plaza, 2019).

Según World Avocado Organization (WAO) (2020), asociación que agrupa a los principales productores, exportadores e importadores de México, Perú, Sudáfrica y Estados Unidos la palta vive un momento mágico en todo el mundo, en 2018 hubo un incremento de compra del 35% en comparación con el año anterior, mientras que según los datos de Eurofruit, la tendencia de consumo de palta en Europa está en constante crecimiento, gracias al creciente interés de los consumidores europeos como mencionó el CEO de WAO, Xavier Equiha (Borsa italiana, 2019).

Es también importante mencionar que Xavier Equiha, cree que hay mayor potencial de crecimiento en Europa que en Estados Unidos, ya que al dirigirse al Congreso Mundial del

Aguacate en Colombia comentó que la fruta se ha convertido en la estrella de la producción y el ícono de la comida saludable (Fresh Plaza, 2019).

Para finalizar, Italia es un país con oportunidades para la palta gracias a su numerosa población y, a que el consumo del fruto se encuentra creciendo progresivamente surbdesarrolla, ello debería motivar a los exportadores a apuntar a este mercado (Ramos, 2020); además el Perú se ha convertido en el tercer mayor exportador de palta en el mundo, superando a Chile. Según Carlos Arrese “Tenemos condiciones climáticas muy buenas y una alta productividad por hectáreas. Somos, prácticamente, el principal proveedor de Europa en su etapa de verano.” (Agraria.pe, 2020). Es así pues que, a través de la siguiente investigación se pretende elaborar un plan de exportación, que facilite la exportación de Palta Hass hacia el mercado italiano.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Obtener un plan de exportación de palta Hass peruana hacia el mercado italiano.

1.2.2. Objetivos Específicos

- a) Presentar el plan de exportación, expresando las motivaciones del investigador para su desarrollo.
- b) Identificar el mercado objetivo, haciendo uso del método deductivo. Es decir, a través de un análisis mundial del consumo de palta, pasando por un análisis europeo, para finalmente llegar a un análisis italiano.
- c) Describir al producto, exponiendo sus variedades, información nutricional, beneficios, estacionalidad, entre otras características, a fin de mostrar sus altas condiciones de exportación.
- d) Determinar la situación actual del comercio internacional de palta entre los países interesados, siendo éstos Perú e Italia.
- e) Formular un diagnóstico del negocio, a través de un análisis externo e interno, a fin de conocer a cabalidad la situación actual.
- f) Desarrollar un plan de marketing el cual abarque un estudio sobre el producto, el precio, la promoción y la distribución del mismo.
- g) Describir el proceso productivo de la Palta Hass, desde su cultivo hasta su procesamiento en la planta de empaque para poder ser exportada.

- h) Exponer el proceso de certificación fitosanitaria necesario para la Palta Hass de exportación, incluyendo la certificación de lugares de producción y de plantas de empaque.
- i) Detallar el proceso normativo que se debe seguir para poder exportar Palta Hass al mercado europeo.
- j) Desarrollar el proceso de exportación que debería seguir cualquier productor de Palta Hass para poder realizar sus envíos al extranjero.

1.3. Viabilidad

- a) La viabilidad económica del proyecto de tesis no presenta mayores complicaciones en la obtención de resultados debido a que los gastos se limitan al consumo de corriente eléctrica e internet.
- b) No existen mayores problemas con la recolección de datos, gracias a que la mayor parte de la investigación será basada en la recopilación y análisis de información existente referida al tema, teniendo acceso a un gran compendio de base de datos en los cuales la información es gratuita, como por ejemplo SICEX, TRADE MAP, MINAGRI, INIA, AGRO RURAL, AGRO IDEAS banco de tesis de universidades como: UNSA, USS, UNT, UPC, entre otras.
Así mismo el investigador tiene conocimiento y puede acceder a mayor información cultural de los países involucrados, debido a su residencia actual en ambos países.

1.4. Limitaciones

- a) La limitación en cuanto al tiempo de la ejecución del proyecto de tesis es presentar como resultado de la investigación un plan de exportación funcional, en un tiempo límite.
- b) La segunda limitación es la posible restricción al acceso de cierto tipo de información por parte de los autores o por falta de suscripción a un sitio determinado, como por ejemplo el consentimiento del autor para el acceso a su tesis de investigación, así como el precio elevado de algunos artículos o el pago por una suscripción a páginas web informativas.

1.5. Justificación del proyecto

1.5.1. Justificación teórica

La presente investigación se realiza con el propósito de aportar conocimiento e instrucción sobre los procesos que hay que seguir para llevar a cabo la exportación de Palta Hass peruana

hacia el mercado italiano, ofreciendo como resultado un plan de exportación que sirva de guía a los productores de palta peruanos.

1.5.2. Justificación práctica

La presente investigación tendrá como beneficiarios a:

- **Pequeños y medianos productores de palta:** El presente proyecto está diseñado para ayudar a ampliar la visualización emprendedora e internacional de los mismos, otorgándoles una guía cronológica de cómo llevar su producto desde el campo hacia el mercado objetivo, cumpliendo los estándares y reglamentaciones correspondientes al país de destino, que para la investigación es Italia.
- **Exportadores de palta:** Ofreciéndoles conocimiento y perspectiva, acerca del mercado de destino, un mercado con una economía sólida y con creciente demanda por la palta Hass, así como los principales beneficios que representa usar un plan de exportación para generar competitividad comercial.
- **Estudiantes Universitarios:** Especialmente a aquellos que estudien carreras afines a los negocios o comercio internacional, que presentan especial interés en conocer la elaboración de un plan de exportación, o a su vez la venta de la palta Hass peruana a el mercado italiano

Los resultados servirán para mejorar la competitividad exportadora de los pequeños y medianos productores peruanos de palta Hass hacia Italia.

Capítulo II: Revisión y fundamentación Teórica

2.1. Antecedentes

Salas (2012), afirma que las exportaciones peruanas de palta Hass han tenido un aumento significativo entre el 2004 y 2011, ello debido a que dicho producto goza de una buena reputación a nivel mundial. Del mismo modo evalúa a Italia como un país que va incrementando su consumo de palta Hass, haciéndolo ver como un mercado prometedor.

Gracias a la investigación desarrollada por Salas se podrá conocer cuáles son las limitantes para ingresar con nuestro producto hacia el mercado italiano, y así buscar medidas alternativas. Además, se podrá analizar los antecedentes de exportación de palta Hass peruana, con el objeto de conocer a nuestra posible competencia y finalmente estudiar la encuesta realizada al público consumidor italiano, a fin de conocer sus preferencias.

Huaman (2017), comparte en su informe los conocimientos adquiridos durante su temporada laboral como encargado de campo en la Empresa Agrícola Pampa Baja S.A.C, entre los años 2010 y 2015, en el que su responsabilidad recaía en el manejo agronómico del palto variedad Hass. De este informe se podrá extraer no solo el proceso de cultivo por fases ;sino también, detalles relacionados a la cosecha y post cosecha de la Palta Hass de exportación.

Monsalve (2019) desarrolla una investigación que tiene como objetivo general proponer un plan de negocios para la exportación de palta Hass de la asociación de Productores Augusto López Arena al mercado francés; ello a fin de conocer la problemática de exportación a la que se enfrentan los agricultores de la Comunidad de Pítipo. La investigación adicionalmente propone identificar las características del producto y el mercado meta para la exportación de la palta Hass, y a pesar de que se llega a la conclusión de que la asociación posee potencial exportador, pero requiere de financiamiento para la maquinaria y un especialista en comercio internacional para la asesoría, los objetivos son similares a los del presente proyecto de investigación, exportar palta peruana a Europa, por lo que analizar la experiencia previa de Monsalve puede ampliar el panorama y ser de utilidad informativa.

Fernández (2016) expone un artículo en el que se analizan las posibilidades de exportar aguacate Hass desde Colombia hacia Europa, específicamente a Holanda ya que lo cataloga como un país idóneo para desarrollar esta actividad. El autor estima que las exportaciones en Colombia no solo ayudarán a mejorar la economía nacional sino también

se verá reflejado en un aumento favorable en el sector agro de Colombia. Si bien es cierto que el país de origen y destino no son los mismos, el producto sigue siendo el mismo y el plan de exportación expuesto por Fernández servirá de guía para el desarrollo del nuestro, ya que presenta una estructura completa.

Romero (2015) presenta como tesis, un informe sobre su experiencia profesional en la empresa Agropecuaria las Lomas de Chilca S.A describiendo las labores realizadas en el manejo post cosecha de palta Hass de exportación, la cual servirá como guía para describir el proceso productivo de la palta en su fase de post cosecha, ya que como se menciona sus labores tenían como objeto la exportación de la Palta Hass, independientemente de su destino.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Plan de exportación

El Plan de Exportación es una herramienta para consolidarse en mercados exteriores, debe ser estructurado en etapas a modo tal que mientras se realizan las operaciones de comercio internacional a su vez se analicen los puntos decisivos de la estrategia corporativa relacionados con los mercados extranjeros. (Llamazares, 2014).

2.2.2. Exportación

Se considera como exportaciones a la venta, intercambio o donación de bienes y servicios ofrecidos por una persona residente de un país (exportador) a otra no residente (importador) INEGI (citado en Galindo, Mariana y Viridiana Ríos ,2015).

2.2.2.1. Beneficios y errores de la exportación.

a) Beneficios

De acuerdo con PromPerú (2012) algunos de los beneficios de exportar son los siguientes:

- Incrementar las ventas a través del aumento de pedidos de compra extranjeros.
- Se pueden mejorar los precios y así conseguir mayor rentabilidad
- Diversificación de riesgos.
- Ingreso a mercados más amplios con mayor variedad de preferencias.
- Reducir costos unitarios mediante el incremento en los volúmenes de producción.
- Gracias a los acuerdos comerciales internacionales vigentes que tiene el Perú se puede adquirir competitividad en los precios.
- Disminuir la carga tributaria generada por los impuestos locales.
- Internacionalizar la imagen de la empresa

b) Errores

Así mismo, PromPerú (2012) menciona algunos de los errores que se realizan durante el proceso de exportación:

- No solicitar asesoramiento especializado
- No satisfacer los requerimientos de calidad del producto establecidos por el cliente.
- No respetar las fechas programadas para el envío de los productos.
- No estudiar a profundidad los mercados a fin de encontrar el mercado objetivo.
- No realizar ni ejecutar un adecuado plan de exportación.
- Falta de compromiso en una operación tan seria.

2.2.2.2. Restricciones y prohibiciones

En el Perú existe la libertad de comercio exterior; empero, SUNAT (2020) afirma que existen también mercancías restringidas y prohibidas para la exportación o la importación, estas restricciones y prohibiciones se han establecido para proteger o preservar la salud y vida de las personas, la moral pública, el patrimonio histórico y cultural, así como conservar los recursos naturales, entre otros objetivos. Así mismo la SUNAT define a estos tipos de mercancía de la siguiente manera:

- Mercancías prohibidas, no pueden entrar o salir del territorio nacional.
- Mercancías restringidas, requieren la autorización de una o más entidades competentes para ser sometidas a un determinado régimen aduanero.

2.2.3. Comercio exterior

El comercio exterior, es el intercambio comúnmente de productos por dinero, con la peculiaridad de que se debe atravesar una frontera. Dicha frontera se conoce como aduana, que es a su vez el límite geográfico por medio del cual cada estado pretende controlar la entrada y salida de productos. (Bustillo, 2001)

2.2.3.1. Arancel.

Es el impuesto pagado por el importador para poder introducir sus productos en un país. Estos impuestos se encuentran establecidos en el Arancel de Aduanas y pueden ser de diversos tipos: Ad valorem (el más utilizado), específico, compuesto, mixto y variable (PromPerú, 2012).

2.2.3.2. Clasificación arancelaria.

PromPerú (2012) afirma que la clasificación arancelaria peruana consta de diez dígitos, los ocho primeros dígitos pertenecen a la nomenclatura usada por los países de la Comunidad Andina (NANDINA) y los dos últimos son utilizados para una clasificación más detallada de los productos a nivel país.

2.2.3.3. Preferencias Arancelarias.

Son beneficios arancelarios que aplican ciertos países a otros, gracias a los acuerdos y convenios internacionales firmados entre estos. Estos beneficios pueden ser de tres tipos: Unilateral con beneficios en un solo sentido; Bilateral, como los TLC y multilateral como la unión entre miembros de bloques económicos (PromPerú, 2012).

2.2.3.4. Incoterms

Son un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de las prácticas comerciales, publicadas por La Cámara de Comercio Internacional y revisadas cada 10 años. Su objetivo es establecer los términos y condiciones que otorguen derechos y obligaciones tanto al vendedor como al comprador en el acto de comercio internacional. (PromPerú, 2012).

2.2.4. Definición de mercado

El mercado es el lugar donde se reúnen la oferta y la demanda. Más sencillamente definido, el mercado son todos los compradores reales y potenciales de un producto. Patricio Bonta y Mario Farber (citado en Thompson, 2005).

2.2.4.1. Criterios de clasificación del mercado.

López- Pinto, Mas y Viscarri (2008) en su libro “Los Pilares del marketing afirman que existen cinco criterios de clasificación del mercado los cuales se mencionan a continuación:

- a) Según el tipo de comprador:** dependiendo del carácter del comprador puede clasificarse en cuatro tipos de mercado:
 - Particulares, los cuales compran para su uso personal o el de algún familiar, y pueden ser clasificados a su vez por sexo, edad, fidelidad, etc.
 - Empresas, las cuales compran bienes y servicios para usarlos en su producción y pueden clasificarse por tamaño, tipo de actividad y propiedad.
 - Organismos públicos, para estos su actividad no tiene fines económicos, se puede clasificar por competencias territoriales o centralización.
- b) Según el tipo de producto ofertado:** se basa en las las características del producto, clasificándose a su vez en: Productos agropecuarios y del mar, materias primas, productos manufacturados, servicios, activos financieros e ideas.
- c) Según el número de competidores:** en función de los oferentes y los demandantes pueden existir cuatro combinaciones:
 - Monopolio, cuando existe un solo oferente y muchos demandantes.
 - Oligopolio, existen pocos oferentes y muchos demandantes.

- Competencia oligopolística, cabe resaltar que es el escenario más común, existen muchos oferentes y demandantes con productos diferenciados.
 - Competencia perfecta, existen muchos oferentes y demandantes pero el producto ofrecido es homogéneo.
- d) Según la intensidad de la oferta y la demanda:** existen dos posibles situaciones cuando la demanda supera a la oferta hablamos de un mercado de vendedores, en caso contrario es un mercado de compradores.
- e) Según el tipo o forma de la relación de intercambio:** existen 6 escenarios
- Subasta, existe un intermediario que no es ni comprador ni vendedor.
 - Licitaciones, la subasta es conducida por una de las partes.
 - De relaciones, se produce la venta de manera simple sin contrato formal.
 - Contractuales, cuando existe de por medio un contrato de duración limitada.
 - Franquicias, el franquiciador cede el nombre comercial o marca a cambio de un porcentaje de los ingresos del franquiciado.
 - Obligatorias, cuando una de las partes tiene el control pero no la propiedad de los servicios prestados por la otra.

2.2.4.2. Segmentación del mercado.

Para Kotler y Armstrong (2008) el objetivo de la segmentación de mercados, es que las compañías puedan fraccionar grandes y heterogéneos mercados en segmentos más pequeños, para que de esta forma puedan satisfacer las necesidades personales de cada cliente con productos y servicios acordes.

a) Segmentación de mercados de consumo

Kotler y Armstrong (2008) sustentan en su libro “Fundamentos de marketing” que la segmentación de mercados de consumo se divide a su vez en cuatro tipos de segmentación, siendo estos:

- Segmentación geográfica : consiste en fraccionar el mercado en diferentes unidades geográficas, ya sea en naciones, regiones, estados, municipios, ciudades, o hasta vecindarios.
- Segmentación demográfica: se usa para seccionar al mercado en base a variables demográficas como edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación, religión, raza, y nacionalidad..
- Segmentación psicográfica: se encarga de dividir en grupos a los compradores con base en su clase social, estilo de vida, o características de personalidad.

- Segmentación conductual: agrupa a los compradores basándose en sus conocimientos, actitudes, usos o respuestas a un producto.

2.2.5. Definición de producto

El producto es "un conjunto de atributos que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado". Un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de los tres. A.M.A. (citado en Thompson, 2009).

2.2.5.1. Clasificación de los productos.

Según Kotler y Armstrong (2008) los productos y servicios pueden ser clasificados en dos grupos, basándose en los tipos de consumidores que los usan siendo estos:

a) Productos de consumo

Son aquellos que los consumidores finales compran para su consumo personal. Dentro de estos podemos encontrar:

- Los productos de conveniencia, son aquellos que se compran con frecuencia, y en los que no se tarda mucho tiempo decidiendo, estos generalmente tienen un precio bajo y los encontramos fácilmente.
- Los productos de comparación, se adquieren con menos frecuencia y el cliente dedica mucho tiempo a comparar la calidad, el precio e idoneidad del producto así como para obtener información del mismo.
- Los productos de especialidad, poseen cualidades únicas o identificación de marca por lo cual los compradores normalmente no comparan productos de especialidad.
- Un producto no buscado, es desconocido por el consumidor y en caso lo conociera generalmente no piensa en comprarlo, por ello es que se requieren de muchas labores de marketing.

b) Productos industriales

Son adquiridos para posteriormente ser procesados o para usarlos en un negocio. Los productos y servicios industriales incluyen materiales y componentes, bienes de capital, e insumos y servicios.

2.2.6. Definición de oferta

La oferta, en palabras simples son las mercancías que los vendedores están dispuestos a poner a la venta con diferentes precios, y por un tiempo determinado, suponiendo que todo lo demás permanezca constante. Spencer Milton H. Spencer (citado en Teoría de la Oferta, 2014).

2.2.6.1. País exportador: Perú.

En la tabla número 1, se hace una descripción del país exportador, que para nuestro caso es Perú.

Tabla 1

País Exportador

Nombre oficial:	República del Perú
Número de departamentos:	24 departamentos y 1 provincia constitucional
Capital (y ciudad más poblada)	Lima
Idioma oficial: <ul style="list-style-type: none">● Cooficiales:	Español Quechua, Aymara y múltiples lenguas indígenas
Gentilicio:	Peruano(a)
Forma de gobierno:	República unitaria, representativa, descentralizada, presidencialista
Presidente:	Martin Vizcarra
Superficie:	1 285 216,20 km ²
Población: <ul style="list-style-type: none">● Estimación (2020)● Censo (2017)	32' 824, 358 hab. 31' 237, 385 hab.
Densidad:	25,03 hab./km ²
PIB (PPA) <ul style="list-style-type: none">● Total (2019)● Per cápita	USD 510000 millones USD 14999
Moneda:	Sol (S/ PEN)
Principales puertos marítimos:	Callao, Paita (Piura), Salaverry (La Libertad), Chimbote (Áncash), San Martín (Ica), Matarani (Arequipa) e Ilo (Moquegua).

Fuente: Wikipedia

Elaboración: propia

2.2.7. Definición de de demanda

Son los bienes y servicios que el comprador está dispuesto a adquirir en un lugar determinado y pagando un precio ya establecido, para satisfacer parcial o totalmente sus necesidades Simón Andrade (citado en Thompson, 2006).

2.2.7.1. País importador: Italia.

En la Tabla 2, se hace una descripción del país exportador, que para nuestro caso es Perú.

Tabla 2*País Importador*

Nombre oficial:	República Italiana
Número de regiones:	20 regiones
Capital (y ciudad más poblada)	Roma
Idioma oficial:	Italiano
• Hablados:	Italiano (95%), francés, alemán y otros
Gentilicio:	Italiano (na)
Forma de gobierno:	República parlamentaria
Presidente:	Sergio Mattarella
Superficie:	301 340 km ²
Población:	
• Censo (2017)	60'541,000 hab
Densidad:	200,41 hab./km ²
PIB (PPA)	
• Total (2019)	USD 2,443 billones
• Per cápita	USD 40470
Moneda:	Euro (€, EUR).
Principales puertos marítimos:	El puerto de Génova es el puerto principal de Italia, otros menos importantes son: Augusta, Cagliari, Gioia Tauro, La Spezia, Livorno, Messina, Nápoles, Ravenna, Savona - Vado, Taranto, Trieste y Venecia

Fuente: Wikipedia

Elaboración: propia

Capítulo III: Método

3.1. Alcance

a) Espacial

El alcance espacial de la investigación, se limita a dos zonas geográficas, la primera de ellas el país de Italia como destino de exportación y el segundo el Perú como país de origen.

b) Temporal

Para el alcance temporal se han considerado los años 2019 y 2021, ello debido a que la investigación empezó su curso a principios del 2019 y pretende lograr sus objetivos a fines del próximo.

c) Temático

El alcance temático de la investigación tiene dos variables, la palta Hass peruana como producto de alta calidad y el plan de exportación de la misma hacia Italia.

3.2. Metodología

3.2.1. Método de Investigación

a) Método deductivo

Es un método que parte de lo general para centrarse en lo específico mediante el razonamiento lógico y las hipótesis que puedan sustentar conclusiones finales (Canaan, 2017).

El proyecto hace uso del método deductivo, debido a que la investigación parte desde un ámbito general, analizando la oportunidad que representa el incremento de consumo e importaciones de palta en Europa, hasta llegar a desarrollar un estudio, que dé como resultado un plan de exportación de palta Hass peruana hacia un mercado específico que para el caso es Italia. Para ello se hará uso de toda la literatura, información y teorías que puedan ser recolectadas en el transcurso de la investigación.

b) Método analítico

El método analítico descompone cada una de las partes de la teoría general a fin de poder analizar profundamente cada una de estas de manera individual, y de este modo comprender la naturaleza del fenómeno de estudio para exponer su esencia (Canaan, 2017).

Así también, se hace uso del método de análisis ya que se analizará de manera individual cada componente del negocio, el producto, y el plan de exportación, a fin de conocerlos a profundidad y establecer relaciones entre sí, que permitan ofrecer un plan de exportación congruente.

c) Método sintético

El método sintético hace uso del razonamiento y la síntesis para ahondar en los elementos fundamentales del análisis de manera metódica y concisa con la finalidad de obtener una completa comprensión de cada parte y particularidad de lo estudiado (Canaan, 2017).

El método de síntesis será utilizado durante toda la investigación ya que la amplia literatura recolectada debe ser analizada comprendida y resumida a manera que el lector asimile la relevancia de la investigación y pueda a comprender los objetivos del proyecto.

3.2.2. Nivel de Investigación

a) Exploratorio

Se lleva a cabo un estudio exploratorio cuando el objetivo de la investigación es analizar un tema o problema de investigación del cual aún existe incertidumbre o sencillamente no se ha discutido antes, por lo tanto la literatura actual muestra poca relación con el problema de estudio. Así también se puede desarrollar un estudio exploratorio si deseamos investigar sobre temas y áreas desde una nueva perspectiva (Sampieri, 2014).

La presente investigación posee un nivel de investigación o alcance exploratorio, causado por la tenue similitud de los trabajos precedentes con el objetivo principal del presente proyecto. Si bien existen investigaciones relacionadas con la exportación de palta a diferentes destinos, siendo los más populares Estados Unidos, Holanda y Francia, aún no se han desarrollado proyectos en los que se quiera exportar el producto (palta Hass peruana) precisamente a Italia, pero sobre todo ninguno de ellos da como resultado de la investigación un plan de exportación de palta Hass en el que se determine y analice todo el proceso, dándonos así la oportunidad de llevar a cabo una investigación mucho más concluyente y específica sobre un tema que se ha abordado hasta ahora pero desde diferentes perspectivas.

b) Descriptivo

Se utiliza el estudio descriptivo cuando se quiere pormenorizar las propiedades, las características y los perfiles cualquier fenómeno que pueda ser sometido a un análisis. (Sampieri, 2014).

La investigación tiene un alcance descriptivo, ya que se busca especificar y analizar las características del proceso de exportación de forma tal que podamos tener como resultado un plan de exportación funcional. Así mismo, el nivel descriptivo nos permite analizar los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas para el desarrollo del plan de exportación.

3.2.3. Tipo de investigación

a) Tecnológica

La investigación de tipo tecnológica está orientada al descubrimiento de nuevos hallazgos que pueden ser llamados conocimientos, a través de la utilización del método científico, el cual está contemplado como “investigación básica” (Quilimaco, s.f.).

La presente investigación es de tipo tecnológica, ya que el principal objetivo de esta es obtener conocimiento que sirva para en lo posterior darle solución a algún problema o necesidad social. Para nuestro caso, se ha de realizar un análisis de datos que dé como resultado un plan de exportación que puede ser usado como soporte y guía para cualquier productor de palta que desconozca el proceso actual de exportación del producto hacia mercados europeos, con un énfasis especial en Italia.

Para esto se ha de analizar la factibilidad tanto material como operacional del proyecto, ya que habrá que cuestionarse si este es realizable, pero sobre todo si se justifica.

3.2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.2.4.1. Técnicas de Recolección de datos.

a) Entrevista

Debido a que la investigación muestra un enfoque mixto, el origen cualitativo de la misma, requería de un instrumento que pudiera recolectar información fidedigna acerca de un tema que no había sido abarcado de manera precisa en investigaciones previas.

De este modo, se han elaborado dos guías de entrevista: La primera, dirigida a un representante del Mercato Ortofrutticolo di Novoli, con una estructura de preguntas abiertas y acondicionada al idioma del entrevistado (italiano); la segunda, dirigida a el Ingeniero Agrónomo Juan Carlos Huaman, también con una estructura de preguntas abiertas y en el idioma español.

b) Observación directa:

Para la recolección de datos relacionados a la presencia de palta, preferentemente en su variedad Hass en el mercado italiano, el investigador ha visitado y observado de manera directa diferentes supermercados e hipermercados durante los años 2016-2020 a fin de constatar la presencia del fruto y el incremento de su oferta en los lugares antes mencionados. Además, para la obtención de mejores resultados se ha utilizado una guía de observación en la cual se detallan aspectos como la composición y presentación del fruto, el precio por kilogramo y el origen del fruto.

a) Conversaciones en entornos virtuales

A causa de la pandemia vivida en el año 2020, algunos de los contactos para recolección de datos han sido virtuales, es así que el investigador ha mantenido una conversación via correo electrónico con el Jefe de Área de Sanidad Vegetal, Delfín Cotrado Ramos a fin de obtener información primaria relacionada a su campo de trabajo.

b) Análisis documental

De igual manera dado el carácter cualitativo de la investigación, se busca obtener información a través del análisis de textos y documentos especializados en el tema, para nuestro caso se revisarán textos de exportación, documentos estadísticos referidos a las exportaciones e importaciones de palta, guías de exportación hacia el mercado objetivo, documentos especializados en requisitos de exportación y todos aquellos documentos que guarden relación con el objetivo de la investigación.

3.2.4.2. Instrumentos.

Los instrumentos utilizados para el recojo de información de la presente investigación son los detallados en la tabla N°9

Tabla 3

Instrumentos de Recolección de Datos

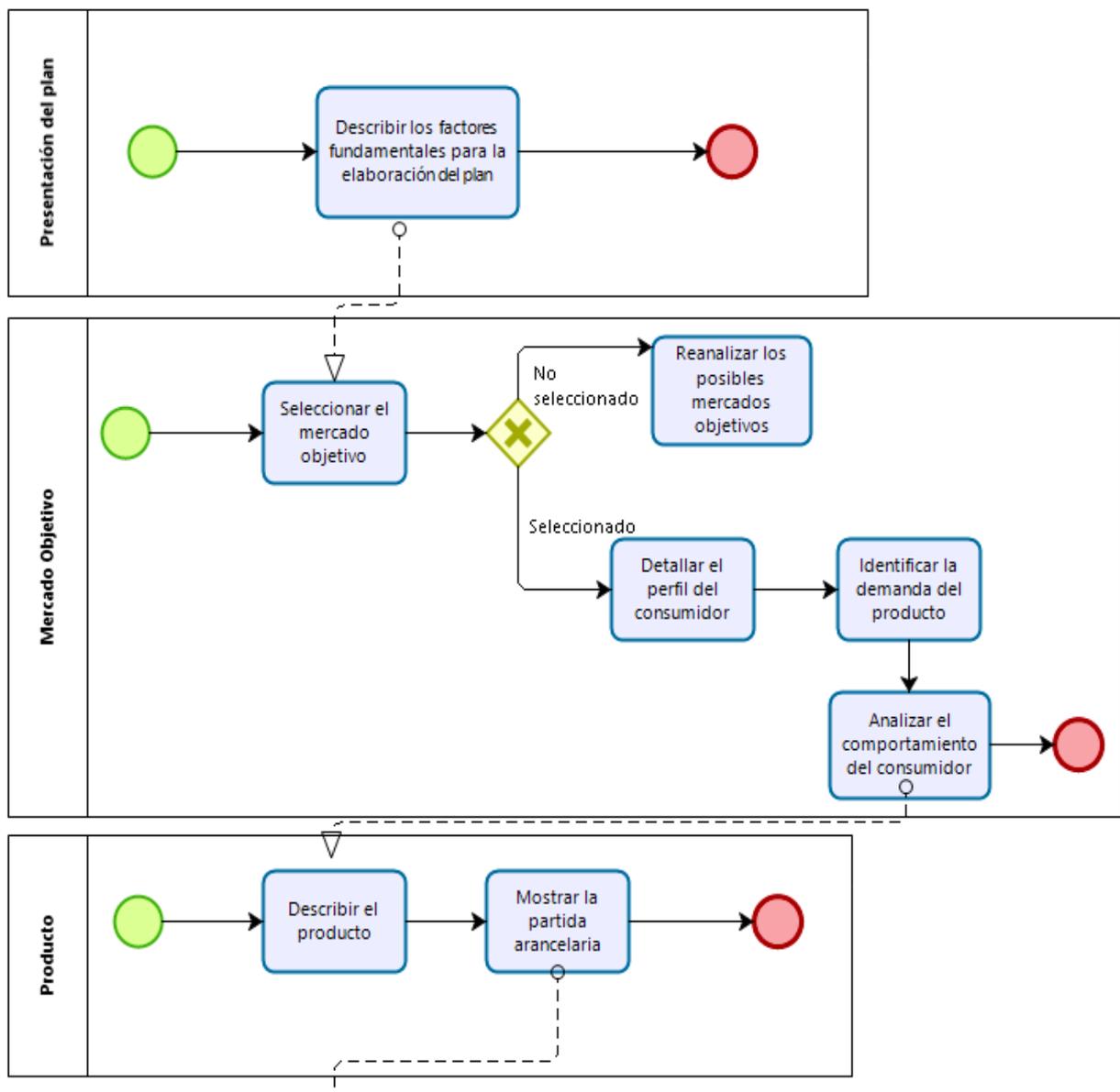
Información a ser recolectada	Fuentes de información	Técnica de recopilación de la información	Instrumento de recopilación de información
Oportunidad de exportación de Palta Hass peruana a Italia.	Representante del Mercato Ortofrutticolo di Novoli.	Entrevista.	Guía de entrevista.
Proceso productivo de la palta Hass.	Ingeniero Agrónomo Juan Carlos Huaman.	Entrevista.	Guía de entrevista.
Certificaciones fitosanitarias necesarias para exportación de Palta Hass.	Delfín Cotrado.	Conversación vía correo electrónico.	-
Constatar la presencia del fruto y el incremento de su oferta en centros de venta.	Observación de los consumidores en el lugar de compra.	Observación directa	Guía de observación.
Literatura y Estadísticas de producción y	Textos y documentos	Análisis documental	Guía de análisis documental.

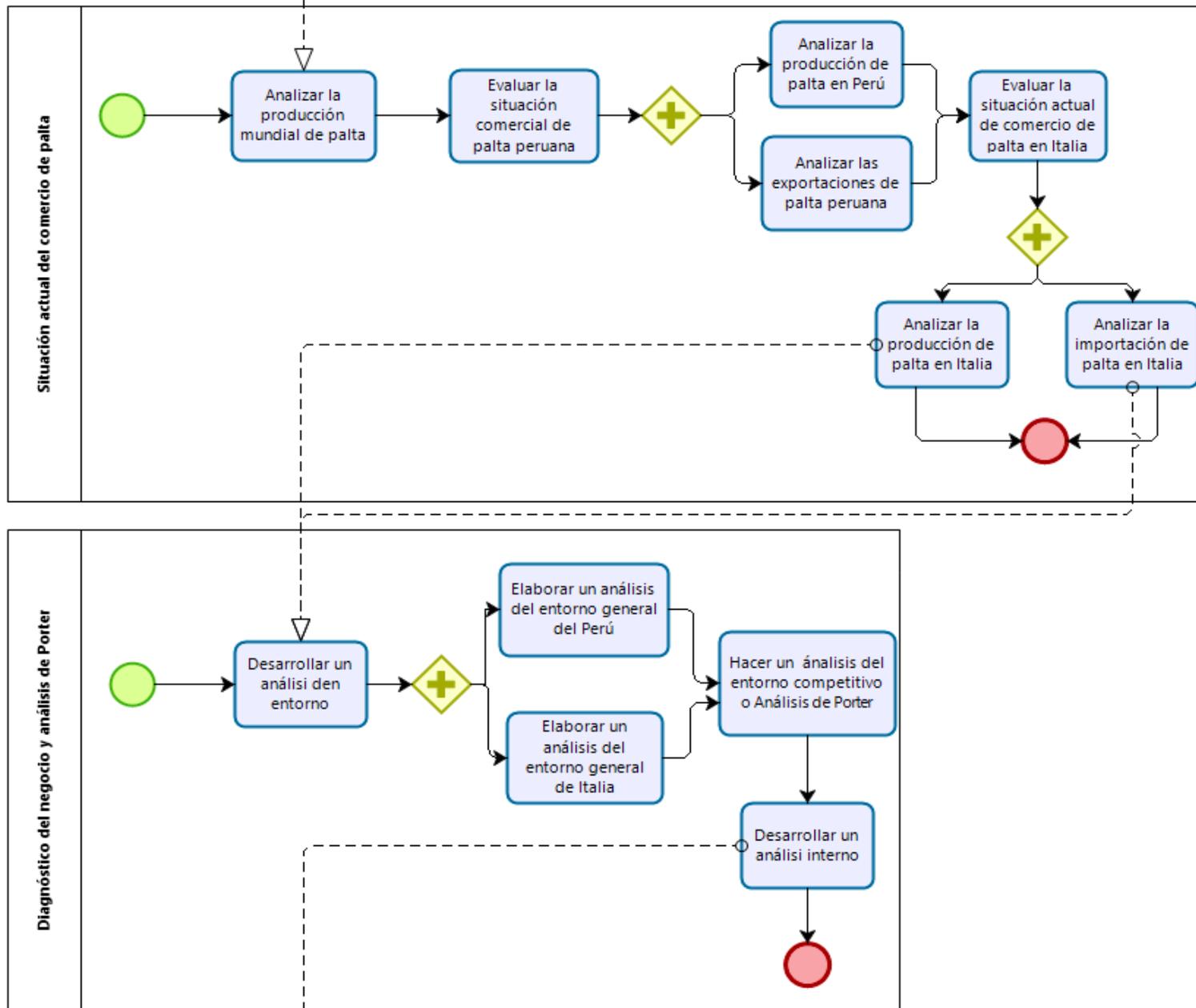
3.2.5. Pasos de investigación

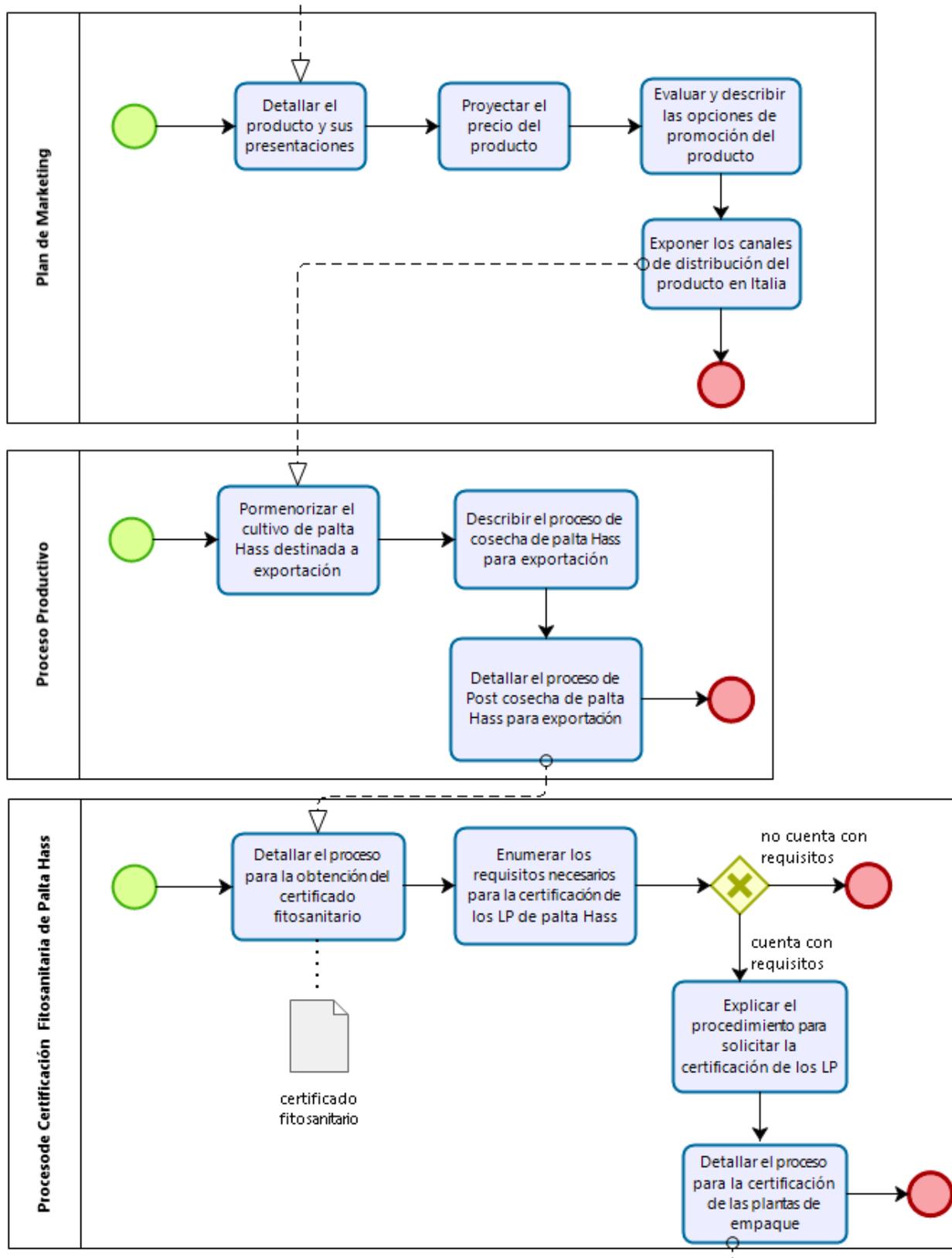
Los pasos de investigación que se muestran en los siguientes gráficos han sido sintetizados en un diagrama de flujo desarrollado en el programa Bizagi.

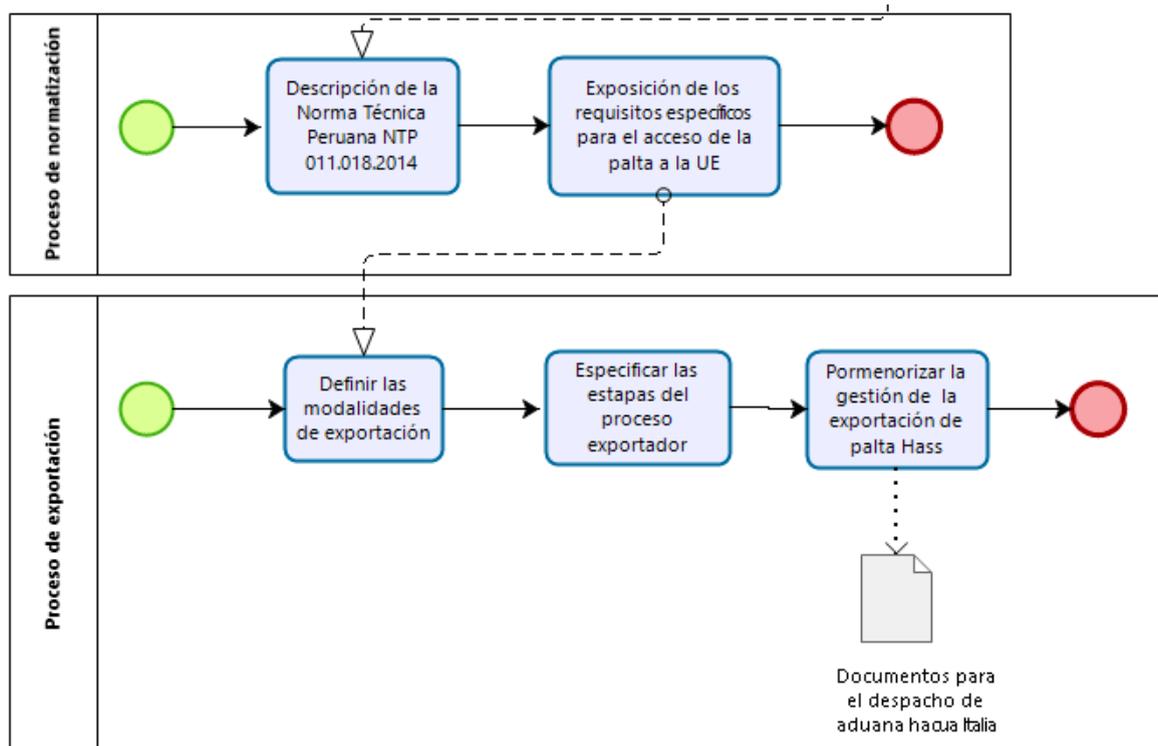
Figura 1

Pasos de investigación









Fuente y Elaboración propia

3.2.6. *Presentación de datos*

a) **Datos cualitativos**

El procesamiento de datos cualitativos se desarrollará de manera manual. Para el caso de la entrevista se empezará por la obtención de datos, la cual estará seguida de la preparación, revisión y transcripción de los datos a un texto, mientras que para el análisis documental se investigará y recolectará toda la literatura relacionada con la investigación, para posteriormente ser examinada, sintetizada y trasladada al proyecto como fuente de investigación.

Después de ello se procederá a organizar los datos según criterios temáticos, lo cual facilitará la posterior categorización de estos y su preparación para el análisis. Dicho análisis nos permitirá generar hipótesis, teorías, revelar situaciones, describir patrones así como explicarlos, y finalmente elaborar conclusiones.

b) **Datos cuantitativos**

De igual forma el análisis de los datos cuantitativos obtenidos del análisis estadístico que ofrecen fuentes como Trade Map, SIICEX, PROMPERU, MINAGRI, SUNAT, entre otros será desarrollado y analizado en cuadros de Excel que finalmente serán interpretados a través de estadísticas descriptivas.

Capítulo IV: Resultados y discusión

4.1. Presentación del Plan

Para la elaboración del plan de exportación de palta Hass peruana con destino hacia Italia, se han tenido en cuenta tres factores fundamentales: El primero, es la observación realizada por el investigador en Italia, la cual fue realizada en mercados y supermercados, en donde se constató que en los últimos años (2016 al 2020) el consumo de frutos exóticos provenientes del África, Centroamérica, Sudamérica, entre otros, se ha incrementado, ocasionando que la oferta se amplíe tanto en mercados como supermercados (nacionales o extranjeros). Además se conoce que el consumo de frutas y verduras forman parte de la dieta mediterránea como es el caso de Italia, esto ha conducido a que la palta esté siendo muy bien recibida para su uso culinario ya sea dentro de ensaladas o incluso postres como el gelato italiano; el segundo factor, ha sido la entrevista realizada a un representante del Mercato Ortofrutticolo di Firenze, el cual ha proporcionado datos optimistas respecto al crecimiento de las importaciones de palta en el mercado, que es el principal distribuidor de frutas y verduras para los mercados locales y supermercados de la ciudad; finalmente, el tercer factor es la obtención de amplia información cualitativa y cuantitativa, relacionada al crecimiento de las importaciones, exportaciones, producción, consumo, aceptación de palta en Europa, entre otros.

Por estas razones es que se realiza el plan de exportación, esperando sea una guía para pequeños, medianos y grandes productores de Palta Hass que quieran expandir fronteras, pero no conozcan el proceso que se debe seguir antes de llegar a mercados como el de Europa y para el caso en particular de Italia.

4.2. Mercado Objetivo

4.2.1. Selección de mercado

4.2.1.1. Mercado mundial.

En el Brand Manual, publicado por World Avocado Organization (WAO) (2020) se expone que los consumidores de todo el mundo están impresionados por las cualidades de la palta como un superalimento, sus beneficios para la salud y su versatilidad en la cocina. Por lo tanto, no es de sorprender que el consumo de palta haya aumentado significativamente en los últimos años y siga experimentando un alto crecimiento en todo el mundo. Es así que, el consumo mundial de palta está creciendo alrededor de 3% cada año, en el cual se destacan varios mercados de crecimiento, especialmente la Unión Europea y el Reino Unido.

Según la misma fuente, el mercado actual más grande de palta es Estados Unidos, con un consumo anual de más de 1.100 millones de kilos, y las importaciones de palta provienen

principalmente de diez países: Perú, Sudáfrica, España, Israel, Chile, Colombia, Kenia, México y Brasil. También se señala que con la creciente demanda, la producción mundial de palta ha aumentado, pasando de 4.700 millones de kilos en 2013 a 5.030 millones de kilos en 2016, teniendo actualmente un comercio mundial de aguacate que supera los 3 mil millones de dólares. Por tanto WAO (2020) considera que el cultivo y comercio de palta es un segmento de crecimiento, especialmente en la UE y en Asia.

4.2.1.2. Mercado de Europa.

Según Sierra y selva exportadora (SSE) (2019) expresa que en los últimos años, Europa se ha convertido en uno de los mercados más importantes para la palta, gracias al rápido crecimiento de la demanda. En el 2019 importó 1.132 miles de toneladas y tuvo un consumo medio por persona al año de 1.7 kg, convirtiéndola en el segundo mercado más grande de esta fruta tropical. Además, Francia, España y Reino Unido se han convertido en mercados importantes, a causa del elevado crecimiento en el consumo de palta. También, existen otros mercados como el de Alemania e Italia que aunque presentan niveles más bajos de consumo per cápita crecen rápidamente. Es importante mencionar que dentro del viejo continente, los Países Bajos son los mayores importadores de palta, lo que les permite a su vez abastecer a una gran parte de países europeos .

Sierra y selva exportadora (2019) afirma, que en la actualidad la variedad de palta más demandada es la Hass; sin embargo existen otras, como las denominadas “paltas de piel verde”, que aunque poseen un nicho de mercado, su demanda es cada vez menor. Así mismo, los diversos factores que han impulsado el consumo de palta en los últimos años en Europa son los siguientes:

- La promoción de las propiedades nutritivas del alimento y el alto contenido de aceites vegetales saludables.
- La disponibilidad y calidad en el mercado europeo.
- La venta de palta lista para el consumo.
- La incorporación de la palta en la gastronomía con una amplia gama de alternativas.
- Y finalmente pero no menos importante, la promoción en las redes sociales.

4.2.1.3. Mercado de Italia

Según Lunati (2020) en Italia, los cambios en los estilos de alimentación, el deseo de novedad, y la creciente disponibilidad de nuevos tipos de fruta de alta calidad y con valor nutricional, están impulsando el consumo de frutas exóticas; entre estas, la palta es una de las más interesantes. Hoy en día, las importaciones de frutas tropicales ya no se centran en

productos tradicionales, como plátanos y piñas, sino que tienen una opción mucho más amplia y diversificada (mangos, papayas, papayas, etc.) esto debido a que a menudo representan una novedad para los consumidores. Así también, es importante destacar que según el Centro Servizi Ortofrutticoli (CSO) la fruta tropical representó aproximadamente el 12% del consumo interno de las familias italianas en 2017, superando las 817.000 t en volumen, con un incremento del 8,4% respecto a 2010.

Adicionalmente Baseline (2019) sostiene que alrededor del mundo en 2018, las ventas de palta se incrementaron un 35%; pero, si se enfatiza en Italia, el auge de la palta fue aún más marcado, esto debido a que una investigación de la Cooperativa de consumo italiana (Coop), mostró que en el último año el consumo aumentó un 78%; además en el mismo año la palta ingresó a la canasta Istat por primera vez.

En los últimos diez años, la popularidad de la palta ha aumentado significativamente; de hecho, las importaciones de todas las variedades se han más que triplicado en volumen. Los importadores italianos buscan la disponibilidad del producto en función del período de cosecha, comenzando por los países geográficamente más cercanos, como España e Israel. Sin embargo, los sistemas de transporte modernos también permiten que las paltas de América del Sur y Sudáfrica lleguen a los mercados mayoristas, ello a través de Bélgica, Holanda y Alemania, cuyos puertos se utilizan como "centros" de distribución en Europa. Por otro lado, aunque existen diferentes variedades de palta disponibles, la oferta se centra esencialmente en dos categorías: La variedad Hass, que gracias a su piel gruesa y resistente es la más comercializada internacionalmente; y las variedades con una piel verde más brillante y fina, como Ettinger, Fuerte y Pinkerton (Lunati, 2020).

Cabe destacar, que en Italia en un solo año el precio de la palta se ha duplicado, claro ejemplo es el caso de Bologna, que para el 2018, el precio de 4 kg de palta oscilaba entre los 8 y 10 euros, y para el 2019 variaba entre los 16 y 20 euros. Sin embargo, a pesar de los altos precios, la demanda del producto no ha disminuido. Lo que indica que vale la pena invertir en este producto, que aunque tiene un consumo aparente reducido en Italia, es uno de los productos con mejores perspectivas de crecimiento (Fresh Plaza, 2019).

4.2.2. Perfil del consumidor

La tasa de penetración media del consumo de palta es del 37%. El consumo es más frecuente entre las mujeres y los llamados Millennials, jóvenes entre los 18 y 35 años, donde la tasa de penetración se incrementa a un 39%. La tasa se amplía aún más en medio de aquellos que poseen un nivel de educación más elevado (licenciatura, master, doctorado)

llegando a un 41%; y es aun más habitual entre quien tiene un salario mayor a 3.000 euros (EUR) al mes, con un 44% (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019).

4.2.3. Demanda del producto

Los italianos que han consumido palta por lo menos una vez al año, durante el 2017 son el 37%. A pesar de que la presencia de la palta en la canasta de compra de los italianos se encuentra en crecimiento, esta aún no se encuentra presente en todas las mesas de las familias italianas, ello en confrontación a otras frutas. Por otro lado, la tasa de penetración de la palta peruana en la población italiana es del 7% y asciende hasta el 19% si se consideran a los consumidores de paltas en general (MINCETUR, 2019).

4.2.4. Comportamiento del consumidor

De acuerdo con MINCETUR (2019) se puede decir que en promedio, el consumo de palta no es habitual, debido a que, el 70% de los clientes consumen ocasionalmente palta, el 25% de 2 a 3 veces al mes y tan solo el 4% consume la fruta exótica por lo menos 2 a 3 veces a la semana. Sin embargo, es importante mencionar que la palta no se consume en una época particular ya que se puede encontrar durante todo el año junto a otras frutas tropicales.

Adicionalmente, la misma fuente señala que las compras de palta tienen mayor lugar en hipermercados y supermercados, seguidos de un 17% que prefiere adquirir la palta en las tiendas por descuento, el 15% opta por los mercados y finalmente un 13% lo hace a través de las pequeñas tiendas de alimentos. Empero, la compra de paltas en línea es muy limitada, ya que es de la preferencia de tan solo por el 3% de los consumidores. Del mismo modo, la selección del fruto, para el 48% de los usuarios, se basa en su aspecto; es decir la forma, el color y el olor. Otros criterios cruciales son el origen (24%) y la conveniencia/ precio bajo (16%). Como se puede ver el consumidor prioriza la calidad del producto frente al precio, e incluso si el producto posee la calidad esperada está dispuesto a pagar un precio más elevado. Si hablamos específicamente de la palta peruana, el aspecto es el criterio que más impacta en la compra y para adquirirla se tienen y usan los mismos canales que los productos de otros orígenes; además, la mayor parte de las compras se efectúan en Hipermercados y supermercados.

Con relación al envase, los consumidores italianos sostienen en su mayoría que prefieren comprar el producto a granel (72%), esto debido a que ellos mismos pueden elegir y pesar el producto. Finalmente, para el 33% de los consumidores no es tan significativo el origen de la fruta. Sin embargo para quienes el origen es relevante y que prefieren paltas extra comunitarias, el origen más señalado improvisadamente es América del Sur (29%), y si se

tiene en cuenta América en general, se eleva hasta el 35% . Así mismo, el 5% de los consumidores señala al Perú como uno de los orígenes preferidos para las paltas (MINCETUR, 2019).

4.3. Producto

4.3.1. Descripción de la palta

4.3.1.1. Definición.

De acuerdo a Sierra y selva exportadora (2019) , la palta comúnmente conocida como aguacate o avocado, por su denominación en inglés, es una baya comestible (tipo drupa) con una forma oval piriforme. Dependiendo de la variedad puede presentar una piel de color verde oliva, morado o incluso negro; posee una pulpa de color verde-amarillenta y una semilla o hueso, en la parte central. Así mismo, posee hojas enteras con bordes ondulados, las cuales se disponen de manera alternada sobre las ramas, variando de coloración entre verde pálido o verde rojizo a verde oscuro a la madurez. Sus flores son pequeñas, dispuestas en panículas con una coloración amarillo verdosa.

Este fruto proviene del árbol *Persea Americana Mill*, el cual forma parte de la familia Lauraceae y que a su vez le otorga el nombre científico al fruto, esto implica tanto el género como la especie correspondiente a la más cultivada a nivel mundial (Sierra y selva exportadora, 2019).

4.3.1.2. Variedades.

Según Sierra y Selva exportadora (2019), las variedades más comercializadas en el mundo son las que se describen a continuación:

- a) Fuerte:** es una palta con coloración verde, proveniente de la yema sacada de un árbol nativo de Atlixco, México; se considera un híbrido natural ya que cuenta con particularidades intermedias entre la raza mexicana y guatemalteca. Sus frutos muestran aspecto piriforme, con un tamaño medio entre 180 a 400 gr. Su largo promedio es de 10 a 12 cm, mientras que su ancho de 6 a 7 cm, tiene una piel ligeramente áspera que se separa con facilidad de la pulpa, y su contenido de aceite puede variar entre 18 y 22 %.
- b) Hass:** tiene sus orígenes en California y se ha convertido en la variedad más comercializada a nivel mundial. Con frutos de forma oval piriforme y con un tamaño promedio de 200 a 300 gr es un fruto de estupenda calidad, que además se pela con facilidad, tiene una piel gruesa negra y rugosa, y su coloración puede variar entre verde a oscuro violáceo cuando el fruto está maduro. A pesar de que la pulpa no posee

fibra su contenido de grasa oscila entre 18 y 22%, por otro lado la semilla es pequeña con forma esférica y adherida a la pulpa. Es importante mencionar que el fruto por un determinado tiempo puede mantenerse en el árbol después de haber alcanzado la madurez, ello sin perder la calidad. El árbol de este fruto es muy sensible al frío pero a su vez muy productivo.

- c) **Lamb Hass:** una variedad similar a Hass, a diferencia de los hombros, que son más anchos, y que su coloración cambia a negra en su madurez. Es más grande en tamaño que Hass y su recolección es más tardía. Además de tener una producción mayor a la Hass, debido a que el árbol es más tolerante a los vientos, resiste altas temperaturas y al ácaro cristalino.
- d) **Mendez Hass:** tiene un largo periodo de cosecha, gracias a su floración de verano-otoño, la misma que genera una cosecha que coincide con la época de baja producción de la variedad Hass. Este fruto puede dar sus primeras cosechas a los dos años de siembra, si es que se manobra de manera adecuada. Otra ventaja, es que responde bien en terrenos cálidos con altitudes de hasta 1800 msnm, pero necesita de agua de apoyo en periodos de sequía.
- e) **Maluma Hass:** originaria de Sudáfrica, es altamente productiva con calibres grandes y homogéneos. Su árbol con vigor medio y forma piriforme y triangular, está formado por una rama central ascendente de la que parten pequeñas ramas en 360 grados. Para evitar podas fuertes como las que se hacen cada cierto tiempo a Hass que derivan en una disminución de la cosecha al año próximo, es obligatorio realizar podas ligeras anuales y despuntando a 4 metros a la variedad Maluma Hass.
- f) **Edranol:** su árbol es de desarrollo medio, con frutos piriformes, piel rugosa con coloración verde y un tamaño promedio de 260 a 300 gr. La pulpa es gustosa y contiene 22% de aceite.
- g) **Bacón:** es de origen californiano, con buena resistencia al frío. Su fruto tiene forma oval, con un tamaño que oscila entre los 250 a 300 gr. y piel fina verde brillante. El árbol es vigoroso, erecto, precoz y cargador.
- h) **Nabal:** originaria de Israel, su forma hace que se distinga de las demás, ya que es casi redonda, y su cáscara de color verde claro, dura y leñosa, hace que se conserve por más tiempo. Sin embargo, posee el contenido más bajo de grasa respecto a todas las variedades, entre 6 y 8%.
- i) **Ettinger:** es una de las variedades más importantes en Israel ya que ocupa entre el 25% y el 30% de las zonas productivas de palto. Su fruto presenta una forma oval

alargada, con tamaño medio, la piel es fina, lisa y de color verde brillante. A pesar de que la pulpa no tiene fibra, posee muy buenos atributos.

- j) Zutano:** es un híbrido de categoría B, que se reconoce por su apariencia brillante. Esta variedad muestra una forma ovalada de pera, una piel delgada de color verde claro, sabor suave y una pulpa de color verde pálido. Su tamaño va de medio a grande entre los 200 y 400 gr. Aunque esta variedad no es de tan alta calidad como la Hass, madura de forma precoz al inicio del invierno, además de ser más resistente a las bajas temperaturas.

4.3.1.3. Información nutricional y beneficios.

A continuación se describen las propiedades, características, beneficios e información nutricional de la palta según estudios realizados por WAO (2020) y Sierra y selva exportadora (2019).

- a) Los aguacates son un alimento rico en nutrientes que contiene una cantidad asombrosamente alta de diferentes vitaminas y minerales: la vitamina E en los aguacates puede ayudar a proteger tus células del estrés oxidante, así como a retrasar el envejecimiento de la piel, revitalizándola gracias a sus antioxidantes. La vitamina B6 contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunológico.
- b) Cada 100 gramos de aguacate comprenden 485 mg de potasio, es decir el 14% de la ingesta diaria recomendada. Este mineral contribuye al mantenimiento de la presión arterial normal, ayudando de esta forma a reducir ataques cardíacos, accidentes cerebrovasculares y fallas renales.
- c) A diferencia de prácticamente cualquier otra fruta, los aguacates son ricos en "grasas buenas" (grasas mono y poliinsaturadas). Estos ácidos grasos pueden ayudar a mantener un nivel normal de colesterol en la sangre, reemplazando las grasas saturadas.
- d) Cada 100 gramos de aguacate contienen el 27% de la cantidad diaria recomendada de fibra (7g). La fibra contribuye a un metabolismo normal, además de regular los niveles de azúcar en la sangre y controlar la diabetes.
- e) La cantidad de ácido fólico que contienen los aguacates te ayuda a reducir el cansancio y la fatiga, además, contribuye al funcionamiento normal del sistema inmunológico y es un nutriente indispensable durante el embarazo ya que evita malformaciones en el feto.
- f) Contribuye a elevar el colesterol HDL (bueno) y a reducir el LDL (malo) y los triglicéridos.

g) Contiene antioxidantes como la luteína y la zeaxantina, los cuales reducen el riesgo de sufrir cataratas, degeneración macular, entre otras enfermedades oculares.

Adicionalmente, absorbe los rayos ultravioletas del sol evitando de esta forma que la retina se dañe.

h) Los aguacates no contienen sodio ni colesterol.

4.3.1.4. Estacionalidad.

Según WAO (2020) los consumidores pueden disfrutar de la grandeza de las paltas durante todo el año. Estas se cultivan en climas tropicales y mediterráneos alrededor del mundo en países como Perú, México, Sudáfrica y Estados Unidos y debido a que el suministro es confiable, les permite comprar y disfrutar del super alimento los 365 días del año, como se observa en la Figura 2

Figura 2

Estaci



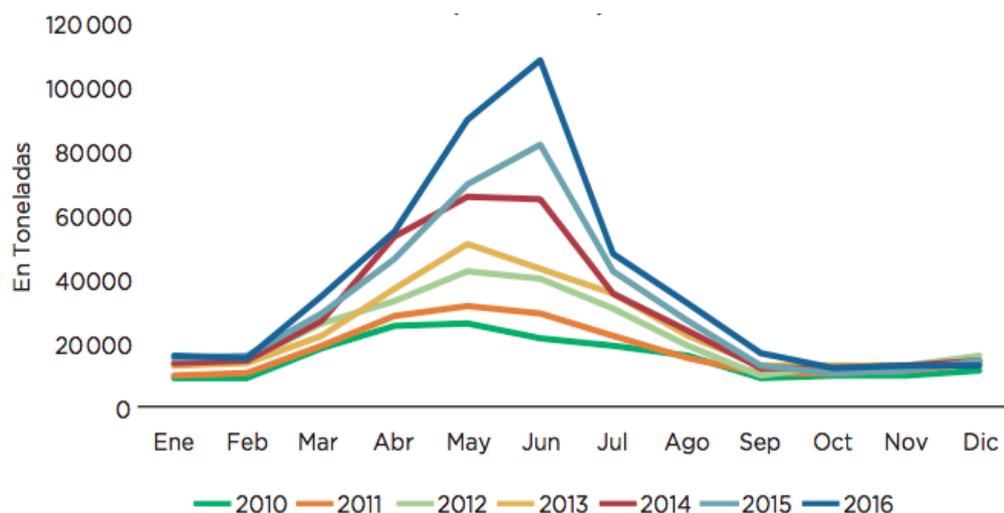
Fuente y elaboración: *WAO

Nota: *World Avocado Organization

Es importante mencionar que en el Perú se puede producir palta durante todo el año; sin embargo, como se observa en la Figura 3 la producción estacional se concentra entre los meses de abril a julio, con 56,3% del total de producción anual (Dirección General de Políticas Agrarias, 2017).

Figura 3

Estacionalidad de la producción de palta en Perú (2010-2016)



Fuente: *DGPA

Elaboración: DGPA - *DEEIA

Nota: *Dirección General de Políticas Agrarias (DGPA), *Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria (DEEIA)

A causa de la diversidad de climas y la variedad de paltas, la estacionalidad varía de acuerdo a la zona donde se produce. En la costa peruana la floración de la palta se produce en septiembre, dando como resultado una cosecha entre la quincena de abril y comienzos de agosto. Sin embargo, en la zona andina del Perú producir palta es más veloz, la cosecha de la palta se da entre los meses de febrero, marzo y abril, gracias a las bajas temperaturas las cuales ocasionan que en mayo la palta florezca; empero, la variedad Fuerte es cosechada entre noviembre y mayo (Ortiz, 2017).

A continuación, en la tabla 4, se muestra el calendario de cosecha de palta de las principales zonas productoras del Perú.

Tabla 4

Calendario de cosecha de palta de las principales zonas productoras por región

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Nacional	4.60%	4.80%	8.70%	13.50 %	16.70 %	15.20 %	10.90 %	7.20%	4.10%	4.30%	4.60%	5.40%
La Libertad	1.30%	1.50%	9.40%	15.40 %	18.60 %	21.40 %	9.10%	6.70%	5.70%	4.00%	3.70%	3.20%
Lambayeque	0.30%	0.70%	1.30%	33.00 %	32.90 %	23.20 %	5.10%	0.10%	0.00%	0.10%	3.20%	
Ancash	11.90%	13.50 %	13.80 %	13.30 %	12.50 %	9.00%	5.5.%	3.40%	2.60%	2.80%	3.70%	7.90%
Piura	2.80%	2.00%	12.40 %	34.20 %	31.20 %	3.50%	0.80%	0.20%	1.90%	3.00%	4.60%	3.40%
Lima	1.10%	2.20%	5.30%	13.70 %	20.20 %	18.50 %	18.00 %	8.90%	5.20%	3.10%	2.2.%	1.40%

Ica	0.00%	0.50%	5.40%	12.70 %	20.00 %	19.80 %	21.00 %	18.10 %	2.40%	0.10%	0.00%	0.00%
Arequipa	5.90%	12.10 %	15.60 %	12.90 %	16.70 %	14.60 %	9.60%	4.20%	0.50%	1.70%	0.10%	6.10%
Ayacucho	7.30%	9.00%	10.10 %	10.90 %	10.20 %	9.50%	8.20%	6.90%	6.20%	6.30%	7.40%	8.00%
Moquegua	1.80%	4.40%	13.90 %	19.30 %	20.70 %	15.60 %	9.80%	5.70%	4.00%	3.10%	1.10%	0.70%
Cusco	10.50 %	8.30%	6.40%	10.00 %	29.00 %	11.70%	5.80%	0.80%	0.20%	1.20%	5.30%	10.80 %
Apurímac	10.20 %	16.90 %	16.40 %	16.80 %	11.30%	7.80%	8.40%	7.20%	3.20%	1.60%	0.10%	0.10%
Junín	14.20 %	8.70%	9.00%	7.60%	5.80%	2.20%	1.70%	1.70%	2.80%	12.50 %	15.10 %	18.60 %
Loreto	10.20 %	11.40%	11.30%	7.50%	4.90%	5.50%	3.90%	4.80%	5.80%	7.40%	12.00 %	15.40 %
Huánuco	7.60%	6.10%	3.50%	2.10%	2.50%	1.50%	1.60%	4.80%	11.40%	20.60 %	21.80 %	16.50 %

Fuente: *SSE Elaboración: *UIC - SSE

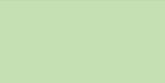
Leyenda: Cosecha alta  Cosecha media  Cosecha Baja 

Nota: *Sierra y Selva Exportadora (SSE), *Unidad de Inteligencia Comercial (UIC)

Sierra y selva exportadora (2019), afirma que en el Perú se producen principalmente dos tipos de palta, siendo estas Hass y Fuerte, la segunda se produce durante casi todo el año, y tiene su temporada de cosecha más alta durante los meses de Marzo a Agosto, la producción de esta variedad está orientada prácticamente al mercado nacional. Por otra parte, la cosecha de la variedad Hass se da entre los meses de Marzo a Septiembre, y en algunas zonas de la sierra comienza en el mes de febrero. Como se aprecia en la Tabla 5, la cosecha alta se presenta entre los meses de Mayo a Julio, y para esta variedad su producción está básicamente destinada en su totalidad al extranjero.

Tabla 5

Estacionalidad productiva de variedades de palta producidas en Perú

Variedad	Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
HASS													
FUERTE													
NABAL													

Fuente y Elaboración: SSE

Leyenda: Cosecha baja  Cosecha alta 

Nota: *Sierra y Selva Exportadora

4.3.2. Partida Arancelaria

En la Tabla 6 se detalla la sección, capítulo y 10 dígitos de la partida arancelaria para las paltas frescas y secas.

Tabla 6

Partida Arancelaria de la palta

SECCIÓN	II. FRUTOS DEL REINO VEGETAL
CAPÍTULO	8. Frutas y Frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías
08.04	Dátiles, higos, piñas tropicales (ananás), aguacates (paltas), guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos
08.04.40.00.00	Aguacates (paltas), frescos o secos

Elaboración: propia

Fuente: *SUNAT

Nota: *Superintendencia Nacional Tributaria

4.4. Situación actual del comercio de palta

4.4.1. Producción mundial de palta

Según el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) (2019), de entre las aproximadamente 500 variedades de palta existentes en el mundo, la variedad Hass, concentra el 80% del comercio mundial.

Como se expone en la Tabla 7, la producción mundial de palta ha tenido un crecimiento anual del 5,1% entre los años 2000 y 2017. Así mismo la producción del 2017, con un total de 6,048 mil toneladas, ha sido la más alta registrada hasta ese momento, de la cual 2,029 mil toneladas le pertenecen a México un 33.56% de la producción total. Del mismo modo, México con una tasa de crecimiento anual superior a la media mundial del 5,09% (2000-2017) se lleva el título no solo como el principal productor, sino también consumidor y exportador en el mundo. Detrás de este podemos observar con un 11% de participación a la República Dominicana, la cual tiene un incremento promedio anual de 13,3%.

Inmediatamente después se observa al Perú, con el 8% de la producción mundial, es el país con la tasa de crecimiento de producción más elevada (14,4%), superando a países como Estados Unidos (2007), Chile (2008), Indonesia (2014) y Colombia (2015) (MINAGRI, 2019).

Es interesante el caso de Estados Unidos, que a pesar de ser el más grande mercado de palta en el mundo, en el 2017 su producción total de 132 mil toneladas, representaba apenas el 2,19% de la producción mundial, lo cual explica su posición como el principal importador de este fruto tropical en el mundo.

Tabla 7

Producción mundial de paltas

Fuente y elaboración: *MINAGRI

Nota: *Ministerio de Agricultura y Riego

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total	3 683 499	3 533 621	4 002 687	3 974 144	4 266 261	4 513 854	4 744 937	5 153 462	5 411 602	5 737 522	6 048 508
México	1 142 892	1 162 429	1 230 973	1 107 135	1 264 141	1 316 104	1 467 837	1 520 695	1 644 226	1 889 354	2 029 886
Rep. Dominicana	183 468	188 139	184 357	285 590	295 081	290 011	387 546	513 961	526 438	601 349	637 688
Perú	121 720	136 303	157 415	184 370	213 662	268 525	288 387	349 317	367 110	455 394	466 758
Indonesia	201 635	244 215	257 642	224 278	275 953	294 200	289 901	307 326	382 530	304 938	363 157
Colombia	193 996	183 968	189 029	205 443	215 089	255 384	294 997	288 739	309 852	294 389	314 275
Brasil	154 096	147 214	139 089	153 189	160 376	159 903	157 482	156 699	180 652	196 422	213 041
Kenya	93 639	103 523	145 204	202 294	149 241	166 948	177 799	218 692	136 420	176 045	194 279
Venezuela	83 304	71 771	68 701	83 618	107 301	116 964	112 670	121 576	128 601	130 290	133 922
Chile	209 645	122 633	232 202	166 382	156 247	160 000	165 000	160 000	148 459	140 558	133 636
EE.UU.	193 100	105 230	270 813	158 150	205 432	238 495	166 106	179 124	207 750	124 860	132 730
Otros países	1 106 004	1 068 196	1 127 262	1 203 695	1 223 738	1 247 320	1 237 212	1 337 333	1 379 564	1 423 923	1 429 136

En la Tabla 8, se muestra el rendimiento mundial de palta. Podría decirse, que el crecimiento promedio mundial (0,2%) en los últimos años ha sido casi invariable. Empero, se puede también observar, el sustancial incremento en el rendimiento de paltas de la República Dominicana, pasando de tener 26 toneladas en 2007 a 43 toneladas en 2017. Por otro lado, países como Palestina y Kenia han disminuido su rendimiento entre el 2016 y 2017, mientras que los demás países han tenido incrementos moderados, a excepción de la Guyana Francesa

que ha mantenido su rendimiento constante en los 4 últimos años (2014-2017). Del mismo modo, el Perú no se ha quedado atrás y ha acrecentado su rendimiento mesuradamente pasando de 8,7 toneladas en 2005 a 11,8 toneladas en el 2017 (MINAGRI, 2019).

Tabla 8

Rendimiento mundial de palta

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Promedio Mundo	8 976	8 959	9 120	9 030	9 020	9 181	8 611	8 890	8 916	9 113	9 031
Rep. Dominicana	26 334	32 260	25 664	27 050	27 711	25 931	29 990	39 760	40 149	44 961	43 764
Samoa	28 750	28 750	28 991	29 182	29 368	29 762	29 743	29 905	30 075	30 239	30 402
Palestina	28 561	26 462	25 578	21 818	23 200	24 752	23 750	22 000	23 863	25 064	23 907
El Salvador	1 471	1 472	1 473	4 276	4 518	8 538	12 820	15 762	14 204	16 362	17 063
Kenya	13 000	13 104	14 444	19 602	14 984	15 148	15 543	18 880	16 076	17 084	16 741
Brasil	15 766	15 573	16 537	13 787	14 915	16 712	16 296	16 582	17 444	18 009	16 464
Guayana Franc.	40 292	39 630	40 132	40 013	36 000	26 667	20 000	15 000	15 000	15 000	15 000
Polinesia Franc.	13 189	13 392	13 597	13 801	14 286	15 000	13 750	13 750	14 112	14 363	14 415
Líbano	13 954	13 556	11803	13 423	13 565	13 662	13 560	13 459	13 358	13 256	13 155
Cuba	11 294	11 761	11 875	12 058	12 232	12 500	12 500	12 759	12 881	12 936	13 133

Fuente y elaboración: *MINAGRI

Nota: *Ministerio de Agricultura y Riego

4.4.2. Producción de palta en Perú

4.4.2.1. Principales Regiones productoras.

Como se puede observar en la Tabla 9, La libertad es la zona de mayor producción, ubicada en la costa del país, posee una participación del 37.7% (2019) y un crecimiento promedio anual del 12% en los últimos cinco años. Además, Chavimovic conocido también como, la cuna de la industria Hass en el Perú, es uno de los principales centros de producción del país, esto debido a las favorables condiciones pedoclimáticas que posee, además de una

producción de alta tecnología, el capital intensivo y la vasta disponibilidad de agua. Adicionalmente, se tiene la zona de producción de Lambayeque, la cual ha incrementado su producción anual, entre los años 2015 y 2019, en un 31.2%. En esta zona, la palta es el segundo cultivo más importante después de la caña de azúcar y cuenta con 5,728 hectáreas. Cabe mencionar que en Olmos, la palta tiene un buen nivel de productividad como causa de las óptimas condiciones climáticas y del uso de portainjertos. Así también dentro de esta zona, los cultivos no han alcanzado su madurez, lo que hace que tengan un rendimiento actual de 10 a 12 t/ha. No obstante, se espera incrementar el rendimiento en los próximos años, hasta obtener de 20 a 25 t/ha (SSE, 2019).

En la Sierra peruana, los cultivos de palta se realizan en pisos cálidos de entre 1,000 a 2,000 m.s.n.m., con temperaturas medias de 17 a 19 grados. Esta zona tiene un calendario de producción diverso, ocasionado por las temperaturas más bajas en comparación con las de la zona costera, por lo mismo la temporada de la variedad Hass puede tener sus inicios desde mediados de febrero. Dentro de la sierra, las principales zonas de cultivo están ubicadas en los departamentos de Arequipa, Junín, Ayacucho y Cusco. Así mismo, los cultivos de palta se ubican entre los 800 y los 2,700 m.s.n.m., de estos el 75% pertenece a la variedad Fuerte y el 20% a la variedad Hass (SSE, 2019).

Tabla 9

Producción de palta por región en toneladas

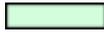
Región	2015	2016	2017	2018	2019	**% Part. 2019	*CAGR
Total	376 602	455 394	466 796	504 532	535 911	100.00%	7.30%
La Libertad	112 775	178 272	197 271	204,526	202 184	37.70%	12.40%
Lima Prov.	81 310	92 070	86 304	83 607	80 190	15.00%	-0.30%
Ica	56 638	57 049	53 924	66 332	71 591	13.40%	4.80%
Junín	31 917	34 128	36 607	41 450	44 808	8.40%	7.00%
Lambayeque	7 679	8 278	9 904	15 559	29 825	5.60%	31.20%
Arequipa	12 067	12 579	15 862	20 085	22 731	4.20%	13.50%
Ancash	26 116	20 456	11 473	17 547	20 180	3.80%	-5.00%
Ayacucho	5 311	5 219	7 772	6 615	16 640	3.10%	25.70%
Moquegua	6 393	6 156	5 061	6 778	7 556	1.40%	3.40%
Cusco	6 170	7 861	4 868	5 524	7 067	1.30%	2.80%
Piura	4 267	7 025	8 364	7 930	5 806	1.10%	6.40%
Apurímac	3 727	3 795	3 945	4 403	4 126	0.80%	2.10%

 Loreto 	3 289	3 453	3 513	3 530	3 555	0.70%	1.60%
 Huánuco 	2 741	2 833	3 297	3 565	3 547	0.70%	5.30%
 Cajamarca 	4 745	4 510	5 699	5 003	3 421	0.60%	-6.30%
 Pasco 	2 212	2 384	3 066	2 601	2 942	0.50%	5.90%
 Puno 	2 430	2 469	2 463	2 460	2 455	0.50%	0.20%
 Ucayali 	2 088	2 087	2 553	2 295	2 056	0.40%	-0.30%
 Lima Metrop. 	1 634	1 820	1 739	1 504	1 499	0.30%	-1.70%
 Amazonas 	926	1 051	1 155	1 160	1 651	0.30%	12.20%
 Huancavelica 	642	729	811	914	874	0.20%	6.40%
 Madre Dios 	424	491	423	508	608	0.10%	7.50%
 San Martín 	723	301	313	356	417	0.10%	-10.40%
 Tacna 	378	377	410	280	182	0.00%	-13.60%

Fuente: *SSE

Elaboración: *UIC-SSE

Leyenda :

Región de la costa con crecimiento en la producción de palta (2015-2019) 

Región de la sierra con crecimiento en la producción de palta (2015-2019) 

Región de la selva con crecimiento en la producción de palta (2015-2019) 

Nota: *Porcentaje de participación (% Part.), *Compound annual growth rate (CAGR), *Sierra y Selva Exportadora (SSE), *Unidad de Inteligencia Comercial (UIC)

4.4.3. *Exportación de palta peruana*

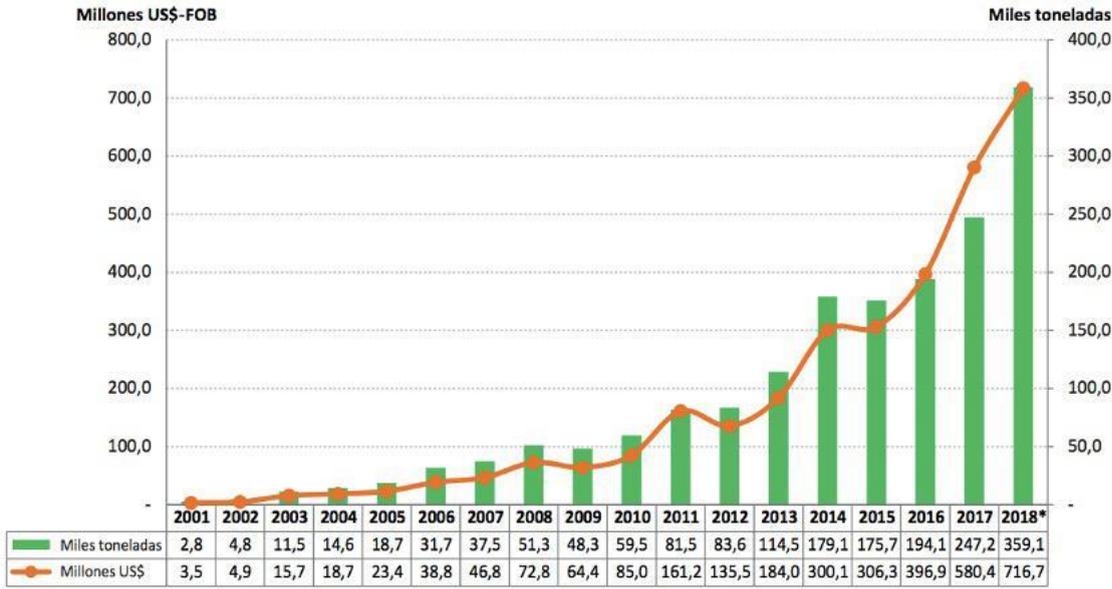
4.4.3.1. **Evolución de las exportaciones peruanas.**

De acuerdo a MINAGRI (2019), a finales de la década de los 90' se registraron las primeras exportaciones de palta Hass, el porqué de esta variedad se resume en su facilidad para ser transportada, su mejor manejo en la post cosecha y el factor más importante, su gran acogida en los mercados internacionales. A inicios de la década pasada las exportaciones se incrementaron paulatinamente. En el 2001 se exportaron tan solo 2,8 mil toneladas de palta las cuales eran destinadas netamente al mercado europeo, pero con el pasar los años se diversificaron los mercados de destino.

Cuando la economía peruana empezó en un periodo de fortalecimiento decidió apostar por las agro exportaciones, ya que tenía motivaciones concretas, sobre todo en la zona costera del país, la cual tenía a su disposición agua para el riego por goteo de sus cultivos y no dependía de las lluvias, lo que le permitía planificar no solo la siembra sino también poder cultivar en función de la estacionalidad de los mercados. A partir de allí la producción para la exportación de palta comenzó a aumentar, ello como respuesta a un mercado que ofrecía precios estupendos por la palta, y en el que incluso la demanda comenzaba a superar la oferta.

Como se muestra en la Figura 4, ya en el año 2005 se habían exportado más de 30 mil toneladas de palta, incrementándose aún más para el 2010, llegando a exportar 59,5 mil toneladas y en el 2015 casi se triplicaron los volúmenes de exportación con 175,7 mil toneladas. Y se prevé que este crecimiento continúe (MINAGRI, 2019).

Figura 4
Exportaciones peruanas de paltas frescas



Fuente: *MINAGRI Elaboración: *DGPA- DEEIA

Nota: *Dirección General de Políticas Agrarias (DGPA), *Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria (DEEIA), *Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)

Así mismo, de acuerdo a datos más actualizados publicados por TRADE MAP (2019) las exportaciones de palta peruana para el 2019, representaron el 12,1% de las exportaciones mundiales, obteniendo la tercera posición en las exportaciones mundiales, solo por detrás de México y Países Bajos. Con un total de 312,073 mil toneladas, valorizado en 751,330 miles de dólares y una tasa de crecimiento en las cantidades exportadas del 19%.

4.4.3.2. Mercados de destino.

MINAGRI (2019), expone en la Tabla 10, que hasta el 2009 el principal y casi único destino de nuestras exportaciones, era el mercado europeo al cual se destinaban el 98.45% de

las exportaciones totales. Sin embargo, en el 2010 se muestra un aumento de mercados de destino, el cual tiene lugar gracias a:

- a) La firma del Acuerdo de Promoción Comercial con los Estados Unidos, el mismo que entra en vigencia en el 2009, y permite tener un acceso libre de aranceles al mercado estadounidense.
- b) En el 2010, se firma el Protocolo Fitosanitario que tiene como objetivo darle vía verde al ingreso de paltas frescas al mercado americano, siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos administrativos, con el objeto de limitar el acceso de cualquier enfermedad que pudiera venir junto a los cargamentos de palta.
- c) De igual forma, en el 2013 entra en vigencia el Acuerdo Comercial entre el Perú y la Unión Europea, el cual al igual que el acuerdo con Estados Unidos le otorga a la palta un acceso libre de aranceles a 28 mercados casi en su totalidad del primer mundo.
- d) Y como si fuera poco, se firma también un Tratado de Libre Comercio con Chile, y entra en vigencia un Protocolo Fitosanitario para la palta fresca peruana.

Con todos estos cambios vemos como del 2009 al 2013 el incremento de exportaciones casi se duplica, pasando de 48 mil toneladas a 114 mil, e increíblemente de 2013 a 2018 se triplica llegando a alcanzar 359 mil toneladas exportadas (cifras preliminares) (MINAGRI, 2019).

Tabla 10

Exportaciones de palta peruana al mundo

	2001	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Mundo	2 757	18 670	48 346	59 521	81544	83 576	114 544	179 093	175 695 1	194 121	247 192	359 072
Unión Europea	2 756	18 380	46 248	56 751	66 985	64 269	88 309	104 670	114 787 1	143 875	160 196	228 340
EEUU	-	-	84	434	9 094	15 874	21600	65 188	47 177	32 296	66 236	82 764
Chile	-	-	479	281	937	678	785	2 716	8 324	7 992	6 090	20 744
China						21	21		59	1869	4 628	11783
Japón								57	25	947	3 270	5183
Costa Rica				162	721	113	45	108	1694	3 296	1861	2 034
China					132	272	628	1 196	524	1932	1805	5190
Canadá		224	1 342			1801	2 608	4 164	1463	365	1514	757
Rusia				39	303	421	381	400	528	717	1073	1645
Panamá					21	43	21	42	47	326	191	33
Otros países		67	189	589	867	81	146	550	1067	506	331	598

Fuente: *MINAGRI

Nota: *Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), preliminar (*2018)

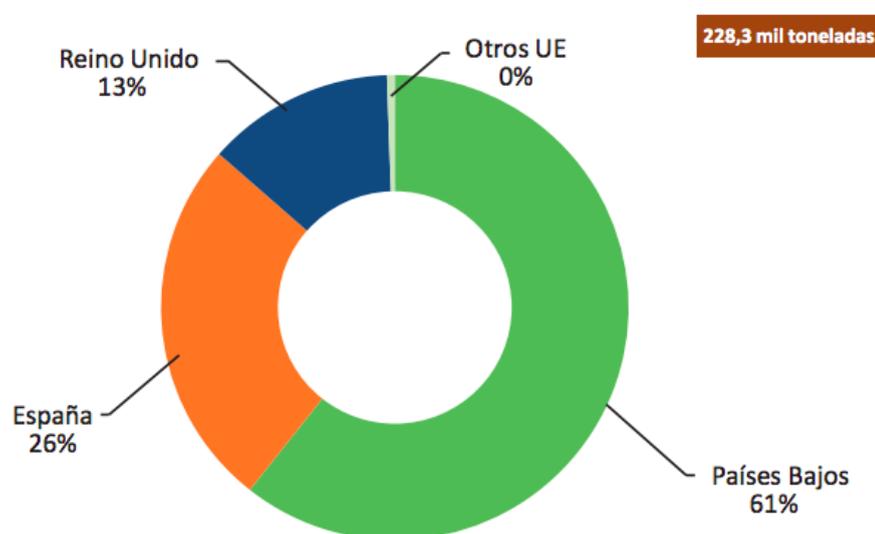
4.4.3.3. Principales mercados de exportación.

Según el estudio publicado por el MINAGRI (2019), La Unión Europea, se ha establecido como el principal mercado de destino, con 228,3 mil toneladas de palta importadas de un total de 359 mil alrededor del mundo, representa el 63% de las exportaciones totales de palta peruana en el 2018.

Como se observa en la Figura 5, los Países Bajos, España y Reino Unido abarcan el 99% de las exportaciones realizadas a la Unión Europea.

Figura 5

Principales mercados de exportación en la UE en el 2018



Fuente: *MINAGRI

Nota: *Ministerio de Agricultura y Riego

MINAGRI (2019) sostiene que, Estados Unidos, es el segundo mercado con mayor importancia ya que en el año 2018 representó el 23% del total de exportaciones de palta peruana. Este mercado ha venido creciendo gracias a los acuerdos firmados, pasando de representar el 0,7% del total exportado en 2010 a el 18% en 2013. Para el año 2014 Estados Unidos alcanza un nuevo récord con el 36% de participación. Sin embargo en los dos años venideros cayeron las exportaciones de palta hacia los Estados Unidos, según informó Infohass como respuesta a la maduración irregular que habría sufrido la palta en los almacenes de California- USA, además de la implementación de la enérgica campaña promocional realizada por México con el objetivo de reforzar su posición de mercado.

No obstante, durante el 2017 y 2018, las exportaciones peruanas hacia el mercado norteamericano se han recuperado, gracias a un estupendo manejo de marketing por parte de

las empresas peruanas exportadoras y a la oportuna oferta de la palta peruana, que ha aprovechado los periodos de menor oferta de palta mexicana. Un punto que puede ser considerado a favor y en contra es la dependencia que se tiene en frente a estos dos grandes mercados, ya que entre el 2011 y el 2017 abarcaban el 94% del total de exportaciones de palta peruana. Para el 2018 se ha reducido hasta un 87% a causa de la presentación de nuevos mercados, como lo son, el mercado chileno, el japonés y el canadiense, y aún más recientemente el mercado chino (MINAGRI, 2019).

Según datos más recientes publicados en TRADE MAP (2019), los principales destinos de exportación en el 2019 para Perú han sido Los Países Bajos, Estados Unidos de América, España y Reino Unido, en orden de importancia.

En 2019, se exportaron 102,332 t de palta a Los Países Bajos, representando el 33,2 % del total de las exportaciones de palta peruana, y con un valor estimado en dólares de 2,323. Es importante mencionar que la tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2015 y 2019 es del 17%. Además, Estados Unidos de América, continúa siendo el segundo mercado más importante, con 85,369 t de palta exportadas en 2019 a un valor unitario de 2,714 (mayor al europeo), tiene una participación del 30,8% de las exportaciones de palta peruana. Así mismo la tasa de crecimiento en las cantidades exportadas de 2015 a 2019 es del 24%. El tercer destino de exportación para palta peruana es España, con una tasa de crecimiento del 13% (2015- 2019). En 2019 se exportaron 48,637t de palta a un valor unitario de 2,359, abarcando el 15,3% del total de exportaciones de la fruta tropical peruana. El cuarto mercado más importante es el de Reino Unido, esto debido a que tiene una participación del 7,8% del total de exportaciones peruanas de palta, y su tasa de crecimiento de las cantidades exportadas es del 12% (2015- 2019). Se han exportado 25,615t en el año 2019 a un valor unitario de 2.295, siendo este el valor más elevado entre los antes mencionados (TRADE MAP, 2019).

4.4.3.4. Exportaciones de Palta Hass.

En el artículo periodístico realizado por León (2019) se exponen las declaraciones realizadas por Daniel Bustamante Canny, presidente de Asociación de Productores de Palta Hass del Perú (ProHass), el cual señaló que el Perú en 2019 exportó 285 mil toneladas de palta Hass, una cantidad menor a la exportada en el 2018, (338 mil toneladas), ello debido a que después de la cosecha del año 2018, muchos de los árboles de palta terminaron agotados, ocasionando que los rendimientos en 2019 disminuyan y sobre todo en el departamento de Trujillo donde se concentra el cultivo de palta.

De igual forma, señaló que durante el primer trimestre de la temporada 2019 (febrero, marzo, abril) se incrementó la cantidad de palta, debido a que los nuevos cultivos tuvieron

una producción temprana, sobre todo aquellos ubicados en Olmos -Lambayeque y en la sierra del país. El presidente de ProHass hizo también referencia a los precios , ya que durante la campaña del 2019 estos se incrementaron, debido no solo a la disminución de exportaciones peruanas sino también a que todos los países productores tuvieron bajas producciones. California produjo menos del 50% respecto al 2018, mientras que Sudáfrica tuvo una reducción del 40%, afectando la oferta global de la palta en todos los mercados. Por otro lado, del total enviado de palta Hass peruana, en la campaña 2019, el 57% tuvo como destino Europa, mientras que el 30% Estados Unidos y el 13% residual el resto del mundo. Es importante mencionar que según el presidente de ProHass la producción de palta en Olmos seguirá creciendo, ya que las plantaciones son jóvenes y además producen en una temporada en la que el mercado mundial está relativamente desabastecido (León, 2019).

4.4.3.5. Principales empresas exportadoras.

Sierra y selva exportadora (2019), sostiene que en la actualidad existen más de 300 empresas exportadoras de palta. Sin embargo en 2019, tan solo 20 de ellas representaron el 67.6% de la participación total en exportaciones de palta peruana. En la Tabla 10, se observan a las principales empresas exportadoras.

Tabla 11

Principales empresas exportadoras de palta.

	Volumen en miles TM					% Part. 2019	CAGR 2015-2019	% Var. 19/18
	2015	2016	2017	2018	2019			
Total exportado	175,684	194,084	247,537	361,362	312,241		12.2%	-13.6%
AVOCADO PACKING COMPANY S.A.C.	7,412	9,656	29,656	29,326	30,487	9.8%	32.7%	4.0%
SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	18,896	28,393	22,691	31,116	21,003	6.7%	2.1%	-32.5%
AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.C.	17,070	15,552	11,483	24,363	20,670	6.6%	3.9%	-15.2%
CAMPOSOL S.A.	22,770	19,940	39,479	44,614	20,486	6.6%	-2.1%	-54.1%
CAMET TRADING S.A.C.	0	11,627	11,819	16,874	16,907	5.4%	9.8%	0.2%
CONSORCIO DE PRODUCTORES DE FRUTA S.A.	10,358	9,614	11,131	13,596	15,556	5.0%	8.5%	14.4%
VIRU S.A.	3,229	4,379	10,421	15,641	11,103	3.6%	28.0%	-29.0%
CORPORACION FRUTICOLA DE CHINCHA S.A.C.	7,774	7,061	6,734	9,395	10,800	3.5%	6.8%	15.0%
ASR TRADING SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	0	827	5,906	10,124	9,159	2.9%	82.4%	-9.5%

PLANTACIONES DEL SOL S.A.C	0	174	3,212	7,179	8,229	2.6%	162.1%	14.6%
INCAVO S.A.C.	2,233	3,337	4,326	7,919	7,511	2.4%	27.5%	-5.2%
AGRICOLA HOJA RE	1,934	2,048	1,786	6,154	6,578	2.1%	27.7%	6.9%
NDAS.A.	3,170	1,722	2,969	6,071	4,614	1.5%	7.8%	-24.0%
AGRICOLA LAS MARIAS S.A.C.	749	2,815	1,743	5,394	4,590	1.5%	43.7%	-14.9%
AGRICOLA PAMPA BAJA S.A.C.	1,874	971	2,888	6,433	4,398	1.4%	18.6%	-31.6%
HASS PERU S.A.	3,037	2,804	2,829	3,194	4,261	1.4%	7.0%	33.4%
AGRICOLA CHAPI S.A.	3,346	2,925	2,410	3,840	4,057	1.3%	3.9%	5.7%
PROCESADORA LA RAN SAC	0	1,464	3,788	2,520	3,698	1.2%	26.1%	46.7%
AS ICA FARMS S.A.C.	2,592	48	0	3,074	3,453	1.1%	5.9%	12.3%
AGRICOLA ALPAMAYO S.A.	1,184	1,443	1,457	1,937	3,395	1.1%	23.4%	75.3%
COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	68,054	67,283	70,807	112,600	101,288	32.4%	8.3%	-10.0%

Fuente: *SSE

Elaboración: *UIC-SSE

*Sierra y Selva Exportadora (SSE), *Unidad de Inteligencia Comercial (UIC)

- a) **Avocado Packing Company S.A.C.:** Es una empresa agroindustrial peruana con sede principal en Lima, y a su vez en Trujillo. Fue fundada el 12 de noviembre del 2013 y forma parte de la Industria de Mayoristas de Productos Frescos. Cuenta con 469 empleados en todas sus ubicaciones (Sierra y selva exportadora, 2019)
- b) **Sociedad Agrícola Drokasa S.A.:** Está dedicada al desarrollo, envasado, comercialización y distribución de productos del sector agrícola (palta, espárrago, uva, arándano) , insumos químicos industriales y productos de consumo masivo (DROKASA, 2017).
- c) **Agrícola Cerro Prieto S.A.C.:** Es una empresa agrícola localizada al norte del territorio peruano, en el departamento de La Libertad, dedicada a la producción, empaque y comercialización de los siguientes productos agrícolas: palta, uva, espárrago y arándano (Sierra y selva exportadora, 2019).
- d) **Camposol S.A.:** Fue fundada en 1997 y comenzó sus operaciones en la región peruana de La Libertad, durante el mismo año adquirió nuevas tierras en el Proyecto Especial Chavimochic a través de subasta pública. Actualmente la empresa cuenta con más de 25000 hectáreas de terreno en Chao, Virú y Piura, todas ellas ubicadas en el norte del país; así mismo, cuenta con operaciones en Colombia y Uruguay. El complejo de Camposol se conforma por seis plantas de procesamiento: tres de conservas, dos de productos frescos y una de productos congelados. Además posee

una empaquetadora de frutas y son especialistas en la producción y comercio de arándanos, aguacates, uvas de mesa, mangos, mandarinas y camarones (Camposol, s.f.)

- e) **Camet Trading S.A.C.:** En el 2017, realizó una alianza con Westfalia Fruit Sudáfrica, un proveedor multinacional de frutas tropicales tanto frescas como procesadas. Se focaliza sobre el cultivo, el envasado, procesamiento y comercialización de la palta durante todo el año (Sierra y selva exportadora, 2019).

4.4.4. Producción de palta en Italia

Según una noticia publicada por ICEX (2018), el consumo mundial de palta ha dado un salto exponencial en los últimos años y, por ende, también la demanda mundial. Es así, que en Italia-Sicilia se ha comenzado a producir este fruto, propio de climas calurosos, como los centro y sudamericanos, donde la empresa líder de producción italiana “Sicilia Avocado” obtuvo entre 300 y 400 toneladas de aguacates en la campaña del 2017. Igualmente en el 2017, el volumen de negocio generado por la palta en Italia, fue de 8 millones de euros, un mercado que está incrementando su demanda a ritmo constante. El cual representa un crecimiento de más del 78% en el último año y debido a que el suministro del producto aún es bajo, los precios de los mismos son altos.

Ahem (2019) sostiene que no obstante, hasta hace una década, la producción comercial de paltas y otras frutas tropicales en Italia no existía. Hoy en día, un informe de Coldiretti señala que en el país existen más de 500 hectáreas cultivadas con frutas tropicales, las cuales en tan solo cinco años se han multiplicado por 60.

Sicilia es la primera región italiana que se destaca por el cultivo de diferentes variedades de palta en el campo entre Messina, Etna y Acireale. Además, un punto clave es que el éxito de las frutas tropicales producidas en Italia parece estar garantizado. Según una encuesta de Coldiretti-Ixè, más de seis de cada 10 italianos (61%) comprarían plátanos, mangos y paltas italianos en lugar de extranjeros, si los tuvieran disponibles. Así también, el 71% de los ciudadanos estarían dispuestos a reconocer su mayor valor, teniendo en cuenta las mayores garantías en materia de seguridad alimentaria, con especial atención a los residuos de plaguicidas, calidad y frescura e impacto social. Según la primera confederación de agricultores de Europa, esta preferencia también se da, gracias a la reducción de las distancias entre los cultivos y los lugares de consumo, sumado a la cosecha de un fruto que alcanza su madurez en el árbol. Es importante también mencionar la mayor confianza que tienen los consumidores en la calidad de la producción agrícola nacional, por motivos vinculados a su sostenibilidad (Strinati, 2019).

Finalmente ,según Ettore Prandini, presidente de Coldiretti, Italia se encuentra en la cima de la seguridad alimentaria mundial con el menor número de productos agroalimentarios con residuos químicos irregulares (0,8%), 1,6 veces menor que la media de la Unión Europea (1,3%) y 7 veces la de los países extracomunitarios (5,5%). (Strinati, 2019).

4.4.4.1. El cultivo de la palta en Italia.

a) Variedades más adecuadas para el cultivo en Italia

Según Simone (2016) existen varios tipos de palta aptas para ser cultivadas en terreno italiano, pero de todas ellas las más productivas son:

- Fuerte: se recolecta desde mediados de noviembre hasta febrero. Esta variedad se enfrenta a años más productivos que otros.
- Bacon: se cosecha entre noviembre y diciembre y es muy resistente al frío.
- Hass: se recolecta desde febrero hasta finales de julio. La pulpa de esta variedad es popular por su alta calidad, ya que tiene un sabor aún más intenso que las otras. Sin embargo, no tolera bien las heladas.
- Ettinger: el período de cosecha va desde mediados de octubre hasta finales de diciembre.
- Junco: se recolecta de mayo a agosto. Esta variedad tiene una forma más redondeada y se debe evitar cultivarla en zonas ventosas.
- Pinkerton: se recolecta en invierno, entre los meses de enero y febrero. Su productividad es alta y constante cada año.

b) Cuándo iniciar el cultivo de palta en Italia

El período del año más aconsejable para comenzar a sembrar palta va desde abril hasta finales de junio, por consiguiente la recolección de los frutos se realiza en los meses de verano, entre junio y septiembre. Otro buen momento para iniciar a cultivar palta en terreno italiano puede ser desde fines de febrero, justo antes del reinicio vegetativo de las plantas, hasta Junio. Prácticamente , el cultivo de palta puede realizarse en cualquier época del año, siempre que se realice a partir de plantas cultivadas en maceta. Las únicas precauciones, en este caso, deben consistir en evitar los períodos más calurosos del año; e identificar con precisión qué variedad vegetal es la mejor para el área en la que desea cultivar (Simone, 2016).

c) Cómo iniciar una cosecha

Andrea Passanisi, fundador de Sicilia Avocado, comenta en un entrevista realizada por la revista Millonaire, que primero se debe verificar si existen las condiciones climáticas y de suelo adecuadas. Después de la siembra, se necesitan cuatro años para obtener los primeros

frutos y la superficie mínima recomendada para sembrar es de 3-4 hectáreas. El suministro de plantas se puede realizar a través de productores sicilianos y españoles, ya que ellos tienen las plantas adecuadas, los portainjertos, y la semilla certificada. Respecto a las inversiones afirma que estas deben incluir, análisis preliminares, movimiento de tierras, plan de fertilización, sistema de riego por aspersión y plantas (Messa, 2018).

4.4.5. Importación de palta en Italia

Según datos de TRADE MAP (2019) las importaciones de Italia en el 2019, representaron el 1,1% del total de importaciones alrededor del mundo, ocupando una posición relativa como el 12vo país con mayores importaciones de este producto. Durante el mismo año Italia importó 25,510 mil toneladas de palta, por un valor total de 80,172,000 dólares y con una tasa de crecimiento en las cantidades importadas del 23% entre 2015 y 2019.

La distancia media de sus países proveedores es de 1165 km, una distancia corta pensando que la fruta tropical es producida en grandes cantidades en países centro y sud americanos. La explicación a esto hecho, se da porque Italia importa palta de países europeos acopiadores, que se encargan de la distribución del producto por todo el continente europeo. Es así que la lista de sus principales proveedores la lidera Los Países Bajos, con el 37,6% de participación. Italia ha importado de este país un total de 9,231 mil toneladas de palta en 2019, una disminución respecto al 2018 en el que importó 10,025 mil toneladas. El valor promedio unitario en 2019 fue de 3.246 dólares. El segundo proveedor en la lista es Francia, con una participación del 32,8% y una considerable tasa de crecimiento en las cantidades importadas del 42% en los últimos 5 años. Seguidamente encontramos a España la cual ocupa el 15,3% del total de importaciones italianas de palta. En 2019 su valor unitario fue superior al de Países Bajos (3.460 USD). En la lista también podemos observar países como Alemania, Israel, Reino Unido, entre otros (TRADE MAP, 2019).

4.4.5.1. Importación en volumen de frutas exóticas.

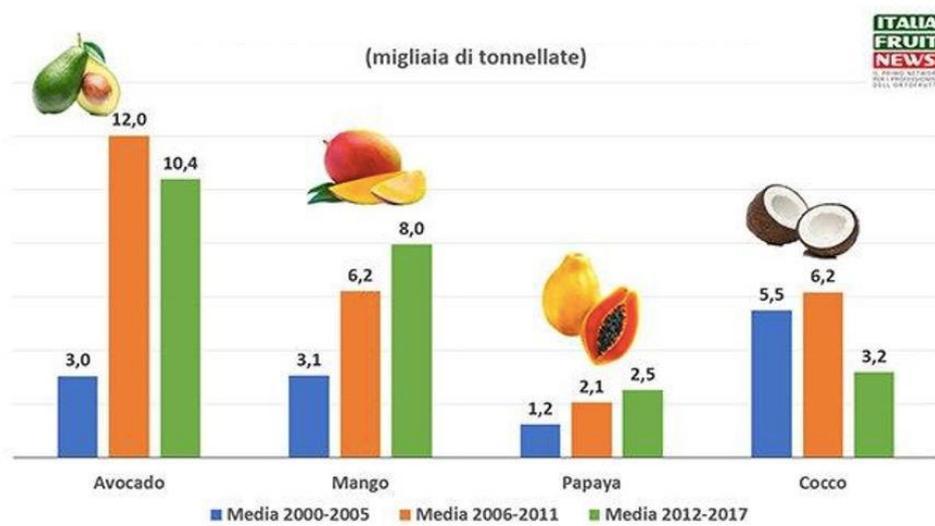
Al analizar los datos de Eurostat relativos a las importaciones de frutas exóticas del exterior, podemos ver que la primera familia de productos que se importan a nuestro país, en volumen, es la de las paltas. De hecho, a pesar de que los volúmenes fueron levemente menores en el período 2012-2017 en comparación con el período anterior, la palta sigue siendo la fruta exótica más importada, con un promedio de más de diez mil toneladas (Italiafruit News, 2018).

Es interesante observar en la Figura número 6, que 2012 y los siguientes dos años fueron extremadamente negativos para la palta en términos de volúmenes importados: de hecho, si

entre 2009 y 2011 se importaban casi 20 mil toneladas al año en promedio, el prolongamiento de la crisis económica ha empujado a la baja las importaciones que para el trienio 2012-2014 promediaron alrededor de siete mil toneladas al año, bajando en consecuencia la media del período total (Italiafruit News, 2018).

Figura 6

La evolución de las importaciones de fruta exótica en volúmenes



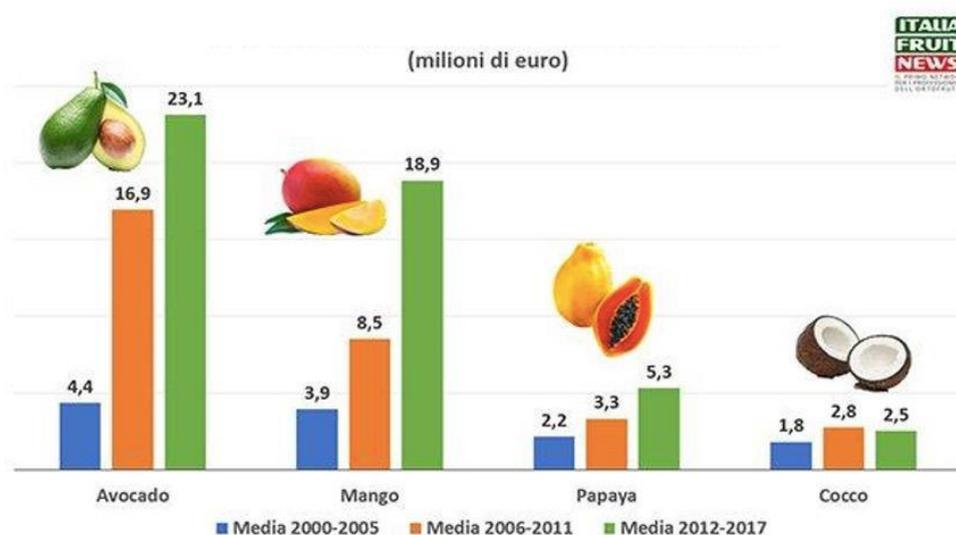
Fuente y elaboración: Italiafruit News

4.4.5.2. Importación en valores de frutas exóticas.

Según Italiafruit News (2018) las importaciones de palta superan los 23 millones de euros en el periodo 2012-2017, lo cual representó un crecimiento del 37% respecto al periodo 2006-2016. Como se puede observar en la Figura 7, la palta es la fruta exótica que más dinero mueve en las importaciones italianas.

Figura 7

La evolución de las importaciones de fruta exótica en valores



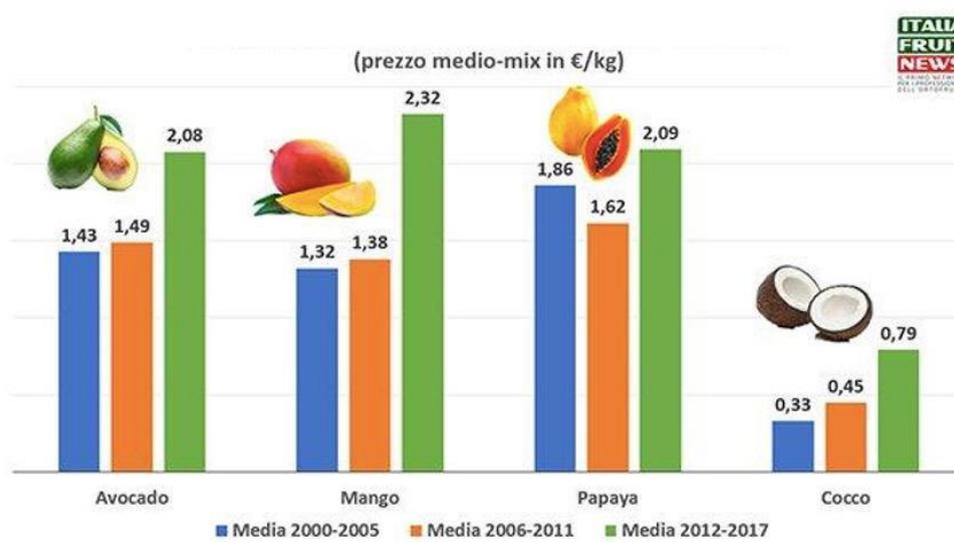
Fuente y elaboración: Italiafruit News

4.4.5.3. Precios de importación de frutas exóticas.

Como se aprecia en la Figura 8 los precios de las frutas exóticas importadas se han disparado en los últimos años. Analizando el precio medio de las importaciones, de acuerdo a los datos procesados por Eurostat, en promedio, en los últimos años el precio de las paltas importadas ha tocado los 2,10 euros el kilo, aumentando un 40% respecto a principios de la década de 2000 (Italiafruit News, 2018).

Figura 8

La evolución del precio de las importaciones de fruta exótica



Fuente y elaboración: Italiafruit News

4.4.5.4. Importaciones italianas provenientes del Perú.

Las importaciones de palta proveniente del Perú han variado mucho entre los años. En 2011 se importaron 40 toneladas de palta en Italia por un valor de EUR 57 860, y un precio promedio EUR 1,4/kg; estos valores y cantidades se incrementaron en 2013 alcanzando un total de 121 toneladas por un valor de EUR 219 080. Sin embargo, en el 2014 no se tuvieron importaciones del producto provenientes desde Perú (MINAGRI, 2019).

En 2019, Italia importó del Perú, 21 mil toneladas, a un valor de 29 mil dólares. La tasa de crecimiento de las cantidades importadas es muy alentadora, con un 77% entre los años 2015 y 2019. Sin embargo, aunque la tasa de crecimiento de los valores importados en los últimos 5 años registrados sea del 42%, la misma tasa entre el 2028 y 2019 es desconcertante ya que se muestra negativa con un 15% en menos. Esto se puede deber al bajo valor unitario de tan solo 1,381 USD. Así mismo aunque nuestra participación en las importaciones italianas

no alcance el 1% es un mercado en el que cada año crece la demanda por la palta y en el que vale la pena invertir (TRADE MAP, 2019).

4.5. Diagnóstico del negocio y análisis de Porter.

4.5.1. Análisis del entorno

4.5.1.1. Análisis del entorno general (Análisis PEST) del Perú.

a) Político

A finales del 2020 el Perú se enfrentó a una fuerte crisis política. El lunes 9 de noviembre del 2020 el Congreso de la República destituyó a Martín Vizcarra como presidente del Perú, alegando su "incapacidad moral", motivada por acusaciones de corrupción cuando este ejercía sus labores como gobernador de Moquegua entre los años 2011 y 2014. A consecuencia de ello el martes 10 de noviembre, Manuel Merino, quien para ese entonces era el presidente del Congreso, tomó el cargo de presidente de la República (BBC News Mundo, 2020).

Esta decisión desató intensas y multitudinarias protestas en varias ciudades del país, pero lamentablemente en la ciudad de Lima como resultado de estas fallecieron dos jóvenes en medio de una fuerte represión policial, ello dio lugar a la renuncia del expresidente Merino y el paso a Francisco Sagasti como presidente transitorio de la República, el día 17 de noviembre, el cual deberá abandonar su puesto el 28 de julio de 2021, cuando entre en cargo el nuevo presidente producto de las elecciones generales programadas para el mes de abril del 2021 (Agencia EFE, 2020).

Sin embargo, expertos políticos interrogados por BBC Mundo han declarado que la crisis que vive el país no es solo un problema coyuntural, sino que es un problema que tiene décadas, ocasionado por el descrédito de los partidos políticos y la enorme crisis de representatividad de estos. Así también, señalan que Sagasti ha asumido un mandato en el que deberá enfrentar no solo una crisis política sino también revertir la crisis económica y la crisis sanitaria, atajando el avance de la pandemia. Otro de los expertos señala que todo esto se debe a la informalidad no solo económica del país sino también a la informalidad política, que hace que cualquier persona pueda llegar al congreso, y lo que se propone es una formalización de la carrera política para evitar vacancias tan frecuentes. (BBC News Mundo, 2020).

b) Económico

El Perú como tantos otros países se ha visto considerablemente afectado por la pandemia del COVID-19. Como resultado de la cuarentena obligatoria, durante el primer semestre del año 2020 hubo un descenso del PBI de 17.4%. Además, las encuestas de alta frecuencia realizadas por el Banco Mundial señalan que muchas de las familias peruanas ha

experimentado una de las más altas pérdidas de ingresos y de empleo de toda Latinoamérica. Estas pérdidas de empleo sumadas a la aversión al riesgo afectarán el consumo en lo que queda del año, y si no fuera poco la incertidumbre continuará dificultando la recuperación de la inversión privada (Banco Mundial, 2020)

Así mismo, el Banco Mundial (2020) comenta que el gobierno peruano con el objetivo de ayudar a las poblaciones vulnerables y las empresas ha puesto en marcha un programa de compensación económica y asistencia, este programa incluye transferencias en efectivo, postergación del pago de impuestos y garantías crediticias para el sector privado. Empero no se puede negar que la disminución en la actividad económica tendrá como consecuencia un importante incremento de la pobreza monetaria. Así mismo, para el 2021 se espera un sólido repunte, después de la terrible recesión del 2020, esperando una ejecución acelerada de la inversión pública y el mejoramiento de las condiciones internacionales gracias a la implementación de la vacuna contra el COVID-9.

- **Exportaciones agropecuarias del Perú**

Así mismo, se debe mencionar que las exportaciones e importaciones no se han detenido como consecuencia de la pandemia, dando un impulso a la economía. En la Tabla 12 se observan las exportaciones agropecuarias de los últimos tres años. En el 2018 llegaron a los USD 6,465 millones, un incremento de 13% frente al 2017. Para el 2019 las cifras se incrementan aún más llegando a exportar por un valor de US\$ 6,854 millones, un incremento del 6.0% respecto al 2018. Las cifras del 2020, actualmente se siguen actualizando en la Data de la SUNAT; sin embargo, se puede observar que se ha superado la cantidad en kilos exportada y el valor en dólares FOB con respecto al precedente año (Agrodata Perú, 2020).

Tabla 12

Perú: Exportaciones Agropecuarias (2018-2020)

MES	2018		2019		2020	
	FOB USD	KILOS	FOB USD	KILOS	FOB USD	KILOS
Enero	637,025,019	344,657,015	737,954,408	421,553,049	793,020,533	446,354,177
Febrero	449,304,464	263,673,854	416,943,958	238,641,783	517,047,994	303,286,344
Marzo	360,332,911	206,073,492	392,728,029	239,835,050	367,493,124	227,939,199
Abril	392,120,532	212,882,773	389,445,377	224,815,998	390,163,088	220,190,541
Mayo	462,585,140	249,973,659	453,978,764	255,713,341	483,263,540	275,147,792
Junio	435,361,671	233,539,211	509,470,485	269,595,121	507,033,304	266,208,874
Julio	463,635,736	240,028,911	596,637,373	336,112,138	561,262,082	299,244,109
Agosto	574,050,413	292,876,275	513,213,072	248,649,458	666,543,549	328,654,021
Septiembre	555,375,327	270,321,209	575,313,548	270,388,230	588,948,051	230,873,161
Octubre	699,072,246	314,440,923	681,264,896	314,027,802	3,253,189	3,163,648

Noviembre	668,736,744	341,202,098	758,699,368	386,866,320		
Diciembre	747,697,045	401.773,065	828,955,933	432,809,602		
TOTAL ES AÑO	6,465,299,248	3,371,442,485	6,854,605,211	3,639,007,892	4,878.028,454	2,601,061,866
Totales Septiembre	4,349,791,213	2,314,026,399	4,585,685,014	2,505,304,168	4,874.775,265	2,597,898,218
% *AUM/ *DISM	15.6%	17.8%	5.4%	8.3%	6.3%	3.7%
Precio Promedio	FOB US\$	1.88		1.83		1.88
%Crec. Precio	637,025,019	-1.9%		-2.6%		2.5%

Fuente y elaboración: Agrodata Perú
Nota *Aumento (AUM), Disminución (DISM)

Referente a la palta, según Koo (2020) las exportaciones hasta septiembre del 2020 alcanzaron los USD 763 millones a un precio promedio de USD 1,88 kilo, como se observa en la Tabla 13 las exportaciones en kilos para setiembre disminuyen en comparación a agosto, con tan solo 7,182,558 kilos, esto se debe a que la cosecha concentrada en el Perú se da entre los meses de abril a julio.

Tabla 13

Perú: Exportaciones de palta hasta septiembre del 2020

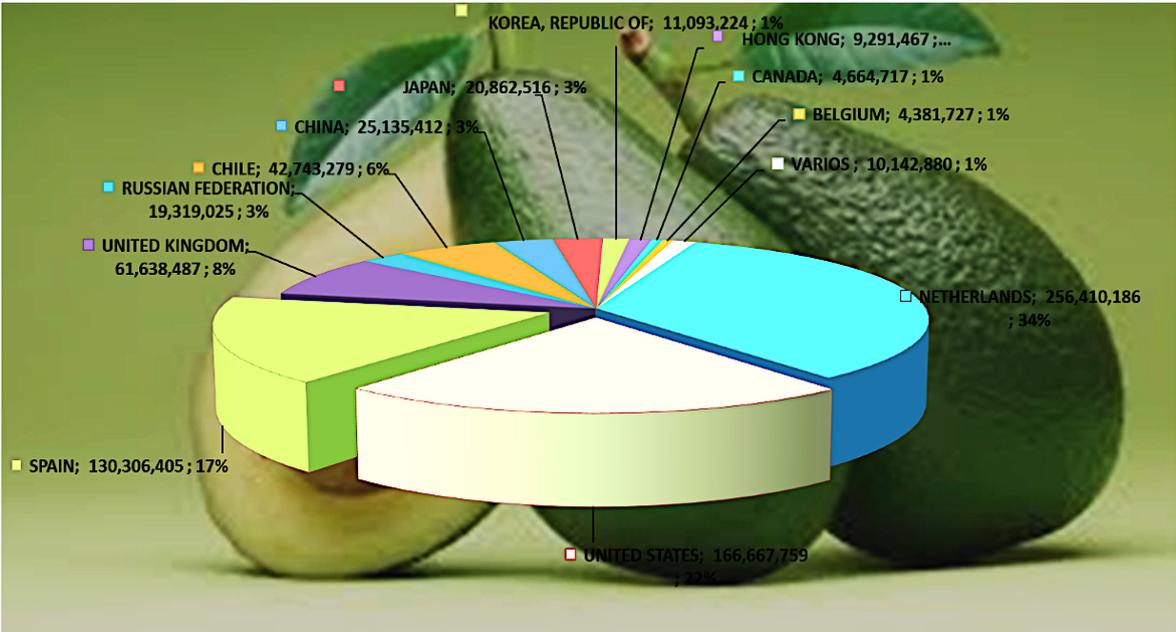
MES	2020			2019		
	FOB	KILOS	PREC. PROM	FOB	KILOS	PREC. PROM
ENERO	6 983,352	3,035,563	2.30	2,127,818	1,094,925	1.94
FEBRERO	20,879,346	8,884,991	2.35	5,038,009	2,621,621	1.92
MARZO	54,364,279	24,519,327	2.22	34,505,556	15,454,705	2.23
ABRIL	102,619,111	52,161,303	1.97	104,148,029	50,890,064	2.05
MAYO	159,932,443	88,090,918	1.82	144,096,814	66,329,868	2.17
JUNIO	164,419,376	90,642,298	1.81	184,714,637	73,008,163	2.53
JULIO	146,778,496	82,495,747	1.78	179,316,908	67,526,001	2.66
AGOSTO	93,006,065	48,895,473	1.90	72,319,187	26,456,161	2.73
SEPTIEMBRE	13,674,618	7,182,568	1.90	12,760,278	4,562,139	2.80
OCTUBRE				1,139,179	524,753	2.17
NOVIEMBRE				2,632,927	1,122,858	2.34
DICIEMBRE				2,939,431	1,279,068	2.30
TOTALES	762,657,087	405,908.186	1.88	745,738,773	310,870,326	2.40
PROMEDIO MES	84,739,676	45,100,910		62,144,898	25,905,861	
% CRECIMIENTO ANUAL	36%	74%	-22%	4%	-13%	20%

Fuente y elaboración: Agrodata Perú

Así también, se muestra en la Figura 9 que el mercado asiático comienza a crecer, como se observa se han realizado exportaciones de palta a China por un valor de USD 25,1 millones, a Japón por USD 20,8 millones, a Corea por USD 11,1 millones y Hong Kong por 9.3 millones de dólares americanos.

Figura 9

Valor FOB de las exportaciones de palta en 2020



Fuente y elaboración: Agrodata Perú

c) Social

La situación social actual del Perú está relacionada con la situación política, ya que como se ha mencionado anteriormente miles de jóvenes salieron a protestar el 9 de noviembre del 2020 como respuesta a la falta de representatividad por parte del congreso de la República. Como resultado de la protesta fallecieron dos jóvenes; sin embargo, también se consiguió que el congreso aprobara la renuncia del presidente Manuel Merino, y se optó por entregar el mando del país a Francisco Sagasti, actual presidente transitorio del Perú; sin embargo, la incertidumbre aunque de manera más leve, se mantenía esto debido a que el actual presidente formaba parte de un congreso que no posee ningún respaldo de la población. Además, la situación social también se relaciona con la situación sanitaria y económica, puesto que el coronavirus ha dejado hasta el 12 de diciembre de 2020 más de 36, 544 muertes, a causa del deficiente sistema sanitario con el que cuenta el Perú y a que como resultado de la cuarentena producto de la pandemia miles de personas han perdido sus empleos, ocasionando la fuente principal de sus ingresos como declara el Banco Mundial.

Por otro lado, la comisión de promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú) ha señalado que el Perú se ha posicionado como el principal proveedor de palta Hass en Europa, los envíos realizados entre enero y marzo de 2020, sumaron USD 64 millones, un incremento del 69% con respecto al 2019. Lo que muestra que la exportaciones de palta peruana, no solo están impulsando la economía del país, sino también apoyando a la sociedad a través del empleo que las exportaciones generan (Garcia, 2020).

d) Tecnológica

Tecnologías como drones, sensores de recopilación de datos y herramientas de riego por agua están impulsando la eficiencia en la industria agrícola a nivel local. A medida que los súper alimentos peruanos y otros productos orgánicos están ganando más atención, las oportunidades para hacer crecer la industria se hacen más evidentes. El gobierno de Perú inició un plan de más de USD 177 millones de 2015 a 2019 para desarrollar específicamente la innovación tecnológica en el sector agrícola. El portafolio de proyectos está dirigido por el Instituto Nacional de Innovación Agropecuaria (INIA) quien conscientemente ha involucrado a diversas regiones del país para ser parte del mismo (International Trade Experts, 2019).

Así también, MINAGRI, FAO-Perú y Telefónica Movistar han lanzado el proyecto Perú Smart Agro 4.0, que busca mejorar las cosechas e incrementar la productividad de los agricultores, promoviendo el uso eficiente del agua mediante el uso de la tecnología, lo que les permitirá incrementar sus producciones hasta en un 35% y a su vez generar un ahorro de agua.(MINAGRI, 2018).

Así mismo en el 2018 el MINAGRI, adquirió drones con el fin de optimizar la producción agrícola del país. Los beneficios de los drones para la agricultura son ampliamente reconocidos , esto debido a que ofrecen soluciones avanzadas para análisis de suelos, control de plagas y fumigación. Hoy en día, como consecuencia del paisaje a menudo dramático, los drones agrícolas se están utilizando cada vez más en el país. Sin embargo, el uso más amplio de drones en Perú podría mejorar significativamente la eficiencia agrícola y, por lo tanto, impulsar la producción (Perú info, 2019).

4.5.1.2. Análisis del entorno general (Análisis PEST) de Italia.

a) Político

Italia es una república parlamentaria unitaria con una constitución escrita. El presidente del país es el jefe de estado, mientras que el primer ministro es el jefe de gobierno. La política italiana suele estar dominada por tres partidos políticos, es decir, el Movimiento Cinco Estrellas, el Partido Demócrata y la Lega.

Debido a la actual pandemia, el gobierno italiano ha utilizado diversas estrategias para combatir no solo la crisis sanitaria sino también los problemas económicos. Por un lado, las autoridades italianas han implementado medidas draconianas para detener la propagación del coronavirus en el país. Pero, según Tondo (2020), miles de personas han sido acusadas de violar las medidas de encierro. Al principio, algunas personas lo vieron como un enfoque inútil; sin embargo, la percepción cambió rápidamente y la mayoría de la gente empezó a verla como una respuesta adecuada a una situación calamitosa.

b) Económico

El gobierno italiano, como se explica en detalle en el Boletín Oficial de 29 de junio de 2019, está trabajando en el segundo decreto de medidas urgentes para apoyar la economía y evitar el fantasma de una recesión. El decreto de "crecimiento" contendrá "financiación adicional", o más déficit público, para hacer frente a la emergencia (Gazzeta Ufficiale, 2019).

Desde otro ángulo, el impacto del coronavirus en la economía italiana será perjudicial tanto a corto como a largo plazo. Sin embargo, la promesa del gobierno de aumentar el gasto en una "terapia de choque masivo" para contrarrestar el impacto económico del virus se ha recibido con reacciones en su mayoría positivas. (BBC News, 2020).

Según ISTAT (2020) En el primer trimestre de 2020 respecto al anterior, se registró un descenso del 4,1% para las exportaciones y del 5,1% para las importaciones, debido a la fuerte caída de las ventas y compras. En marzo de 2020, el descenso anual de las importaciones disminuyó drásticamente (-18,1%) de ambos mercados, más marcadamente por los de fuera de la UE (-21,7%) que en el área de la UE (-15,5%).

En el sector de importaciones agrícolas es importante mencionar que después de un período de precios muy altos para las paltas Hass durante el invierno y la primavera de 2020, se vieron precios más bajos en los meses de verano. Esto se debió a un mercado bajo presión debido a la gran oferta generada desde Perú, gracias a un año de alta producción, como suele ocurrir cada dos años (Fresh Plaza, 2020).

Por otro lado, el gobierno ha decretado que las personas que utilicen tarjetas de crédito, tendrán un 10% de descuento sobre el importe pagado, así como también una especie de "súper premio" de tres mil euros para los 100.000 italianos que más utilizarán tarjetas y cajeros automáticos. El proyecto, como explica Conte para la "Prensa", sirve para animar a los italianos a utilizar dinero electrónico (Baroni, 2020).

c) Social

El italiano es el idioma oficial, y el cristianismo es la religión principal. Otras religiones notables en el país son el Islam y el Budismo. La población actual de Italia es de 60.317.000 personas; sin embargo, a causa de la actual pandemia el país ha sufrido muchas pérdidas humanas. Aún así, Italia sigue siendo el país número 23 del mundo por población, con 200 habitantes por km². Italia ocupa el segundo lugar en la clasificación de edad media, con una estimación de 168,7 ancianos por cada 100 jóvenes (enero de 2019). Esto se relaciona con el hecho de que Italia es uno de los 13 países del mundo con esperanza de vida media superior a 83 años. Por tanto la población anciana se ha visto gravemente afectada por el coronavirus en los últimos meses.(De Miranda, 2020).

El mismo autor también comenta que algunos otros desafíos sociales que enfrenta Italia son la delincuencia organizada, la alta tasa de desempleo juvenil y el aumento de los delitos de odio.

Es importante recalcar que a pesar del alto promedio de edad de los italianos, los hábitos de consumo de los italianos comienzan a cambiar y la palta ha ingresado en el carrito de compras. (ISTAT, 2018)

d) Tecnológico

Fratta e Sabatini (2019) en el artículo “Persiguiendo el futuro digital en medio de la macro-penumbra”, explican en detalle la situación tecnológica italiana. Italia ha logrado importantes avances en el ámbito digital a lo largo de los años. De hecho, es uno de los cuatro principales países de Europa en revolución digital. Tiene más de 105.000 empresas de alta tecnología que combinan todos los sectores y es líder del mercado de la robótica en Europa. También ha logrado un excelente progreso en la computación en nube.

Así también, señalan que el uso de Internet está aumentando rápidamente en Italia y las empresas están invirtiendo fuertemente en investigación científica y tecnológica. Muchas empresas se han apresurado a adoptar el trabajo remoto siempre que sea posible para reducir la propagación del virus y minimizar los daños financieros, asegurándose de que el negocio continúe funcionando. Sin embargo, hay algunas debilidades que deben abordarse. Por ejemplo, la escasa provisión de banda ancha, la falta de oportunidades de formación e instalaciones relacionadas con tecnologías avanzadas están frenando el progreso de la revolución digital.

4.5.1.3. Análisis del entorno competitivo (Cinco fuerzas de Porter).

a) La amenaza de nuevos entrantes

Las barreras de entrada a este mercado están representadas principalmente por los requisitos arancelarios y no arancelarios establecidos por la Unión Europea para permitir el ingreso de productos como la palta a sus mercados, y asegurar el bienestar de sus consumidores, los cuales han sido detallados anteriormente. Otra barrera sería la necesidad de capital necesario para producir en grandes cantidades y exportar a grandes mercados.

Se puede considerar que las barreras de entrada a Italia son pocas y por ende la amenaza de nuevos entrantes es alta; empero, es algo que resulta favorable para aquellos productores que decidan exportar a este mercado visto que no deberán enfrentarse a situaciones como economías de escala, gracias a que la producción de palta en Italia es mínima y los precios de las exportaciones de otros países por valor unitario son muy similares, ni tampoco a diferenciación del producto a causa de que los requisitos para exportar palta al mercado italiano son los mismos para todos.

b) El poder de negociación de los clientes

Los clientes son representados por los importadores Italianos. De acuerdo con las encuestas realizadas por MINAGRI (2019) los compradores de palta interesados en negociar con el Perú se muestran en la Tabla 14:

Tabla 14

Importadores interesados en negociar con el Perú

Orsero s.p.a	www.orserogroup.it
Spreafico e F.lli S.P.A	www.spreafico.net
Agricollibio	https://agricolli.bio/
Conor	http://conorsrl.it/it-it/home
Pam Panorama s.p.a	https://www.pampanorama.it/

Fuente: *MINAGRI

Elaboración: Propia

Nota: *Ministerio de Agricultura y Riego

Adicionalmente, nos indica que las empresas Baltaglio (importador) Consorzio Nazionale Dettaglianti (CONAD) cuando han sido entrevistadas han comentado estar en contacto con proveedores peruanos.

Dentro de estas, las empresas italianas con mayor presencia en la importación de frutas exóticas incluida la palta son: Spreafico e F.lli S.P.A, Baltaglio S.P.A., Orsero Group y el

productor Italiano Cupitur, que aún produce pequeñas cantidades en el sur del país por lo que la mayor parte del producto es importado (MINAGRI, 2019). Por tanto es posible que estas empresas tengan mayor poder de negociación ya que sus compras suponen un gran volumen de las ventas del exportador; además, la palta es un producto estándar que es producido en diferentes partes del mundo y por tanto existe amplia oferta del mismo.

c) El poder de negociación de los proveedores

Para el caso, los proveedores son los productores de palta, por lo que el poder que pueden ejercer en los compradores no es muy elevado, esto debido a que como existe una demanda alta del producto también existe una oferta amplia. Sin embargo, se debe tener en consideración la estacionalidad de producción de palta de la competencia, dado que si los importadores se quedan sin fuente de aprovisionamiento es probable que estén dispuestos a pagar un mejor precio para llenar el vacío de suministros y no quedarse sin producto. Esto se enfatiza aún más en Italia, puesto que la mayor distribución del producto se realiza a través de supermercados e hipermercados que son precisamente quienes no deben tener ausencia del producto en ningún periodo del año sin importar la estacionalidad del producto.

d) Productos sustitutos

Dependiendo de los usos que se le de a la palta encontraremos productos sustitutos, la palta es usada principalmente en el ámbito culinario y como insumo para productos de belleza.

Por lo que si se busca sustituir a la palta culinariamente la nutrióloga María Eugenia García, de la Facultad de Salud Pública y Nutrición de la UANL mencionó, que se podrían usar semillas como las nueces, las almendras, los cacahuates, semillas de girasol o de linaza, y de esta forma reemplazar más o menos a lo que el aguacate aporta, es decir, vitamina K, ácido fólico, vitamina C, potasio, vitamina E, vitamina B5 y vitamina B6. Así mismo afirmó que "Si nosotros le agregamos una cucharada de aceite de oliva a nuestros alimentos o empezamos a cocinar con aceite de oliva, estamos llegando también al aporte". Dato muy importante si se considera que el aceite de oliva abunda en Italia y con una calidad excepcional, lo que lo convierte en uno de los alimentos preferidos en el país (Martínez, 2020).

Desde el lado del insumo para productos de belleza, la palta es usada gracias a su composición de ácidos grasos y vitaminas para la elaboración de shampoo, acondicionador, cremas hidratantes, mascarillas faciales, etc. Sin embargo, en el mercado son usados muchos otros ingredientes naturales para la fabricación de productos de belleza como: El aceite de oliva, de argán, de coco, de almendras, caléndula, jojoba, entre otros. Todos ellos con beneficios similares y adicionales al de la palta

e) Rivalidad entre los competidores

Según datos de Trade Map (2019) dentro de la lista de importaciones de palta, Italia tiene como principales proveedores a países Europeos tales como: Países Bajos, que se debe recordar es un importador que se abastece principalmente de países latinoamericanos del cual Perú lidera la lista, para posteriormente exportar y abastecer a países europeos durante todo el año; en la lista figuran otros como Francia, España, Alemania, etc. En la lista le siguen países latinoamericanos, algunos de los cuales han realizado su primera exportación directa dentro de los últimos 5 años con Italia como es el caso de Chile, así mismo se muestran en la lista en orden de importancia países como México, Chile, Brasil, Colombia, entre otros.

Algunos de los países latinoamericanos mencionados anteriormente son precisamente algunos de los mayores productores de palta del mundo. Según SSE (2019) México es el principal productor y exportador de palta en el mundo; además hasta 2018 el país contaba con el área de cultivo más grande del mundo (206,389 hectáreas). Así mismo Colombia cuenta con diferentes zonas de producción, dispone de paltas durante todo el año, y el 30% de la producción corresponde a la variedad Hass; esto debido a que en Colombia son cultivadas 11,237 hectáreas de palta Hass con registro de predio exportador por 1,710 productores. Otro de los países es Brasil, el cual posee una palta conocida por su sabor y color únicos. La oferta de palta en Brasil se da durante todo el año y la producción brasileña de palta Hass se encuentra en crecimiento. Su producción abastece al país y a su vez se comercializa en más de 30 países de todo el mundo.

Del mismo modo, podemos considerar como competencia a la producción italiana puesto que como se ha mencionado anteriormente Sicilia Avocado es una empresa Italiana fundada en 2013 que tiene como presidente a Andrea Passanisi y se dedica a la producción de palta Made in Italy, una situación de riesgo porque como se sabe el consumidor italiano muestra su preferencia por lo producido en su territorio (Sicilia avocado, 2020).

4.5.2. Análisis interno

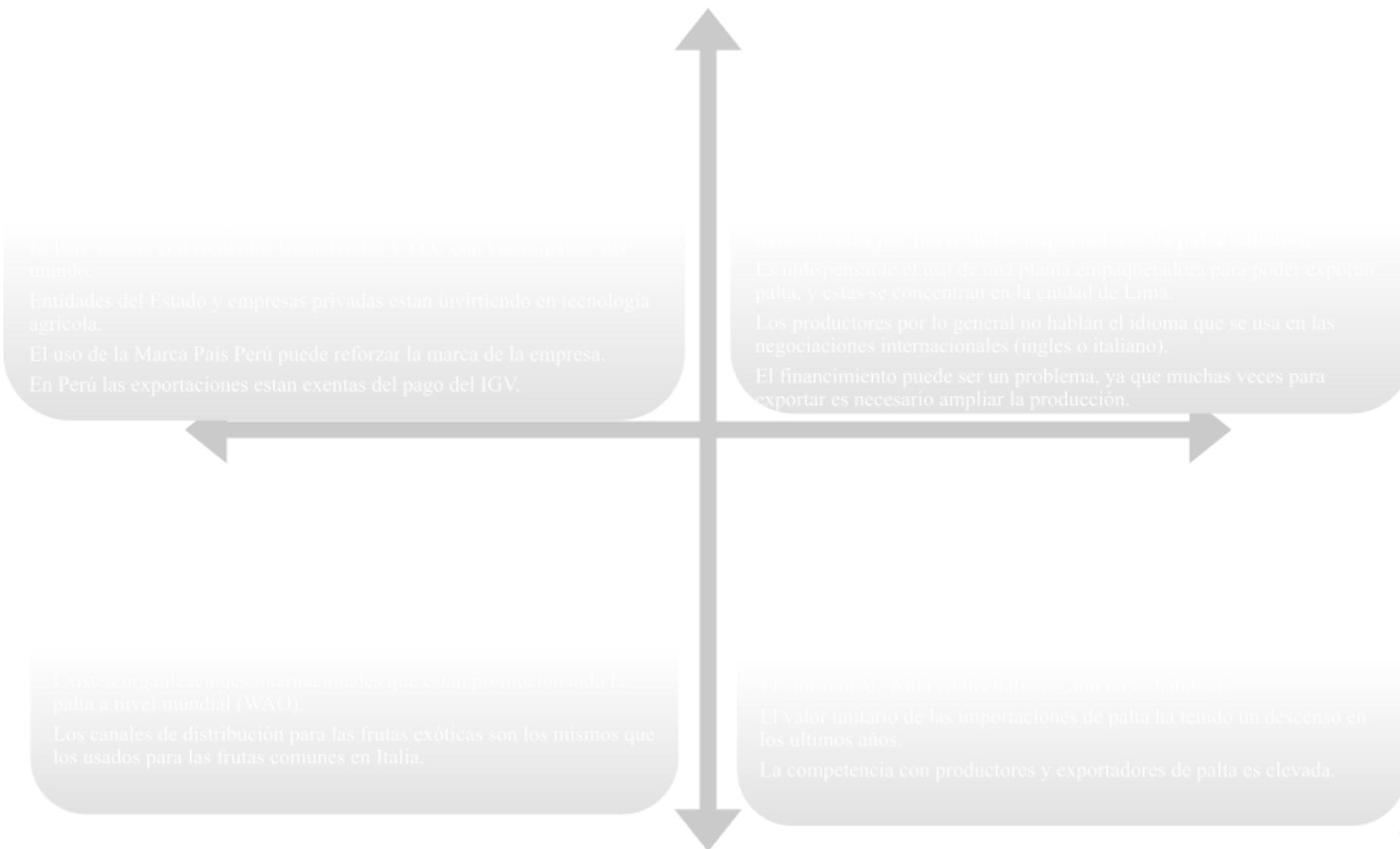
El análisis interno deberá realizarlo cada una de las empresas o productores que deseen expandir sus fronteras, deberán analizar cuál es su situación actual y si se encuentran listos para exportar, es decir si la empresa posee los recursos necesarios, como fondos o capital para ampliar el negocio, recursos humanos, espacio físico en caso necesite ampliar la empresa, capacidad de producción disponible, nivel de tecnología adecuado, sobre todo si se cuentan

con plantas empaquetadoras dentro de la empresa, conocimiento suficiente sobre el mercado (Italia), marca o imagen de la empresa idónea para ser reconocida en el extranjero, entre otras.

Desde un punto más generalizado se puede considerar el análisis interno como el estudio de la situación tanto productiva como comercial de la palta en Perú las cuales han sido detalladas en los puntos 4.4.2 y 4.4.3 de la presente investigación.

4.5.3. Diagnóstico estratégico (Análisis DAFO)

Tabla 15



4.6. Plan de Marketing

4.6.1. Producto

Según Huaman (2020) el origen de los Paltos (*Persea americana* Mill), se encuentra disperso en las zonas tropicales y subtropicales desde el Perú Precolombino hasta México.

Además menciona que el cultivar Hass es originado a partir de una semilla de raza guatemalteca; dentro de su composición posee entre 10 a 15% de genes de la raza mexicana y 85 a 90% de genes de la raza guatemalteca. Así mismo, esta variedad es actualmente la más cultivada a nivel mundial gracias a las características de este cultivar que han marcado grandes diferencias frente a los cultivares de piel verde, estas características propias de la fruta son:

- Calidad organoléptica
- Cáscara rugosa y gruesa, la cual condiciona la vida post cosecha más larga de la fruta, esto es importante debido a que generalmente los envíos marítimos duran entre 40 a 45 días y la fruta tiene que llegar al mercado de destino fresca.
- Piel negra.
- Peso de 200 a 300gr.

La palta deberá llegar al lugar de destino con una presentación acorde a los requisitos del país importador, para el caso de Italia se recomiendan las siguientes presentaciones:

- a) Unitaria, es una presentación habitual para la Palta Hass y la Palta Hass orgánica, ya que posee un precio más elevado, y generalmente se ubica en el sector de productos orgánicos

Figura 10

Presentación unitaria de Palta Hass



Elaboración: Propia

- b) Doble, esta presentación se ve más comúnmente para las variedades de piel verde que para la variedad Hass.

Figura 11

Presentación doble de Palta



Elaboración: Propia

- c) A granel de Palta Hass, son las preferidas por el consumidor, ya que además de poseer frecuentemente un precio inferior, el consumidor italiano prefiere elegir y pesar el producto por sí mismo.

Figura 12

Presentación a granel de Palta Hass



Elaboración: Propia

Para todos los casos anteriores **es aconsejable que cada unidad de palta tenga el PLU (etiqueta individual de producto)**, esta etiqueta normalmente contiene 4 dígitos, pero si se trata de un producto orgánico se agrega un quinto dígito que es el 9; así mismo, estos códigos varían dependiendo del tamaño de la fruta. Para la Palta Hass los números PLU son: 4046, 4225 y 4770 mientras que para la Palta Hass orgánica son : 94046, 94225 y 94770. Además, esta etiqueta puede contener información sobre el origen del producto y algunas empresas de transportes optan por añadir el nombre de la empresa o la razón social (Romero, 2015).

Tabla 16

Relación calibre y Número de PLU

Calibre	PLU	Etiqueta
32	4770	
36	4770	
40	4225	
48	4225	
50	4225	
60	4046	
70	4046	
84	4046	

Fuente y Elaboración: Ramos (2015)

Figura 13

Ejemplo de etiqueta en Italia



Elaboración: Propia

4.6.2. Precio

La determinación del precio deberá considerar tres aspectos importantes; el primero de ellos son los costos de producción, es decir todos los gastos en los que se ha incurrido para obtener Palta Hass de exportación; el segundo es analizar el precio al que ofrece el mismo producto nuestra competencia no solo peruana sino también extranjera, ya que Italia compra y consume palta proveniente de diferentes partes del mundo incluido Perú; el tercero pero no menos importante es obtener el margen de ganancia deseado. Lógicamente el precio no podrá ser constante, ya que este también varía en función de la demanda del producto y la disponibilidad del mismo.

Según Trade Map (2020), el valor unitario al que ha sido importada la palta fresca peruana en Italia entre los años 2015 y 2019 y se muestra en la Tabla 17, está sufriendo un descenso. Estos datos son el resultado de una división entre el total del valor importado y la cantidad importada.

Tabla 17

Valor unitario de importación de palta (2015-2019)

2015	2016	2017	2018	2019
3.000 USD	3.161 USD	2.889 USD	1.619 USD	1.381 USD

Elaboración: propia

Como se muestra en la Figura 14, según La Comisión Europea (2020), existe un descenso en el valor y cantidad de exportación, el cual se muestra a partir del año 2018 e incluso entre el 2018 y 2019 la cantidad exportada es la misma, pero el valor de exportación es inferior dando

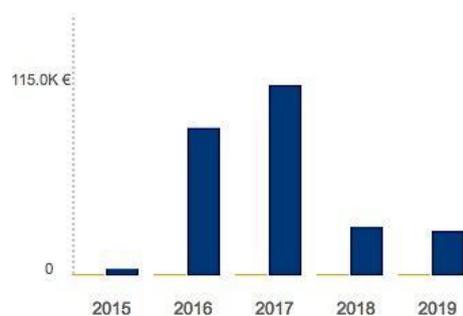
como resultado un valor unitario de 1,24 EUR para el 2019, el valor más bajo en los últimos 5 años.

Figura 14

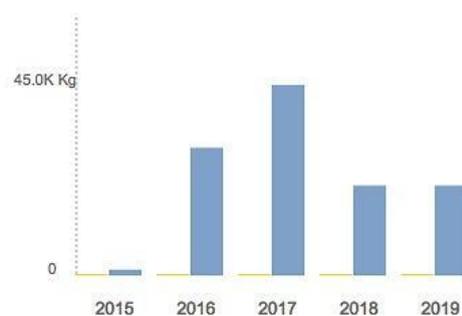
Valores en las exportaciones de palta de Perú a Italia

Perú a Italia

Valor



Cantidad



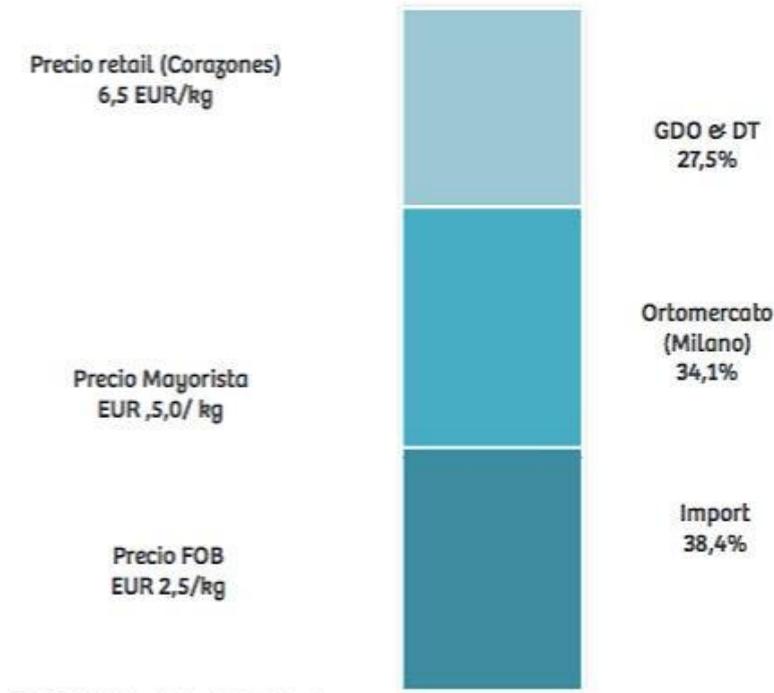
i K: 10³ METRO: 10⁶ GRAMO: 10⁹ T: 10¹²

Años	Valor de importación	Valor de exportación	Cantidad de importación	Cantidad de exportación
2015	-	2.868 €	-	1.000 kilogramos
2016	-	88.846 €	-	30.000 kilogramos
2017	-	114.770 €	-	45.000 kilogramos
2018	-	28.432 €	-	21.000 kilogramos
2019	-	26.060 €	-	21.000 kilogramos

Fuente: Comisión Europea

El precio varía dependiendo de quién será el consumidor. Como se muestra en la Figura 15, elaborada en el 2018 por Nomisma, el precio FOB es de 2,5 EUR al kilo destinado a importadores; sin embargo, si las exportaciones apuntan a mercados mayoristas (mercato ortofruttilicolo) el precio se incrementa a 5,0 EUR por kilo y aún más si su destino final son los supermercados, hipermercados y tiendas por descuento llegando a una cifra promedio de 6,5 EUR al kilo (MINAGRI, 2019).

Figura 15
Cadena de valor de la Paltas Hass importada en Italia



Fuente y elaboración: *MINAGRI

Nota: * Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), Detalle tradicional (DT), Supermercados, Hipermercados y Tienda por descuento (GDO)

4.6.3. Promoción

Para promocionar el producto se debe hacer uso de material promocional directo como: página web, folletos, catálogos, telemarketing, correo electrónico, boletines de noticias, etc. Además, se deberá participar en todo tipo de evento de promoción comercial como lo son: ferias, misiones comerciales y ruedas de negocio (Méndez, 2014, diapositiva 25).

4.6.3.1. Ferias y misión comercial.

Participar en una feria es importante ya que estas son el único sistema que permite al visitante utilizar los cinco sentidos para obtener toda la información que le interesa. Asimismo, en las ferias el papel interactivo del comprador es mayor y esto es algo que no le ofrecen otros medios de promoción o comunicación. Sin embargo, se recomienda que la participación en ferias sea escalonada, es decir, que si queremos asistir a un evento del que no tenemos muchas referencias, comencemos por visitarlo. Seguidamente, si contamos con mayor información y el ente responsable de la feria organiza un pabellón oficial colectivo, se recomienda una participación grupal con otros exportadores peruanos. Finalmente, el recomienda que cuando tengamos un conocimiento basto de la feria, el mercado y si se tiene la capacidad económica, logística y de recursos humanos deberíamos participar. (Rivera, 2019, diapositiva 49)

Así también, PromPerú (2012) afirma que asistir a una feria internacional es una de las mejores oportunidades para tener contacto con compradores extranjeros; para ello se debe tener en cuenta las fechas y ubicaciones de las próximas ferias, además de información suficiente sobre los organizadores del evento, conocer sobre los productos y quienes los exponen, así como todo lo referente a costos para el acceso e inscripción, entre otros. Algunas de las ferias a las cuales se podría asistir se detallan en la Tabla 18:

Tabla 18

Ferias para la promoción de palta

Sector	Feria	Lugar	Fechas	Enlaces
Hortofrutícola	London Produce Show	Londres (Reino Unido)	22-24 marzo 2021	http://londonproduceshow.co.uk/
Hortofrutícola	Fruit Logistica	Berlín (Alemania)	18-20 mayo 2021	https://www.fruitlogistica.de/en/
Hortofrutícola	Fruit Attraction	Madrid (España)	5-7 octubre 2021	http://fruitattraction.com/

Hortofrutícola en producción orgánica	Biofach	Núremberg (Alemania)	17-19 febrero 2021	https://www.biofach.de/en/exhibition-info/exhibition-product-range
Hortofrutícola	MacFrut	Rimini (Italia)	4-6 mayo 2021	http://www.macfrut.com/c/23/visitare_macfrut
Alimentación en general	Cibus International Food Exhibit	Parma (Italia)	4-7 mayo 2021	http://www.cibus.it/
Alimentación en general	Tuttofood–World Food Exhibit	Milano (Italia)	17-20 mayo 2021	http://www.tuttofood.it/en
Hortofrutícola en producción orgánica	Sana	Bolonia (Italia)	9-11 octubre 2021	http://www.sana.it/home-page/1229.html
Alimentación en general	Marca - Private Label Conference & Exhibition	Bologna (Italia)	24-25 marzo 2021	http://www.marca.bologna-fi-ere.it/home/1348.html

Fuente: MINAGRI

Elaboración: Propia

Con respecto a una misión comercial PromPerú (2012) la define como llevar una agenda puntualizada de las personas con las que se tendrá contacto y es muy importante ya que este tipo de evento te permite combinar varios aspectos como: Promoción, publicidad, investigación de mercados y relaciones públicas.

También señala que para ambos casos se deben tener a disposición tarjetas personales así como catálogos y material impreso (preferentemente en italiano para el caso).

4.6.3.2. Marca País.

Para reforzar y aumentar la credibilidad de nuestro producto podremos hacer uso de La Marca País Perú, un instrumento de promoción del Perú, que tiene como objetivo promover y propulsar diversos sectores incluido el de las exportaciones. La marca se utiliza también en productos, los cuales deben ser registrados como peruanos; esta puede usarse en etiquetas, envases, envoltorios, publicidad referida al producto, entre otros; siempre y cuando, la marca del solicitante posea un portafolio compuesto del 80% de productos peruanos.

El procedimiento para la obtención de la Licencia de Uso de la Marca País comprende cuatro etapas; comenzando por la presentación de la solicitud de Licencia de Uso, seguido de la evaluación, el pronunciamiento y finalmente la reevaluación, que deberá ser solicitada por

el solicitante (una sola vez) al órgano competente en caso le hayan denegado el uso de la marca. Si PromPerú evalúa que la marca cumple con los requisitos, te otorgará un certificado de uso de la Marca País, en un plazo máximo de 30 días hábiles (Plataforma digital única del Estado Peruano, 2020).

Figura 16

Marca País Perú



Fuente: Wikipedia

4.6.3.3. Promotoras

Si se desea la ayuda y asesoramiento para promocionar las exportaciones se puede hacer uso de grandes entidades especializadas como lo son Pro Hass o la World Avocado Organization

Pro Hass es La Asociación de Productores de Palta Hass del Perú, como ellos mismos lo mencionan su función es generar y promover oportunidades comerciales para los productores de Palta Hass y adicionalmente brindar apoyo a la industria peruana en temas técnicos y científicos a fin de mejorar la producción, empaque y comercialización de palta Hass de alta calidad. Es importante mencionar que en la actualidad ProHass representa el 80% de los cultivos de palta Hass en el Perú, esto debido a que trabaja con pequeños, medianos y grandes productores (Pro Hass, 2020).

Figura 17

Promociones de ProHass



Fuente: *ProHass

Nota: * Asociación de Productores de Palta Hass del Perú

El objetivo de WAO, es llevar y hacer conocida la palta en todo el mundo. Ellos no solo ofrecen cifras sobre el consumo y las ventas mundiales, sino también desarrollan todo tipo de materiales que sirvan de soporte para llevar a cabo las estrategias de marketing de los minoristas: Cartelería, diseños creativos y aplicables a todo tipo de soportes, logotipos y slogans, todo ello a fin de conquistar a los consumidores y reforzar la imagen de la palta para aumentar su consumo. (WAO, 2020).

Figura 18

Promoción por WAO



Fuente: *WAO

Nota: *World Avocado Organization

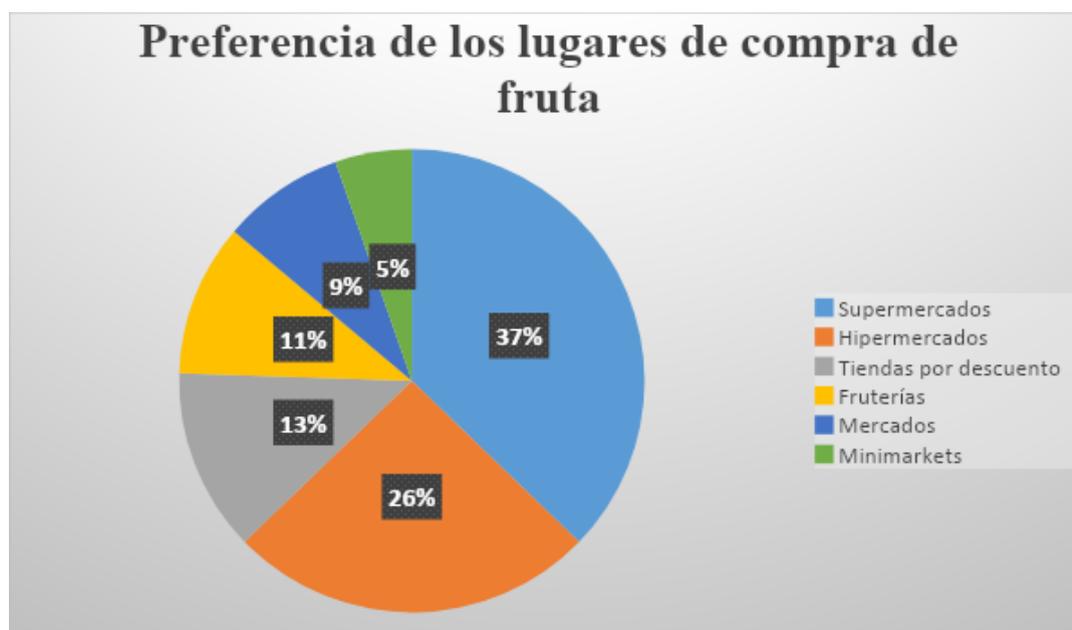
4.6.4. Distribución

Para Lunati (2020), el canal de venta preferido para la palta es el comercio minorista a gran escala, que se considera absorbe del 60 al 70% de las ventas. El mismo actualmente se está incrementando gracias al progreso en las técnicas de conservación de la fruta, logrando que a menudo se pueden conseguir "listas para comer" además de tener disponibilidad del producto durante todo el año.

En Italia por lo general se usan los mismos canales de venta para las frutas exóticas y la fruta común. En 2017 la fruta fue comercializada en su mayoría a través del canal minorista (85%), el restante se dividió entre los servicios de comida (11,4%) y el canal institucional (3,3%). Asimismo, en la distribución, La Gran Distribución Organizada juega un papel importante, ya que como se muestra en la Figura 19 el 35% de las compras de fruta se realizan en supermercados, el 24% en hipermercados, el 12% en tiendas por descuento, 10% en las fruterías, 8% en los mercados y el 5% en minimarkets.

Figura 19

Preferencia de los lugares de compra de fruta



Fuente: *MINAGRI

Elaboración: propia

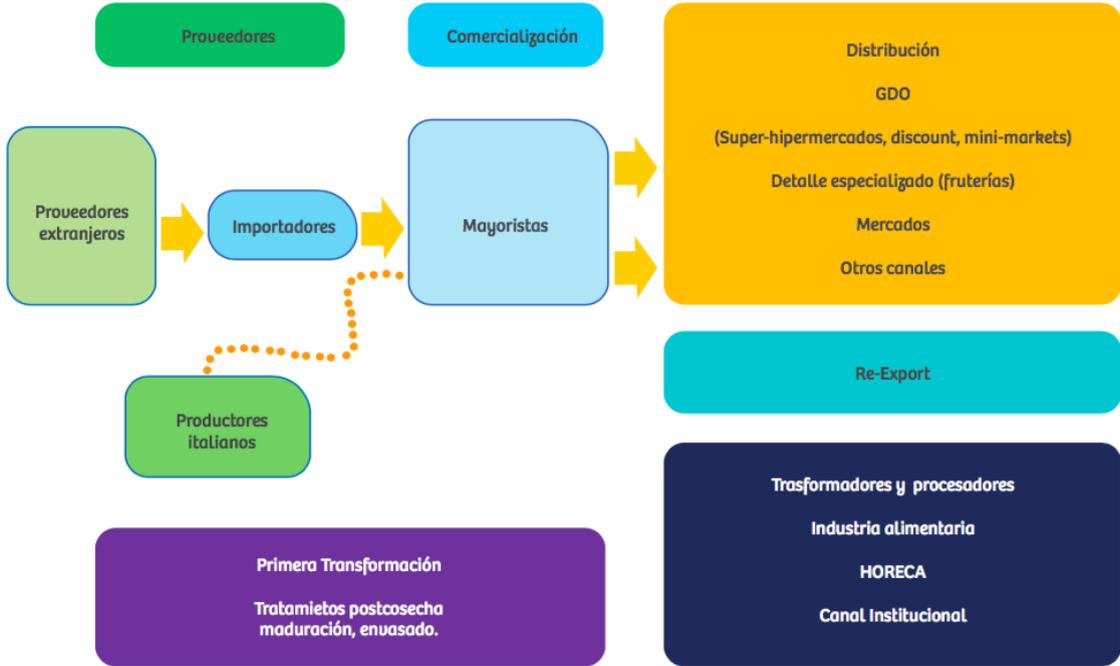
Nota: * Ministerio de Agricultura y Riego

Como se observa en la Figura 20 son varios los miembros que intervienen en el proceso de comercialización y distribución de frutas dentro de las que se incluye la palta, dentro de estos tenemos: Los importadores ya sean de varios productos o los que prefieren uno solo, los proveedores de servicio que realizan labores de transformación primarias, los mayoristas que

compran el producto a los productores, porque como se sabe en Italia (Sicilia) existen productores locales de palta, o a los importadores, para poder revenderlo a los minoristas, y entre otros los intermediarios que conectan a todos los miembros de la cadena de distribución.

Figura 20

Canales de comercialización y distribución de fruta exótica en Italia



Fuente y Elaboración: *MINAGRI

Nota: * Ministerio de Agricultura y Riego

4.7. Proceso productivo

Para el estudio del proceso productivo de Palta en su variedad Hass con destino de exportación, se encontró la tesis: “Informe por servicios profesionales en el cultivo de palto (Persea americana) cv. ‘Hass’ para exportación en la empresa Agrícola Pampa Baja S.A.C.”; y con el objetivo de actualizar y validar la información de este documento se contactó al autor, el Ingeniero Juan Carlos Huaman, quien accedió a una entrevista que tuvo lugar a través de una video llamada por la aplicación Meet el 24 de noviembre del 2020.

4.7.1. Cultivo de la Palta Hass para exportación

4.7.1.1. Requerimientos para el cultivo de palta.

- a) **Suelo:** Los suelos más adecuados para el cultivo de palta son los de textura media, es decir: franco, franco arenoso, franco arcillo arenoso y migajón, profundos y con buen drenaje, con un pH neutro o ligeramente ácido (5.5 a 7.0) (Huaman, 2017).

b) **Clima:** De acuerdo con Huaman (2020) el palto es originario de climas tropicales y subtropicales con amplia adaptabilidad:

- Temperaturas diurnas de 25 a 30°C y nocturnas de 15 a 20°C.
- Radiación buena para un proceso fotosintético eficiente, además de ello dependerá la tasa de evapotranspiración para la disponibilidad del agua en la planta.
- Humedad relativa de 75 a 80% para el mejor cuaje de la flor, una humedad superior a ello podría ocasionar la presencia de otros patógenos en el cultivo.
- Vientos moderados principalmente en épocas de instalación, y cuajado de frutos.
- La palta puede crecer desde altitudes al nivel del mar (antillana), hasta los 1200 m.s.n.m. (guatemalteca), y mexicana desde los 900 hasta los 2200 m.s.n.m.

c) **Riego:** El requerimiento del agua es de mucha importancia en este cultivo, se debe realizar el riego en la cantidad, calidad y momento oportuno ya que ello representa el 80% del éxito del cultivo.

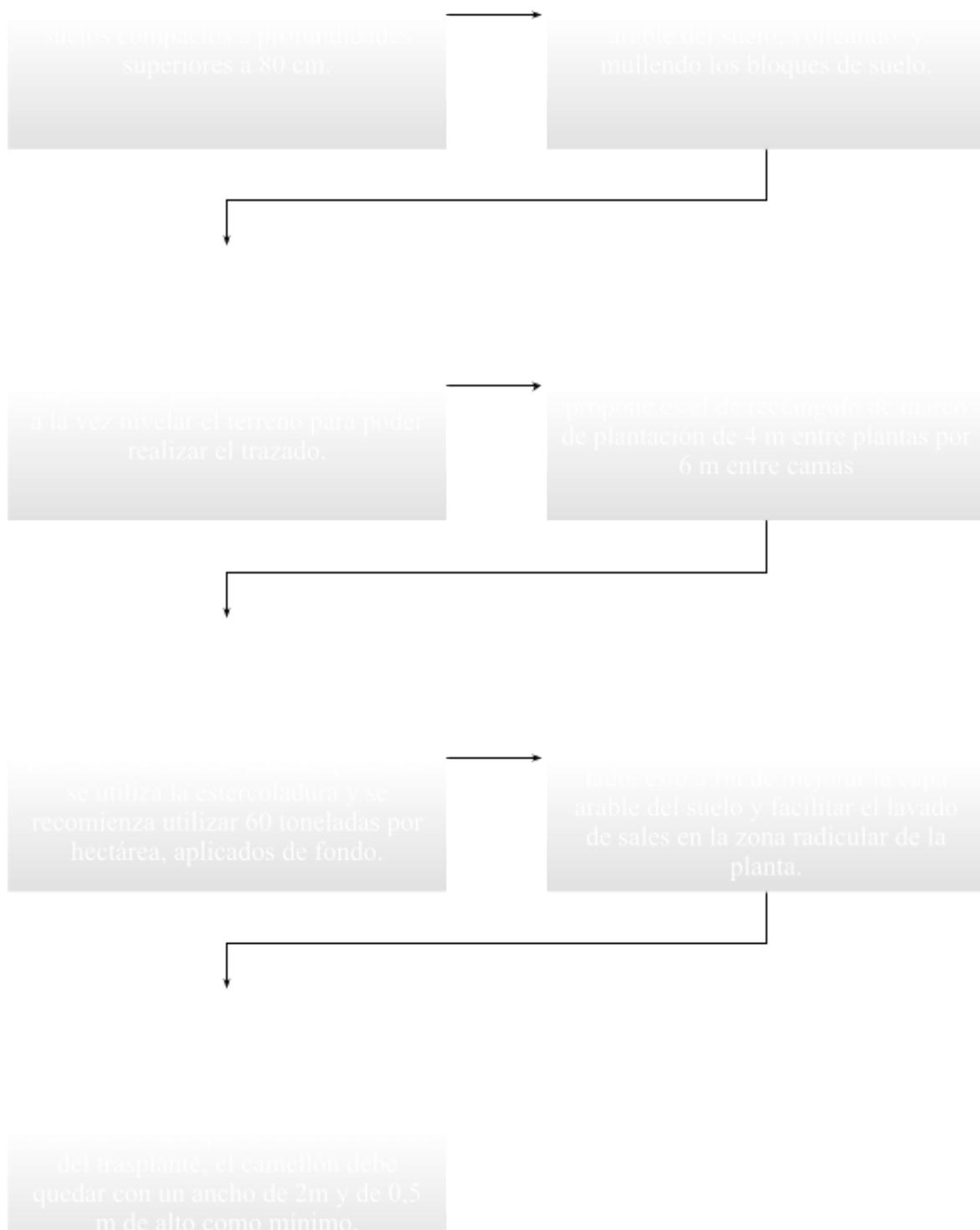
4.7.1.2. Instalación del cultivo de palta.

Para Huamán (2020) las consideraciones a tomar en cuenta son específicas, partiendo de la premisa de que el cultivo que será instalado, permanecerá allí entre 20 y 30 años, dependiendo del manejo y cuidados que se le dé a la planta. Además en su tesis de 2017, sostiene las etapas que serán mencionadas a continuación para la instalación del cultivo:

a) **Preparación del terreno:** En la Figura 21 se detallan cada una de las actividades que deberán ser realizadas para preparar el terreno donde serán plantados los plantones de palta:

Figura 21

Actividades en la preparación del terreno



Fuente: (Huaman, 2017) y (Huaman, 2020)

Elaboración: propia

b) Sistema de riego: Se lleva a cabo a fin de ofrecer la máxima demanda hídrica del

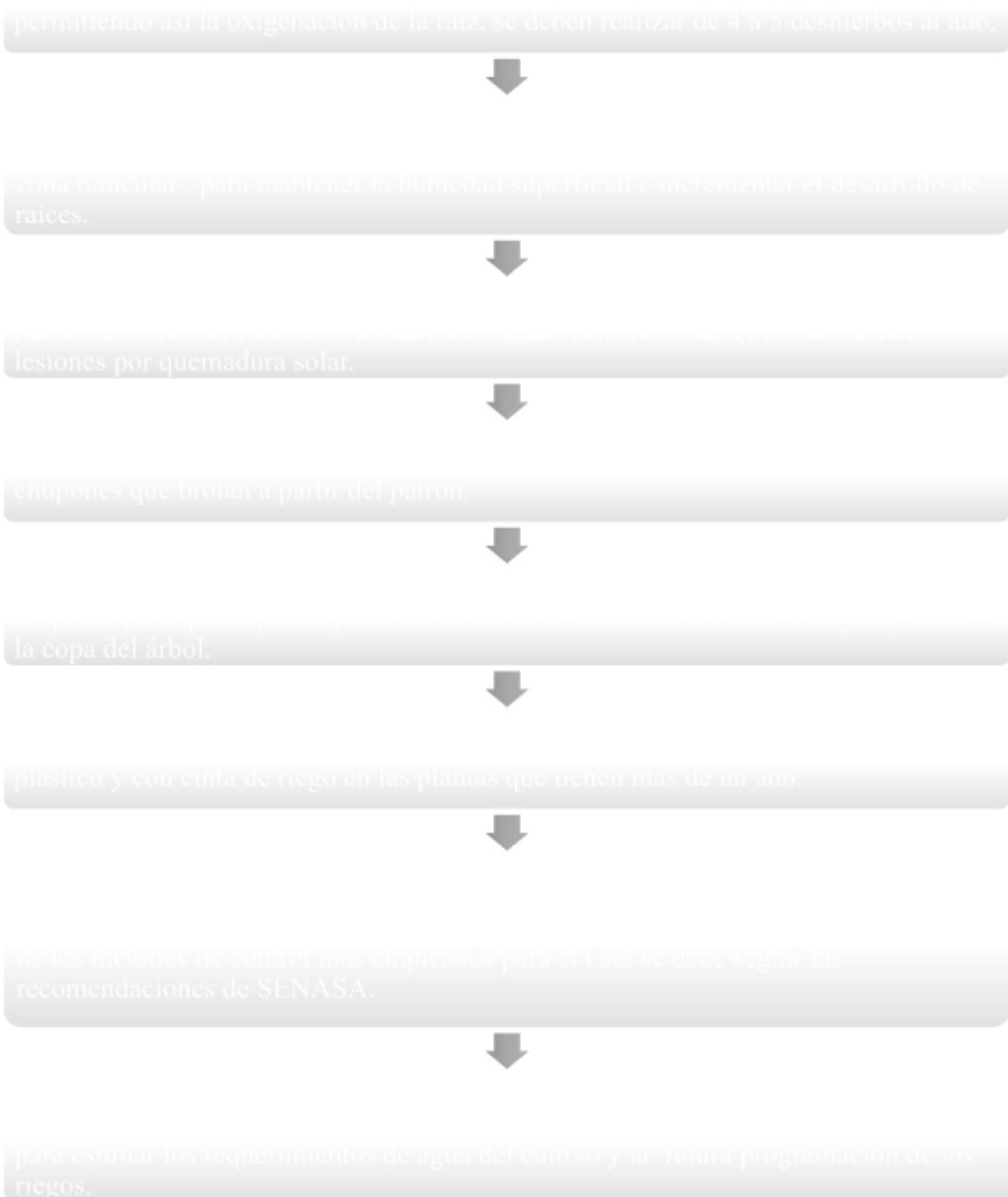
cultivo.

- c) **Riego de lavado o machaco:** Se realiza 30 días previos a la instalación del cultivo para lavar sales del camellón,
- d) **Tizado:** Es el trazado para ubicar donde será plantado el palto.
- e) **Hoyado:** Se realiza donde se estableció la ubicación de la planta utilizando una pala tipo cuchara.
- f) **Fertilización de fondo:** Consiste en agregar fertilizantes de lenta liberación al momento del trasplante.
- g) **Plantación:** Se comienza con la repartición de plantones polinizantes (tipo B) al 10 % y plantones Hass (tipo A) al 90 %, cada 2 camellones y cada 2 plantas. Las plantas previamente deben haber sido regadas y colocadas en medio del camellón, después de ser repartidas se deberá cortar la base de la bolsa (2 cm aproximadamente) medir la profundidad del hoyo, seguidamente se orienta el lado lateral del injerto en dirección al viento. Después de haber colocado la planta en el interior del hoyo se corta la bolsa de polietileno, y se agrega tierra mezclada con fertilizante alrededor de la maceta; así también, se apisona suavemente la tierra incorporada para que esta no se mueva y para eliminar bolsas de aire; por último, se dejan las cintas de riego a 10 cm de cada lado de la planta.
- h) **Tutorado:** Se coloca un tutor de carrizo o de madera de pino (2 pulgadas de diámetro y 2 m de largo), para que pueda soportar el plantón en caso de fuertes vientos, el amarre se efectúa con plásticos evitando generar tensión en el tallo.

4.7.1.3. Mantenimiento del cultivo de palto en crecimiento.

Las actividades que deberán ser realizadas a fin de mantener el cultivo de palto en su temporada de crecimiento se detallan en orden cronológico en la Figura 22.

Actividades para mantener el cultivo de palto en crecimiento



Fuente: (Huaman, 2017)

Elaboración: propia

4.7.1.4. Mantenimiento en la producción de palto

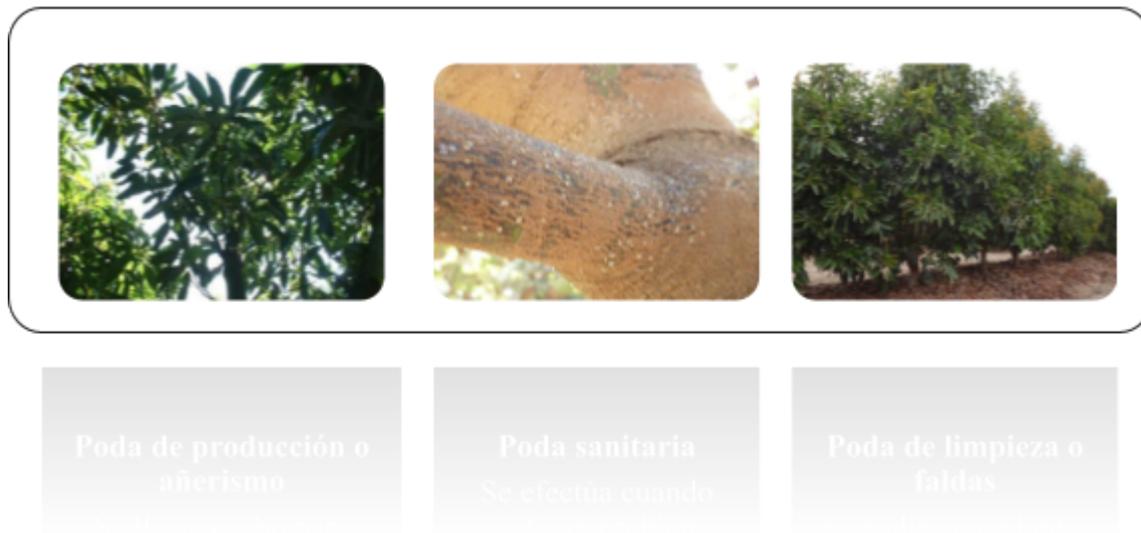
Huaman (2017) indica, que para el mantenimiento de la producción de palto se deben realizar las siguientes operaciones:

- a) **Podas:** La poda se realiza para controlar el vigor de la planta y optimizar la calidad de la fruta. En la figura 23 se detallan los tres tipos de podas realizados para el

mantenimiento durante la producción del palto

Figura 23

Podas realizadas para el mantenimiento durante la producción del palto



- a) **Aplicación de materia orgánica:** La materia orgánica que se incorpore al palto debe ser compostada, estas aplicaciones deben ser desarrolladas cada dos años y usando 30 toneladas por cada hectárea.
- b) **Levante de ramas o frutos:** Cuando las plantas tengan una mayor producción en el tercio inferior, en tal caso se debe amarrar al eje principal las ramillas basales que tienen fruta, esto debido a que dichas ramas tienden a caer al suelo por el peso de la fruta ocasionando que esta no gane color cuando madura y se produzca el russet en la fruta, eliminando sus posibilidades de ser exportada.
- c) **Riego:** El cálculo de riego para el palto en producción se realiza en base a los requerimientos de la planta en ciertas etapas fenológicas.
- d) **Fertilización de plantas en producción:** Para colocar fertilizantes se debe basar en los análisis de suelo y foliar; para el palto es indispensable aplicar los siguientes macro nutrientes: Nitrógeno, potasio y fósforo y los secundarios calcio y magnesio.
- e) **Cuidados sanitarios**

Son diversas las plagas que podrían atacar el cultivo de palto en su etapa de producción, por lo que Huaman (2017) sugiere los siguientes cuidados sanitarios:

- **Arañita roja (*Oligonychus yothersi*):** Para controlar la presencia de arañita roja se hacen lavados con detergente agrícola, ello a fin de evitar el concentramiento de polvo en las hojas, que es una situación favorable para la expansión de la plaga.
- **Queresa (*Hemiberlesia lataniae*):** El control de la queresa se realiza aplicando pesticidas como Movento 150 OD o Curomil 90 SP, es recomendable hacerlo cuando la plaga es aún joven ya que hará mover a la plaga hacia otra planta.
- **Pudrición radicular (*Phytophthora cinnamomi*):** El control más efectivo es apartar el patógeno, esto se logra plantando en suelos limpios con plantas libres de enfermedades mientras que, el control preventivo se realiza aplicando por vía foliar Fosfito de potasio.
- **Lasiodiplodia (*Lasiodiplodia theobromae*):** Las enfermedades ocasionadas por este patógeno son muy complejas de manejar, no obstante, se puede prevenir su diseminación en plantas de palto, fumigando con un fungicida a base de Procloraz, Sportak 45 EC, Octave 50 Wp, Phyton EC. Además, una de las formas de prevenir el esparcimiento del patógeno, es la desinfección con hipoclorito de calcio al 2% de las herramientas de trabajo.
- **Viroide del sunblotch (ASBVd):** Esta enfermedad ataca de la misma manera a todos los cultivares de palto, esto debido a que puede ser transmitida por medio de la semilla, partes vegetativas, polen y herramientas contaminadas. El único medio de control para evitar su diseminación es la erradicación de las plantas afectadas.

4.7.2. Cosecha y Post Cosecha de Palta Hass para exportación

En la entrevista realizada a Huaman (2020), este comenta que a nivel del Perú hay una variabilidad en la época de cosecha, iniciando en verano con la sierra sur del Perú (Apurímac, Ayacucho); seguidos por el norte del país, ya que a mediados de abril entran en cosecha más centrada, y a nivel de la costa del Perú es en primavera cuando hay mayor volumen de cosecha.

Así mismo, comenta que para cosechar debe existir una previa proyección de cosecha con evaluaciones en materia seca, para determinar la fecha más adecuada de cosecha;

adicionalmente señala que la cosecha es una actividad que se realiza de forma manual con procedimientos establecidos por las normas.

4.7.2.1. Identificación del Momento de Cosecha.

De acuerdo con Huaman (2017) se identifica el momento de cosecha con la sustracción de 10 frutos por calibre en cada lote de palta, esta evaluación se realiza una vez por semana hasta alcanzar los parámetros de materia seca necesarios. Adicionalmente, para la cosecha de palta Hass se utilizan dos índices, uno de ellos cuantificado por el contenido de aceite (entre 8 a 14%), y el otro es el índice de madurez de consumo en el que la pulpa debe tener 21% de aceite INIA (citado en Romero, 2015)

a) Indicadores de cosecha: Huaman (2017) afirma que existen dos tipo de indicadores para reconocer el momento de cosecha del fruto siendo estos :

- Indicadores determinantes, son aquellos que se tienen que cumplir de manera obligatoria al momento de elegir la fruta a cosechar, siendo estos: La cáscara de Palta Hass debe tener un color verde oscuro opaco; además, por su cera natural ocasiona la pérdida de brillo del fruto volviéndolo opaco; y el color y grosor de la testa en la pepa deberán presentar una tonalidad café delgada.
- Indicadores no determinantes, se consideran no determinantes porque no todos los frutos maduros presentan estos indicadores de cosecha, por ejemplo: Algunos pedúnculos de la palta que han alcanzado su madurez en el árbol toman un color amarillo, algunos otros, se ensanchan y forman anillos de 1 a más, y, ciertas frutas maduras muestran una cáscara más lisa, en comparación a cuando están inmaduras y tienen lenticelas más rugosas.

4.7.2.2. Cosecha

Huamán (2020) sostiene, que el procedimiento de cosecha obedece a las normas establecidas para las buenas prácticas agrícolas de exportación; es decir, el personal encargado deberá lavarse las manos y desinfectar su calzado previamente a su ingreso en campo; así como también, las tijeras de cosecha deberán ser desinfectadas con hipoclorito de calcio al 2%, cada vez que se cambie de planta, a fin de evitar la propagación de alguna enfermedad a plantas sanas. Además, por lo general este proceso deberá ser realizado en el marco de una hora.

4.7.2.3. Extracción de la fruta del árbol

Huamán (2017) menciona, que el corte en la fruta que será cosechada se da en dos tiempos; primero, se realiza un corte para sustraer la fruta del árbol, segundo, se mejora el

corte en el pedúnculo haciendo que este tenga un tamaño de 1 mm como mínimo y 5 mm como máximo.

Del mismo modo, comenta que el uso de la bolsa cosechera (capacho) es importante para evitar que los frutos sufran daños o lesiones que puedan reventar las lenticelas; por ello se recomienda que durante el llenado del capacho con la fruta cortada se introduzca la mano hacia el fondo del capacho a fin de no lesionar ningún fruto.

4.7.2.4. Transporte interno del producto

Huaman (2017), menciona en base a su experiencia laboral, que el uso de bins para la cosecha es algo reciente, ya que algunos años atrás se cosechaba en jabas plásticas de 20 kg. Los bins son recipientes con una capacidad aproximada de 400 kg. El cosechador transporta la fruta con mucho cuidado desde el punto de cosecha hasta el bin, luego coloca el capacho encima del bin y desengancha la base del capacho, ocasionando que la fruta se deslice encima de una colchoneta, a continuación, retira lentamente la colchoneta y la coloca encima para que otro cosechador continúe con el mismo proceso. Seguidamente, la fruta que ha sido cosechada se transporta con un coloso (maquinaria adaptada a llevar cuatro bins por viaje) a las plantas empacadoras siguiendo los parámetros exigidos por SENASA. Para ello el jefe de cosecha inspecciona la pulcritud de los vehículos que transportan la fruta hacia el packing, a fin de evitar cualquier contaminación hacia la fruta; además por norma la velocidad de transporte no debe superar los 10 km/h.

4.7.2.5. La post cosecha

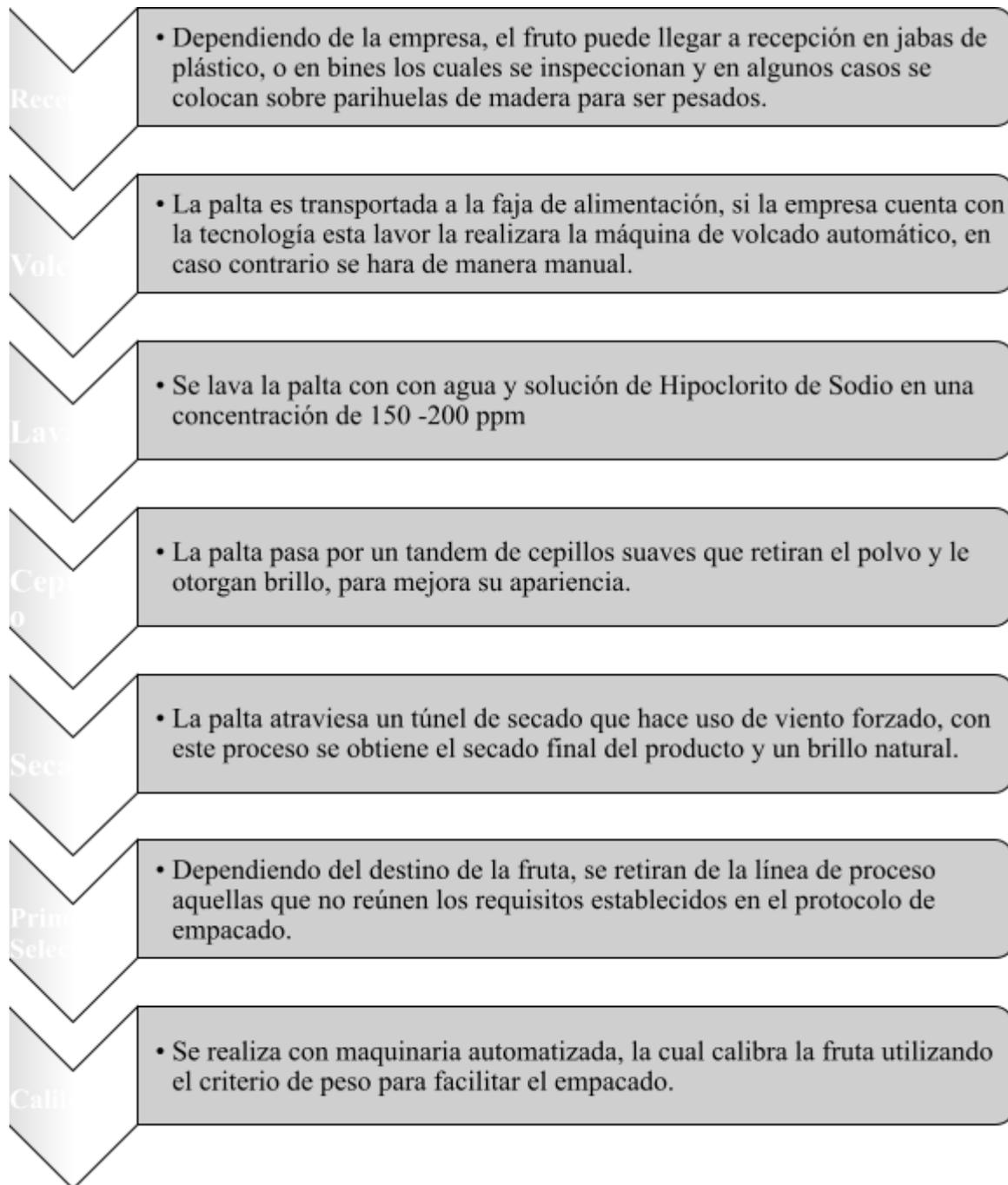
Según Huaman (2017) en el proceso de post cosecha se verá reflejada la calidad de la fruta, y ya que en el agronegocio se compite con calidad, no se debe olvidar que el cliente es el inspector final. Por ello, se deberán cosechar las paltas en el justo estado de madurez, además se deberá reducir en lo posible el manipuleo físico de la palta cosechada, así como también cuidar que el producto no reciba radiación solar directa, estar muy atentos a la limpieza y el higiene no solo de la planta empaquetadora sino también del personal que labora en ella, el cual deberá estar bien entrenado para trabajar cuidadosamente ya que se opera con productos que serán exportados, y los empaques y embalajes deben ser de calidad y seguir las reglamentaciones.

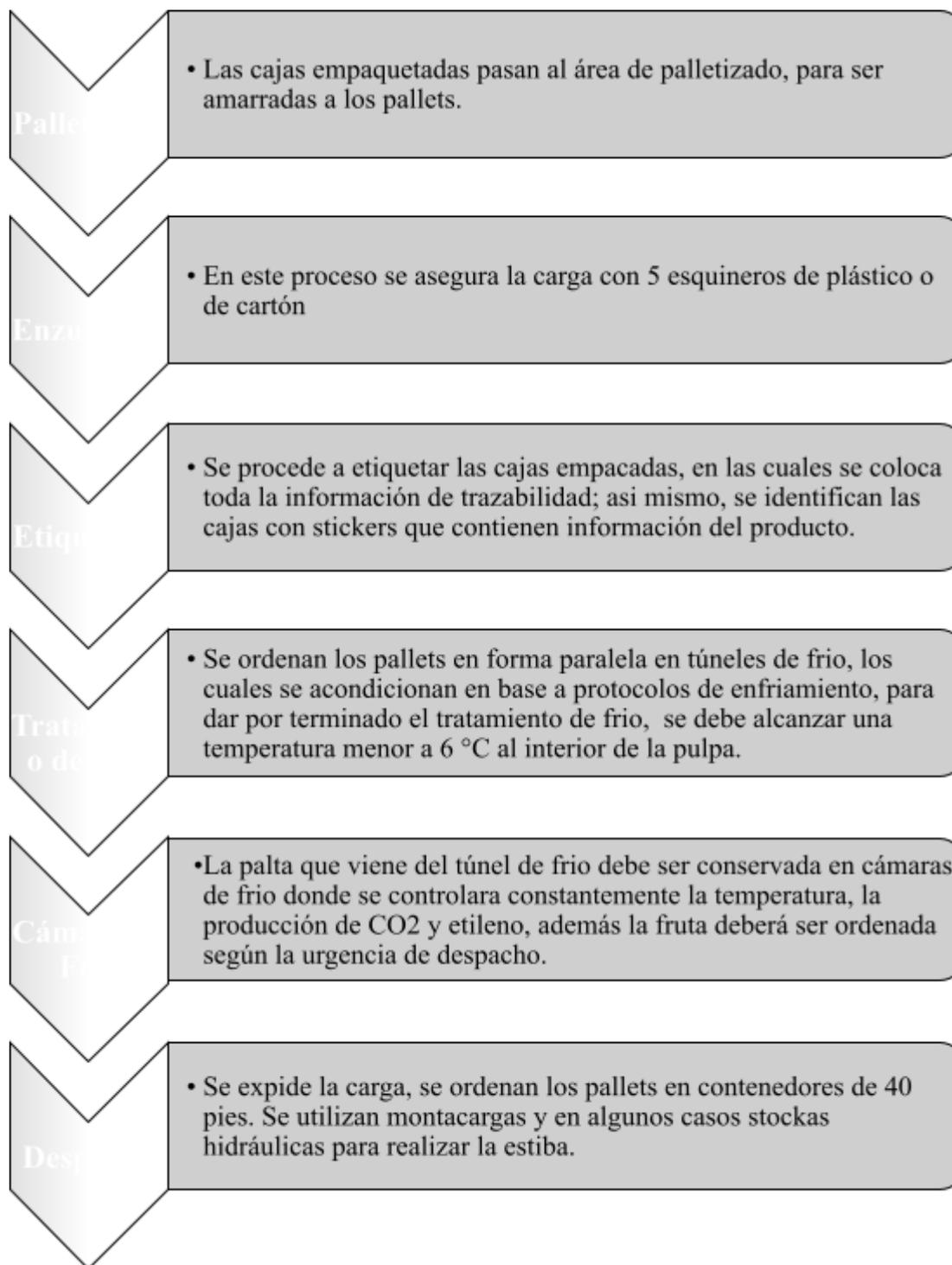
4.7.2.6. Proceso de la palta en la planta de empaque

Romero (2015) con su experiencia laboral en la empresa Las Lomas de Chilca S.A. sustenta, que son 14 las operaciones que se realizan dentro de la planta procesadora, los cuales se detallan en la Figura 24:

Figura 24

Actividades realizadas en la planta de empaque





Fuente: Romero (2015)

Elaboración: Propia

4.8. Proceso de Certificación fitosanitaria de Palta Hass destinada a la exportación

Existen diversas actividades fitosanitarias en el proceso de certificación, las que han sido establecidas por SENASA (2014), y tienen lugar de acuerdo a las fechas establecidas en la Tabla 19

Tabla 19*Calendario de las actividades fitosanitarias en el proceso de certificación*

Actividad	Fecha aproximada
Requisito presupuestario de la DE	Junio de cada año.
Presentación de solicitudes de registro y certificación de lugares de producción.	Enero hasta mayo
Control por la SMFPF y la SARVF, del estado de las plagas reglamentadas en el área	Desde enero hasta setiembre
Calendario para solicitar al SENASA que evalúe plantas emparadoras	Enero hasta junio
Consentimiento de emparadoras	Febrero hasta junio
Reunión de inicio de campaña	Febrero
Labores de certificación fitosanitaria para exportación	Desde enero hasta setiembre
Informe final de campaña y cierre de campaña, con la participación de ProHass, emparadoras y exportadoras	Setiembre

Fuente y Elaboración: *SENASA

Nota: *Servicio Nacional de Sanidad Agraria

4.8.1. Certificado Fitosanitario

Según SENASA (2014) el certificado podrá ser otorgado con exclusividad a aquellas plantaciones de palta Hass que hayan sido inspeccionadas y aprobadas en plantas de empaque certificadas y que hayan llevado a cabo el actual procedimiento; este certificado será otorgado por el Inspector de Cuarentena Vegetal, autorizado por SENASA. Del mismo modo, se debe tener en cuenta que para exportar palta Hass, el idioma usado en el Certificado Fitosanitario dependerá de las exigencias del país importador.

4.8.2. Certificación de lugares de producción de palta Hass para exportación

SENASA (2014) establece que esta certificación es obligatoria para: Los lugares de producción situados al interior del Área Autorizada, que hayan realizado exportaciones registradas en SENASA, siempre que tengan como destino de exportación a EEUU, Chile y demás países que lo soliciten; así como también, para los lugares de producción externos al Área Autorizada, que producen para exportar; y finalmente, los lugares de producción recientemente incorporados al Área Autorizada (Lambayeque y Piura).

4.8.2.1. Requisitos para la certificación de los lugares de producción de palta Hass.

Los LDP con producción para exportación, que se encuentran localizados en el Área Autorizada, deberán presentar niveles poblacionales de moscas de la fruta, por debajo de 0.5 de Mosca por Trampa Día (MTD), y mantenerlos durante toda la temporada de exportación.

Del mismo modo, los LDP al interior del Área Autorizada, deben estar integrados en el sistema de vigilancia de plagas del palto. (SENASA, 2014)

4.8.2.2. Procedimiento para solicitar la certificación del lugar de producción.

La información relacionada al procedimiento para solicitar la certificación del lugar de producción ha sido compartida por el Jefe del Área de Sanidad Vegetal, Delfin Cotrado Ramos, a través de una comunicación vía correo electrónico, la cual será detallada a continuación:

Treinta días antes de presentar la solicitud para la Certificación de Lugar de Producción el productor interesado deberá actualizar o registrarse mediante Declaración Jurada en el SIIMF, en el SENASA de la zona. Este procedimiento varía entre persona natural y jurídica, por lo que a continuación se hace el detalle para ambos:

a) Personas Naturales solo con DNI

La solicitud por mesa de partes, se deberá presentar treinta días previos a la cosecha; según el Modelo CVE-02, el cual se adjunta como anexo 1. Así mismo se deberá:

- Adjuntar el plano o croquis de ubicación y distribución del Predio o Parcela, ambos en una sola hoja. A continuación se muestra un modelo de croquis.

- Adjuntar el formato 1.2A y 1.2 B según los lineamientos establecidos en el formato 1.1. debidamente firmados
- Presentar Banner según modelo (se verificará en campo)
- Realizar el procedimiento de recojo de frutos caídos semanalmente (se verificará en campo el registro o ficha de recojo actualizada a la fecha).
- Pagar según la VUCE, esta indica el monto, la cuenta y entidad bancaria (Pago Aduanero).

Para programar la inspección del LDP se verificará el MTD del predio (MTD 0.01 para Arequipa) de lo contrario se comunicará al responsable MF de la zona para que el productor implemente las medidas de control en el más corto plazo, el responsable de MF de la zona dará el visto bueno para proceder con la inspección y certificación del lugar de producción.

4.8.3. Certificación de plantas de empaque

De acuerdo a SENASA (2014) la certificación de la planta de empaque, deberá ser solicitada a esta entidad por parte de los interesados, con al menos un mes de anticipación a sus exportaciones, respetando el cronograma establecido en la Tabla 14; de este modo el SENASA podrá comenzar con la certificación en base a los siguientes requisitos:

- a) Para evitar la intrusión de plagas, toda la planta de empaque, debe contar con mosquiteras
- b) Los ingresos a la sala de empaque deben tener puerta doble, con un sistema de cierre automático, sino es así, una persona se encargará de mantener las puertas cerradas.
- c) Las cortinas de aire en las áreas de acceso, han de ser lo suficientemente potentes para evitar el acceso de insectos a la planta de empaque.
- d) Las plantas de empaque deberán contar con un área especial para la oficina de inspección fitosanitaria del SENASA, la cual se ubicará en un área contigua y con amplia visión sobre la sala de procesos.
- e) Las frutas en las mismas condiciones fitosanitarias deben almacenarse en cámaras frigoríficas y deben estar claramente marcadas en la puerta de acceso.
- f) Todas las plantas de empaque, deben contar con un responsable técnico; el cual se encargará de gestionar todas las acciones fitosanitarias propias de la planta.
- g) Las plantas de empaque deben poseer el Certificado de Autorización Sanitaria conferido por el Área de Inocuidad Agroalimentaria del SENASA.

- h) Las empacadoras deberán contar con un sistema de rastreo que permita ubicar el origen del LDP de la fruta a exportar y deben llevar un registro del volumen total de entrada de fruta diaria, acompañado de sus Guías de Remisión.

4.8.3.1. Procedimiento para la certificación de la planta de empaque.

SENASA (2014) establece que las plantas de empaque que cumplan con los requisitos establecidos anteriormente, demandarán la certificación de su planta empaquetadora por medio de la página web de la VUCE donde llevarán a cabo el trámite correspondiente, este sistema hará válida toda su información con la ayuda de la clave SOL , seguidamente deberán compilar toda la información en el formato de solicitud, (anexo 5), además de ello deben realizar el pago y adjuntar un escáner legible de la copia simple de los planos de la infraestructura, en el que se detalla el flujo de la fruta desde la entrada hasta el área de despacho.

4.8.4. Lugares de producción de palta certificados por SENASA.

En la actualidad, en la lista actualizada de lugares de producción de palta registrados en SENASA (2020) , se pueden encontrar un total de 228 lugares de producción certificados en el 2020; esta lista se centra en zonas que producen las variedad Hass y adicionalmente la variedad Fuerte. Las regiones que cuentan con lugares de producción certificados son:

- **La libertad:** con 14 lugares de producción certificados, los cuales en su mayoría pertenecen a empresas, como lo es San Miguel Fruits Perú S.A., la cual tiene tres zonas de producción diversas registradas, Palto Hass 9, Palto Hass 13, y Palto Hass 15.
- **Ayacucho:** en esta región, de los 21 lugares de producción registrados, solo uno le pertenece a una empresa, estamos hablando de Agrícola Huanta S.A.C., la cual produce en la zona de Fundo Santa Rosa.
- **Huancavelica:** esta región posee el mayor número de lugares de producción de palta certificados por SENASA, con una exactitud de 87. Lo interesante es que tan solo dos de estos pertenecen a empresas, la primera de ellas es Agrícola Exportadora H&M S.A.C., con dos lugares de producción, los cuales son Camayoc 01, y Camayoc 02, mientras que la segunda es Agropecuaria Pumani E.I.R.L., con una sola zona de producción llamada Fundo Pumani.
- **Moquegua:** posee un total de 26 zonas certificadas por SENASA, solo una de ellas pertenece a una empresa, llamada Vipaur E.I.R.L., con su zona de producción llamada Fundo Vipaur.

- **Lima- Callao:** podemos observar en la lista proporcionada por el SENASA, a siete lugares de producción de palta registrados en esta región, de los cuales 4 son empresas y se destaca a Produciendo Perú S.A.C., con dos zonas productivas llamadas Fundo Caracha- Montana y Fundo Caracha River.
- **Ancash:** en esta región de la sierra peruana se encuentran registradas en la lista dos zonas de producción, ambas pertenecientes a empresas, la primera de ellas es el Fundo Agrícola Mapa S.A.C. y la segunda Mant & Río S.A.C.
- **Arequipa:** en esta región encontramos registrado a tan solo a un lugar de producción de palta propiedad de la empresa Agroinca Productos Peruanos de Exportación S.A., la cual produce en la zona llamada San Camilo.
- **Cusco:** al igual que con la región anterior, solo existe un lugar de producción de palta certificado por SENASA, sin embargo, este no se encuentra registrado a nombre de una empresa, y la zona en la que produce tiene por nombre El mirador.
- **San Martín:** finalmente en la lista encontramos a la región San Martín, con tan solo un lugar de producción registrado, de dominio de la empresa Paltos Rioja S.A.C.

4.8.5. Plantas de empaque de palta certificadas por SENASA.

Como se puede observar en la Tabla 20, son 33 las plantas de empaquetamiento certificadas en SENASA, entre 2019 y 2020. Dichas plantas en su mayoría se encuentran ubicadas en la región de Lima-Callao, con 17 plantas de empaque. Sin embargo, se tiene también presencia de estas empaquetadoras en las regiones de Ica, La libertad, Lambayeque, Moquegua y tan solo una en Arequipa.

Tabla 20

Plantas de empaque de palta certificadas por SENASA

Código de Empacadora/Planta de Tratamiento	Región	Razón Social	Fecha de certificación
024-00010-PE	AREQUIPA	AGRICOLA KAMUK S.A.C.	16/05/20
016-00036-PE	ICA	AGRICOLA LA VENTA S.A.	10/11/19
016-00010-PE	ICA	AGRO-EMPAQUES SAFCO S.A.C.	13/08/20
016-00014-PE	ICA	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	29/01/20
016-00033-PE	ICA	PROCESADORA LARAN SAC	17/03/20
016-00117-PE	ICA	VERDEFLORES S.A.C.	14/02/20
009-00004-PE	LA LIBERTAD	AGRICOLA CERRO PRIETO S.A.	9/03/20
009-00007-PE	LA LIBERTAD	AGROINDÚSTRIAS JOSE & LUIS S.A.C.	20/02/20
009-00044-PE	LA LIBERTAD	LT MULTI SERVICES S A C.	15/05/20
009-00013-PE	LA LIBERTAD	TAL S A	14/01/20

004-00011-PE	LAMBAYEQUE	AGRICOLA ZEIT ORGANISCH S.A.C.	27/04/20
004-00038-PE	LAMBAYEQUE	AGROVISION PERU S.A.C.	14/04/20
004-00023-PE	LAMBAYEQUE	COMPLEJO AGROINDUSTRIAL BETA S.A.	8/04/20
004-00002-PE	LAMBAYEQUE	JAYANCA FRUITS S.A.C.	2/03/20
028-00015-PE	LIMACALLAO	AGRI LEZA S.A.C.	11/12/19
028-00010-PE	LIMACALLAO	AGROINDÚSTRÍAS HUARAL S.A.C.	2/11/20
028-00037-PE	LIMACALLAO	ASR PACKING S.A.C.	4/02/20
028-00008-PE	LIMACALLAO	CORPORACION AGRICOLA VIÑASOL S.A.C.	1/01/20
028-00009-PE	LIMACALLAO	EUROFRESH PERU S.A.C	16/12/19
028-00022-PE	LIMACALLAO	FUKUDA LENCI CARLOS YOSHIO	4/03/20
028-00026-PE	LIMACALLAO	FUKUDA LENCI CARLOS YOSHIO	4/03/20
028-00031-PE	LIMACALLAO	NEGOCACER S A C.	18/10/20
028-0005B-PE	LIMACALLAO	NEGOCIOS E INVERSIONES GERONIMO S.A.C.	25/02/20
028-00046-PE	LIMACALLAO	PL PACKING & LOGISTICS S.A.C.	3/02/20
028-00012-PE	LIMACALLAO	PROCESADORA CAMPO VERDE S.A.C.	12/12/19
028-0004 8-PE	LIMACALLAO	PROCESADORA PACKING-MAITO S.A.C.	1/02/20
028-00006-PE	LIMACALLAO	PROCESADORA TORRE BLANCA S.A.	23/01/20
028-00057-PE	LIMACALLAO	SOCIEDAD AGRICOLA ARONA S.A.	16/04/20
028-00024-PE	LIMACALLAO	SOCIEDAD AGRICOLA DROKASA S.A.	13/04/20
028-00005-PE	LIMACALLAO	T & T FRUITS S.A.	1/12/19
028-00004-PE	LIMACALLAO	VERDEFLORES S.A.C.	5/12/19
026-00001-PE	MOQUEGUA	GUADALCAZAR S.A.	10/03/20
026-00003-PE	MOQUEGUA	TRASANDINO AGRICOLA E.I.R.L	17/04/20
026-00002-PT	MOQUEGUA	YUGRA SOSA MARIO MARTIN	10/03/20
025-00008-CI	PUNO	EMPRESA DE TRANSPORTES HERMANOS SARMIENTO E.I.R.L.	16/09/20
025-00009-CI	PUNO	T & S COMERCIAL LLERENA E.I.R.L.	16/09/20
025-00010-CI	PUNO	VILCANQUI CHURA JUAN DE LA CRUZ	5/11/20
003-00002-CI	TUMBES	COMPLEX DEL PERU S.A.C.	20/05/20

Fuente y elaboración: *SENASA

Nota: *Servicio Nacional de Sanidad Agraria

4.9. Proceso de normatización

4.9.1. Norma Técnica Peruana NTP 011.018:2014

Los siguientes son los requisitos mínimos de calidad que deben obedecer las paltas de los distintos cultivares de Persea americana Mill. Establecidos en la Norma Técnica Peruana 011.018:2014 elaborada por el Comité Técnico de Normalización de Productos Agroindustriales de Exportación – Subcomité de Palta (2014). Esta norma aplica para las paltas que llegaran frescas al consumidor y excluye a los frutos partenocárpicos y las paltas producidas con fines industriales.

4.9.1.1. Requisitos mínimos.

La NTP 011.018:2014 nos indica que las paltas ubicadas en un mismo envase, incluidas todas las categorías y en concordancia con las disposiciones especiales y tolerancias permitidas, deberán:

- Conservar la forma propia de la variedad.
- Estar enteras.
- Estar sanas, es decir se eliminarán las paltas descompuestas no aptas para el consumo.
- Estar completamente limpios, incluso a la vista.
- Estar libre de plagas que afecten la apariencia del producto, como de deterioros ocasionados por plagas.
- Poseer un pedúnculo con una longitud que no supere los 10 mm, segado impecablemente; si no presenta un pedúnculo podría no considerarse como un desperfecto, si el lugar de inserción del pedúnculo esté seco e intacto.
- No presentar lesiones a causa de mínimas temperaturas.
- Libres de humedad externa anormal.
- Libre de cualquier olor y sabor extraño.

Además, señala que la cosecha de palta se da cuando esta aún se encuentra en estado inmaduro, y en base a su contenido de materia seca, (un contenido mínimo, medido por secado a peso constante de 21% para la variedad Hass). A causa de que la maduración del fruto se da después de su recolección, el fruto deberá haber llegado a una fase fisiológica que garantice el proceso de maduración hasta el final.

Sustenta también, que mientras continúa la maduración del fruto, al mismo tiempo se disminuye el nivel de calidad del mismo; y que las erróneas condiciones de conservación como lo son, los golpes, las altas temperaturas, la humedad y la escasa ventilación pueden agravar los resultados de este proceso, ocasionando no solo que el fruto presente un sabor amargo sino también pierda sus propiedades. Por ello, es importante que la palta se encuentre en condiciones adecuadas, de tal manera que pueda soportar el transporte, la manipulación y llegar al mercado de destino en impecables condiciones.

4.9.1.2. Clasificación por categoría

Son tres las categorías de paltas que se describen en la NTP 011.018:2014:

- a) **Categoría “Extra”:** La distinción de esta categoría se basa en su calidad superior, las paltas deberán tener un aspecto acorde a su variedad, sin defectos, salvo muy leves, y deberán poseer un pedúnculo íntegro.

- b) **Categoría I:** En esta categoría se exige la buena calidad de las paltas ya que deberán tener un aspecto congruente con su variedad, sin embargo podrá presentar algunos desperfectos sutiles como de forma y coloración, de cáscara y quemaduras de sol, sin afectar de ningún modo la pulpa de la fruta. Si existe pedúnculo, no deberá ser perfecto.
- c) **Categoría II:** Se incluyen a las paltas que satisfacen los requisitos mínimos y se le permiten desperfectos sutiles como de forma y coloración, de cáscara y quemaduras de sol, sin afectar en ningún caso la pulpa de la fruta. En el caso presente pedúnculo podrá tener lesiones.

Del mismo modo, las paltas exentas de categoría podrán ser comercializadas, cuando obedezcan a los requisitos fitosanitarios determinados por la Autoridad Nacional Competente.

4.9.1.3. Clasificación por calibres.

En La NTP 011.018:2014, también se presenta una clasificación por calibres en la que las paltas se clasifican de acuerdo al peso, el envase y el mercado de destino.

4.9.1.4. Disposiciones relativas a las tolerancias.

De acuerdo con la NTP 011.018:2014, para cada envase las paltas que no cumplan los requerimientos de la categoría indicada, se permitirán las siguientes tolerancias de calidad y calibre:

a) Tolerancias de Calidad por su aspecto externo

En la Figura 26 se detalla las tolerancias de calidad de la Palta Hass relacionadas con su aspecto externo.

Figura 26

Tolerancias de calidad por su aspecto externo

<ul style="list-style-type: none"> • El 5%, de los frutos que no se clasifiquen dentro de esta categoría, pero si en la Categoría I, y en casos particulares, que no superen las tolerancias establecidas para la Categoría I 	<ul style="list-style-type: none"> • El 10%, de los frutos que no se clasifiquen dentro de esta categoría, pero si en la Categoría II, y en casos particulares, que no superen las tolerancias establecidas para la Categoría II 	<ul style="list-style-type: none"> • El 10%, de las paltas que no clasifiquen dentro de esta categoría ni cumpla con los requisitos mínimos, con excepción de los frutos que hayan sufrido cualquier tipo de lesión que los haga no aptos para el consumo.
--	---	---

Fuente: *NTP 011.018:2014

Elaboración: propia

Nota: *Norma Técnica Peruana 011.018:2014

b) Tolerancias de calibre

Para las tres categorías, se tolerará el 10%, de las paltas que pertenezcan a un calibre mayor o menor al señalado en el envase.

c) Tolerancia sobre daños y defectos

Como se puede observar en la Tabla 21, la clasificación de la palta se da en categorías conforme al nivel máximo de daños y defectos, adicionalmente los valores que se observan están expresados en porcentaje de unidades defectuosas en número.

Tabla 21

Tolerancias máximas para daños y defectos en paltas según categoría

Daños y defectos	Categorías		
	Extra	I	II
Menores			
Manchas	5%	10%	10%
Decoloración	5%	10%	10%
Rameado, rozadura o raspado	5%	10%	10%
Daño por insectos ²	5%	10%	10%
Desórdenes fisiológicos ³	1 %	10%	10%
Cambio de color	5%	10%	10%
Herida cicatrizada	0%	10%	10%
Contaminantes menores: fumagina, cal, pintura blanca.	5%	10%	10%
Subtotal de defectos menores	5%	10%	10%
Mayores			
Ausencia de pedúnculo ⁴	0%	1 %	1 %
Magulladura o golpe	0%	1 %	1 %
Daños por heladas	0%	1 %	1 %

Quemadura de sol	0%	1 %	1 %
Pudrición	0%	1 %	1 %
Herida abierta	0%	1 %	1 %
Contaminantes mayores: excretas de aves.	0%	0%	0%
Subtotal de defectos mayores	0%	2%	2 %
Total de defectos acumulados	5%	10 %	10 %

Fuente y elaboración: NTP 011.018:2014

Nota: *Norma Técnica Peruana 011.018:2014

4.9.1.5. Disposiciones relativas a la presentación.

Son tres las disposiciones establecidas en la NTP 011.018:2014: La primera de ellas es la homogeneidad, la cual señala que los envases deberán contener exclusivamente paltas del mismo origen, variedad, calidad y calibre, haciendo que el contenido visible en el envase represente al contenido total; la segunda, es el envasado, esta indica que las paltas deberán tener envases acorde al CAC/RCP 44, así mismo, para la parte interna del envase se deberán utilizar materiales nuevos, limpios y con una calidad capaz de prevenir cualquier lesión externa o interna del producto, igualmente, se consiente el uso de materiales impresos o etiquetados, siempre y cuando usen tinta o pegamento no tóxico; la tercera señala la descripción de los envases, que a fin de asegurar la manipulación, transporte y conservación apropiada de las paltas, los envases obedecerán a las condiciones de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias, además deben estar libres de materias extrañas y olores.

a) Marcado o etiquetado

La NTP 011.018:2014 diferencia el envasado en base a su destino como se describe a continuación:

- **Envases destinados al consumidor**

Se adiciona a las reglamentaciones de la NTP 209.038, que si la visibilidad externa del producto se ve comprometida, cada envase deberá ser rotulado con el nombre del producto y la variedad.

- **Envases no destinados a la venta al por menor**

Los envases deberán mostrar individualmente en letras agrupadas en un mismo lado, de forma legible e indeleble y visibles desde el exterior; el nombre y dirección del exportador, el código de identificación (opcional), nombre del producto, país de origen, categoría, calibre y peso neto; o bien en los documentos que acompañan al envío, como en el caso de los productos transportados a granel.

4.9.1.6. Contaminantes e Higiene

Las paltas no podrán superar los niveles máximos de contaminantes, así mismo deberán respetar los límites máximos para residuos de plaguicidas y cumplirán los requisitos microbiológicos; asimismo es recomendable que los productos regulados por la NTP011.018:2014 se preparen y manipulen de acuerdo con los códigos de buenas prácticas y códigos de prácticas de higiene, así como la reglamentación nacional vigente, entre otros.

4.9.2. Requisitos específicos para el acceso de la palta al mercado de la UE

De acuerdo con La Comisión Europea (2020) a través de su herramienta Trade Helpdesk se determina que para las paltas frescas que ingresen al territorio italiano, actual miembro de la Unión Europea, existen derechos de importación y gravámenes interiores, como se muestran en las Tablas a continuación :

Tabla 23

Gravámenes interiores

	Tarifa Estándar
IVA	4%
Impuestos sobre consumos específicos	- -

Fuente: Trade Helpdesk

Tabla 24

EU derechos de Importación

Origen	Tipo de medida	Derecho de aduana	Legislación europea
Cualquier País	Derecho terceros países	4,00%	R1776/19
Cualquier País	Precio unitario	313,14 Eur / 100 kg	R2447/15
Perú	Preferencias arancelarias	0%	D0735/12

Fuente: Trade Helpdesk

4.9.2.1. Control de contaminantes en alimentos.

Conforme a, La Comisión Europea (2020), existen los siguientes reglamentos reguladores de los contaminantes en alimentos:

El Reglamento (UE) 2017/625, establece el nuevo marco legal general para garantizar la protección al consumidor, ya que, si se desea importar productos alimenticios en la Unión

Europea se deberá cumplir la legislación de la UE que se encarga de garantizar la seguridad de los alimentos colocados en el mercado de consumo y así mismo, que dichos alimentos no incluyan contaminantes en niveles que pongan en riesgo la salud humana.

Además, el Reglamento 1881/2006 establece los niveles máximos de determinados contaminantes en los alimentos que se comercializarán en la UE. Por tanto, los productos alimenticios indicados en los distintos apartados del anexo de este reglamento no deben, al momento de su comercialización, contener niveles de contaminantes superiores a los especificados en dichos apartados superiores a los especificados en dichas secciones.

4.9.2.2. Control de Residuos de plaguicidas.

A fin de salvaguardar la salud y el medio ambiente, el Reglamento 396/2005 establece que los productos que superen el límite de residuos de plaguicidas no serán aceptados en el mercado europeo. Por añadidura, en los siete anexos del Reglamento 396/2005 se establecen la lista de productos sujetos a control y los LMR que les son aplicables. Finalmente, es importante mencionar que los residuos de pesticidas son periódicamente controlados en laboratorios autorizados, y son las autoridades de los países pertenecientes a la UE los responsables del control y la aplicación de los LMR. (Comisión Europea, 2020).

4.9.2.3. Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal.

La Comisión Europea (2020) afirma que, las importaciones de productos alimenticios de origen no animal a la UE deben cumplir con el Reglamento general (UE) 2017/625 y las disposiciones individualizadas elaboradas a fin de evitar riesgos para la salud pública y proteger los intereses de los consumidores. Así también, se han establecido normas de higiene para los alimentos, las cuales deben ser respetadas por las empresas alimentarias de países externos, y el nuevo Reglamento (UE) 2017/625 establece que las autoridades nacionales competentes llevarán a cabo controles oficiales de todos los operadores en todas las etapas que se rigen por las normas de la cadena agroalimentaria.

4.9.2.4. Control fitosanitario.

Según lo establecido por el Reglamento (UE) 2016/2031 y Reglamento (UE) 2019/2072, las importaciones a la UE de plantas, productos vegetales y otros materiales propensos a contener plagas, pueden estar sujetos a las siguientes medidas de protección:

- Prohibiciones de importación.
- Certificado fitosanitario.
- Inspección y controles fitosanitarios.
- Registro de importadores.

- Medidas de emergencia.

4.9.2.5. Trazabilidad, cumplimiento y responsabilidad en alimentos y piensos.

De acuerdo con La Comisión Europea (2020), los operadores de empresas de alimentos y piensos deberán obedecer los lineamientos del Reglamento (CE) n. 178/2002, el cual establece los principios de trazabilidad para rastrear a los productos en todos sus procesos hasta el consumo.

4.9.2.6. Etiquetado y Embalaje.

La Comisión Europea (2020), sustenta que para el etiquetado se debe respetar el Reglamento UE 543/2011 y el Reglamento UE N. 1169/2011, detallando en la etiqueta toda información requerida. De la misma manera, en lo que se refiere a los embalajes, el Reglamento (CE) 1935/2004 establece las disposiciones para los materiales y objetos que entrarán en contacto con los alimentos.

4.9.2.7. Normas de comercialización de frutas y hortalizas frescas.

Según, La Comisión Europea (2020) en acuerdo con el Reglamento de Ejecución de la Comisión (UE) n.o 1308/2013, las frutas y hortalizas que serán vendidas frescas al consumidor pueden hacerlo solo si están sanas, son de calidad comercial y si se indica el país de origen. Así también, es importante mencionar que las autoridades idóneas realizan inspecciones documentales y/o físicas de los productos importados con el fin de comprobar requisitos mínimos de calidad, de madurez, tolerancias y de origen del producto.

4.10. Etapas del proceso de exportación

En la siguiente figura se responderá a tres preguntas básicas que se deben conocer antes de comenzar el proceso de la exportación.

Figura 27

Bases de la exportación

¿Cómo puedo exportar?	¿Qué necesito para exportar?	¿Quién puede exportar?
<ul style="list-style-type: none">• Vender nuestros productos al exterior.• Comprometerse en vender productos de calidad.• Comprometerse en cumplir plazos y obligaciones.• Tener en cuenta que se debe producir lo que se demanda.• Contar con oferta exportable	<ul style="list-style-type: none">• Contar con un Plan de exportación.• Contar con infraestructura adecuada.• Contar con un nivel de producción constante y sostenido.• Contar con personal adecuado.• Manejar el aspecto financiero.	<ul style="list-style-type: none">• En el Perú, las personas naturales y jurídicas, pueden realizar este tipo de negocios siempre y cuando cuenten con el Registro Único al Contribuyente (RUC) y emitan facturas y boletas.

Fuente: *SIICEX y *PromPerú

Elaboración propia

Nota: *El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

4.10.1. Modalidades de exportación

4.10.1.1. Exportación Simplificada.

PromPerú (2020) define a esta modalidad, como la salida de mercancías sin fines comerciales o hasta por un valor FOB de 5,000 USD y no está afecta a tributo alguno. A través de la exportación simplificada también se tramita la salida de mercancías del régimen de equipaje, menaje de casa, muestras sin valor comercial, obsequios y donaciones. Adicionalmente, en este tipo de exportación, el exportador o su representante puede hacer el trámite de exportación directamente ante la SUNAT, siguiendo los pasos que se detallan en la Figura 28.

Figura 28

Proceso para la exportación simplificada



Fuente y elaboración: PromPerú

Nota: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

Para el más amplio conocimiento de esta modalidad de exportación, se adjunta como anexo 6 un cuadro resumen para el caso de exportaciones simplificadas con fines comerciales.

4.10.1.2. Exporta Fácil

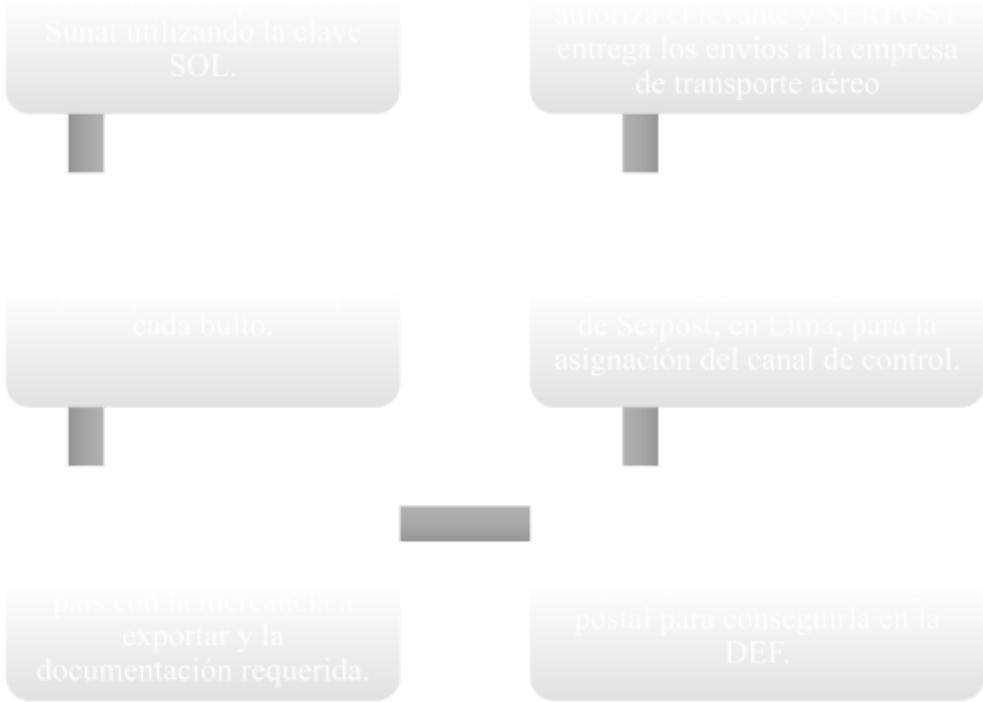
Es el despacho de exportación con fines comerciales vía servicio postal, que permite realizar exportaciones hasta por el valor de 5,000 USD por envío. Ha sido diseñado para promover las exportaciones del micro y pequeño empresario, ayudándolos en su acceso a mercados internacionales. Exporta Fácil te permite exportar desde todos los departamentos, por medio de un trámite aduanero gratuito, fácil y veloz, con reducción de tarifas gracias al operador postal. Sin embargo, es primordial tomar en cuenta los límites de los bultos en los envíos a través de Exporta Fácil: El peso no deberá superar los 30 kilos por bulto y la suma de las medidas de ancho, largo y alto debe ser igual o menor a 3 metros. Y así mismo, en este tipo de exportación no se contemplan envíos que requieran condiciones especiales de temperatura como en productos perecibles. Así también, se debe tener en cuenta que el

exportador deberá contar con RUC, ya sea como persona natural o jurídica. De no ser así, esta modalidad permite exportar a las personas naturales con RUS utilizando boletas de venta (PromPerú, 2020).

En la Figura 29 se describen los pasos que se deberán seguir para llevar a cabo el Exporta fácil:

Figura 29

Proceso para Exporta fácil



Fuente y elaboración: PromPerú

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

Para más información relacionada a esta modalidad de exportación, se adjunta como anexo 7, un cuadro resumen para el caso de Exporta Fácil.

4.10.1.3. Exportación definitiva

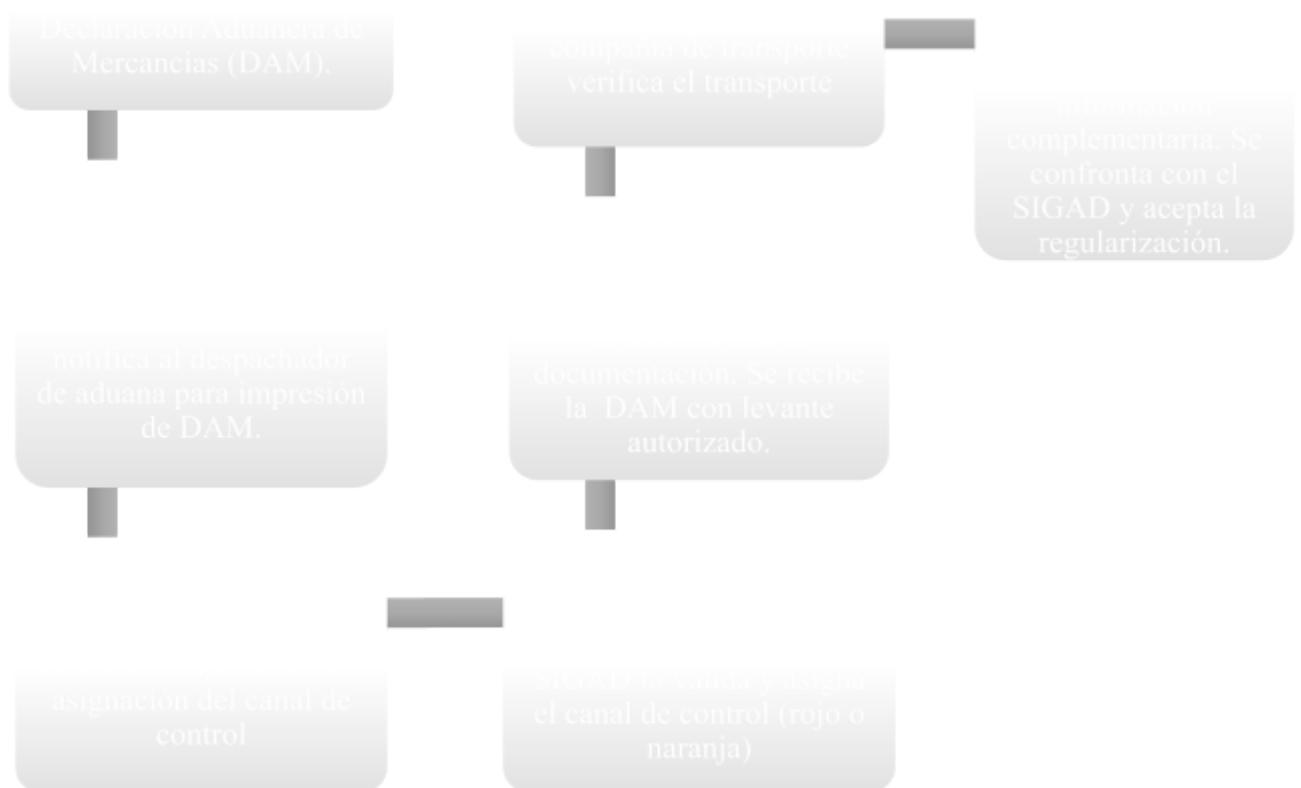
PromPerú (2020) la define como la salida de mercancías nacionales o que se hayan nacionalizado, para su uso o consumo definitivo en el exterior. Esta puede efectuarse a través de intermediarios comerciales hacia y desde las Zonas Especiales de Desarrollo (ZED), bajo contratos de colaboración empresarial, con embarques parciales o mediante operaciones SWAP. Asimismo, en la exportación definitiva el exportador ya sea como persona natural o jurídica deberá contar con un RUC y tener la condición de habido; cuando el valor de la exportación supera los 5,000 USD, el exportador está obligado a contratar un agente de

aduana, el cual deberá prestar sus servicios en lo que respecta a trámites aduaneros, representación del usuario ante la entidad aduanera y asesoramiento.

Para llevar a cabo la exportación, se deben seguir los pasos que se muestran en la Figura 30:

Figura 30

Proceso para la exportación definitiva



Fuente y elaboración: PromPerú

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

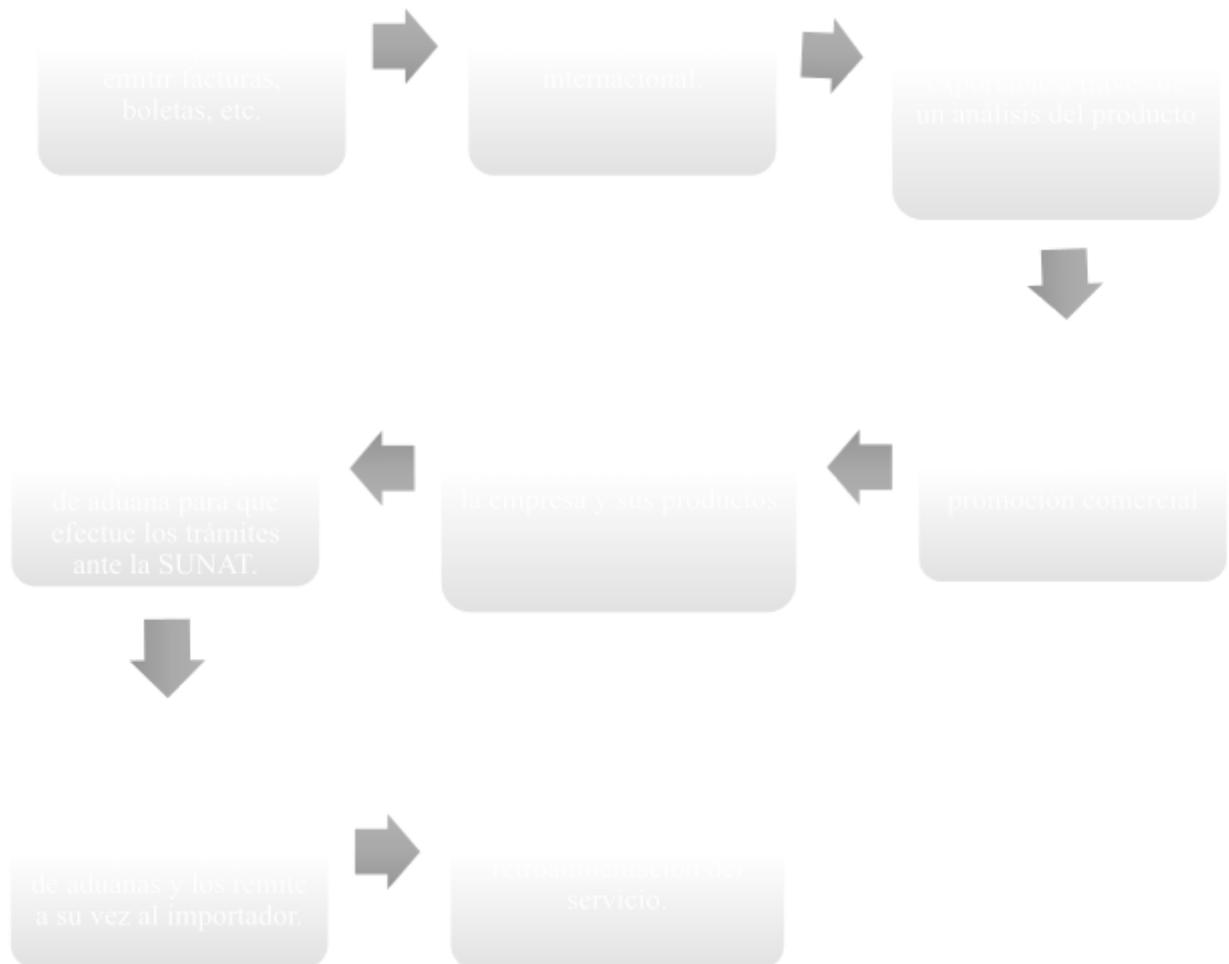
A fin de ahondar en esta modalidad de exportación, se adjunta como anexo 8 un cuadro resumen para el caso de exportaciones definitivas.

4.10.2. Proceso exportador

En la Figura 31 se exponen las 8 etapas que debe seguir cualquier emprendedor que desee ampliar su mercado y exportar.

Figura 31

Etapas del proceso exportador



Fuente y elaboración: PromPerú

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

4.10.3. Gestión de la exportación

A continuación se detallaran todos los puntos que se deben tener en cuenta para gestionar la exportación de palta

4.10.3.1. Determinación del precio.

El exportador debe hacer uso de una estrategia de precios para poder ingresar al mercado internacional, debido a que, un precio adecuado para exportar desencadena en mejores oportunidades en las ventas y las utilidades no solo para el exportador, sino también para todos los involucrados (PromPerú, 2012).

4.10.3.2. Cotización.

Cuando existe un interés en la empresa y en el producto por parte de el cliente potencial y si este lo solicita, se deberá remitir una cotización, conforme a lo expuesto por PromPerú (2012) este es el documento formal que nos permite establecer contacto con el cliente, y en el que deberíamos informarle lo siguiente:

Figura 32

Puntos señalados en una cotización

Características del producto	Términos de venta	Referencias de la empresa
<input type="checkbox"/> Denominación técnico-comercial	<input type="checkbox"/> Condiciones de la operación	<input type="checkbox"/> Dirección
<input type="checkbox"/> Cantidades a suministrar por partidas y totales	<input type="checkbox"/> Condiciones de venta y de pago	<input type="checkbox"/> Teléfono
<input type="checkbox"/> Posición arancelaria	<input type="checkbox"/> Monto total	<input type="checkbox"/> Fax
<input type="checkbox"/> Unidad de medida	<input type="checkbox"/> Modo de envío	<input type="checkbox"/> Correo electrónico
<input type="checkbox"/> Precio unitario	<input type="checkbox"/> Puerto o lugar de embarque y de destino	<input type="checkbox"/> Página Web
<input type="checkbox"/> Embalaje	<input type="checkbox"/> Fecha posible de entrega	<input type="checkbox"/> Antecedentes comerciales
<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Otros

Fuente: *PromPerú

Elaboración: Propia

Nota: El envío de cotizaciones puede realizarse vía fax, correo y medios electrónicos, entre otros.

*Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

4.10.3.3. Envío de muestras.

Méndez (2014) afirma que frecuentemente los clientes atraídos e interesados en el producto solicitan muestras, por lo que el exportador deberá remitir muestras sin valor comercial (MSVC). Por lo general estas se envían por medios postales y se les deberá adjuntar la ficha técnica del producto; las muestras ciertamente deberán coincidir con lo detallado en la cotización. Asimismo, si las muestras satisfacen al cliente, es común que este proceda a emitir una orden de compra (O/C), y allí comenzará la negociación internacional.

4.10.3.4. Negociación Internacional.

Con la negociación internacional se especificarán los particulares del contrato, logrando así determinar las obligaciones y derechos de ambas partes. Es aconsejable que antes de entablar una negociación, las partes contratantes tengan amplia información sobre sus

intereses y los de la contraparte, a fin de detectar posibles problemas que puedan resolverse antes de la celebración del contrato (PromPerú, 2012).

4.10.3.5. El Contrato de Compra Venta Internacional.

Conforme a lo expuesto por PROMPERÚ (s.f.) este contrato se crea a causa de los distintos sistemas jurídicos de carácter internacional, además, para este tipo de contratos se hace uso de La Convención de Viena, una la Ley Internacional de derecho privado, que se adecua a las necesidades de los Negocios Internacionales, sin transgredir a la Legislación Nacional.

4.10.3.6. Financiamiento.

El financiamiento para el capital de trabajo se puede obtener mediante:

- Recursos propios, aquellos que genera la misma empresa.
- Proveedores, mediante un crédito otorgado por los proveedores de la empresa.
- Entidades financieras, a través de préstamos los cuales incluyen un plazo y una tasa de interés (PromPerú, 2012).

4.10.3.7. Envase y Embalaje.

El exportador debe tener amplio conocimiento acerca de las normas y especificaciones en los envases, embalajes y en el marcado de los productos que pretende exportar. En el caso de la exportación de Palta Hass hacia Italia, los requisitos del envasado han sido detallados en la NTP 011.018:2014. Sin embargo, SIICEX (2020) a través de su herramienta Requisitos de Acceso a Mercados (RAM) afirma, que los materiales y artículos en contacto con los alimentos, en los que se incluyen los usados para el envasado de alimentos, son controlados por una legislación de la UE aplicada en Italia. Del mismo modo, se señala que los exportadores son los responsables del cumplimiento de las reglamentaciones referidas a los embalajes que serán exportados , y que cuando dichos embalajes sean de madera deberán tener un sello emitido por SENASA que certifique que ha recibido tratamiento térmico contra plagas; del mismo modo los encargados de proveer el tratamiento deben tener autorización de SENASA.

Después de ello podrá acudir a una agencia de carga u operadores logísticos, quienes se ocuparan de tratar directamente con el transportista. El agente de carga es el encargado de proporcionar al exportador el conocimiento de embarque (Méndez, 2014). A su vez, este es el documento o recibo que asegura el embarque de la mercancía, sin este sería imposible el retiro de la mercancía en el lugar de destino. En base al medio de transporte utilizado varía su nombre , de este modo cuando se realiza por vía marítima se llama Conocimiento de

Embarque Marítimo o "Bill of Lading"; Conocimiento de Embarque Aéreo "Airway Bill", si se realiza por vía aérea o Carta de Porte si es vía terrestre. (MINAGRI, s.f.)

4.10.3.8. Transporte Internacional

De acuerdo con PROMPERÚ (2012) el transporte internacional es el traslado de mercancía de un país a otro, el cual debe ser efectuado asegurando que la carga llegue a su destino en las condiciones pactadas entre el usuario y el transportista. Por ello, es importante evaluar las ventajas y desventajas de los diferentes medios de transporte internacional que existen y de esta manera seleccionar el más adecuado para la exportación.

Tabla 25

Ventajas y desventajas de los tipos de transporte internacional

DE TRANSPORTE	VENTAJAS	DESVENTAJAS
MARÍTIMO	<p>Poseen un gran volumen de carga, lo que a su vez genera que el costo de los fletes sea más bajo</p> <p>Hay una amplia variedad de modalidades disponibles.</p> <p>El exportador dispone de confianza cuando planifica el transporte.</p>	<p>Los buques se encuentran alejados del exportador, ya que solo se encuentran en los puertos.</p> <p>El embalaje debe ser resistente y duradero, haciéndolo costoso.</p> <p>El tiempo de viaje es muy largo</p> <p>La frecuencia es menor, debido a que son lentos y las cargas son grandes.</p>
AÉREO	<p>Produce un servicio en la entrega y es apropiado para productos perecederos.</p> <p>El embalaje no tienen que ser especializado y es más liviano.</p> <p>Inventarios bajos por la elevada frecuencia de viajes.</p>	<p>La capacidad máxima para aviones de pasajeros es de hasta 35 TM. y 105 TM. para cargueros.</p> <p>Los fletes son muy costosos.</p> <p>Los objetos peligrosos experimentan gran dificultad para ser trasladados por este medio.</p>
TERRESTRE	<p>Tienen una frecuencia estable y regular.</p> <p>Logran dar el servicio de puerta a puerta.</p>	<p>Se limita a países limítrofes.</p> <p>El riesgo de siniestro, robo, etc. es mayor a los otros medios de transporte.</p>

MULTIMODAL	Se tiene un solo operador logístico para gestionar todos los gastos operativos y de traslado.	La operación es demorosa ya que el operador multimodal espera la intervención de cada enlace para que la mercancía llegue a su destino.
------------	---	---

Fuente y Elaboración: PromPerú

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

4.10.3.9. Trámites y Documentos para el despacho de aduana hacia Italia

PROMPERÚ (2012) indica, que el exportador deberá presentar la factura comercial (commercial invoice), a nombre del importador así como la lista de empaque (packing list). En la Figura 33 se detallan los datos que deben incluir ambos documentos.

Figura 33

Datos para factura comercial y para lista de empaque

<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del exportador y el importador (nombre y dirección). • Fecha de expedición. • Número de factura. • Descripción de las mercancías (denominación, calidad, etc.). • Unidad de medida. • Cantidad de mercancías. • Valor unitario. • Valor total. • Valor facturado total y moneda de pago. • Condiciones de pago (modo y fecha de pago, descuentos, etc.). • Condiciones de entrega según el correspondiente Incoterm. • Medio de transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Datos del exportador, el importador y la empresa de transporte. • Fecha de expedición. • Número de la factura de transporte • Tipo de embalaje (bidón, jaula, cartón, caja, tonel, bolsa, etc.) • Número de bultos. • Contenido de cada bulto (descripción de las mercancías y número de artículos en cada bulto) • Peso neto, peso bruto y dimensiones de los bultos.
---	--

Fuente: *PromPerú

Elaboración: Propia

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

No se exige un formato específico, para ninguno de estos documentos. Sin embargo, el exportador deberá expedir la factura comercial y elaborar la lista de bultos, ambas según la práctica comercial habitual. Además, deberán presentar el documento original y al menos una copia; generalmente no es necesario que vayan firmados, más en la práctica, tanto el original

como la copia suelen ser firmados. Pueden presentarse en el idioma de preferencia, sin embargo, se aconseja una traducción al inglés (Comisión Europea, 2020).

Después de ello, PROMPERÚ (2012) señala, que se deberá presentar la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) acompañada del documento de transporte, que indica la propiedad de la mercancía y confirma su recepción. Dichos documentos acompañarán los productos que serán embarcados y si estos superasen el valor de USD 5,000, deben ser presentados por el agente de aduanas ante la SUNAT; de lo contrario, esta gestión podrá ser realizada por el mismo exportador ante la aduana que le corresponda de acuerdo al medio de transporte utilizado para la exportación.

Conjuntamente, La Comisión Europea (2020) señala que se deberán agregar a los anteriores:

a) La declaración del valor en aduana

Cuando el valor de las mercancías importadas en Europa supera los EUR 20,000 deberá entregarse este documento a las autoridades aduaneras europeas, ello para poder establecer el valor de la transacción (equivale al precio pagado o por pagar por las mercancías importadas) y de este modo fijar el valor en aduana sobre el que se aplicarán los derechos arancelarios.

b) Seguro de transporte de mercancías

Es un contrato que indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza.

c) Declaración de importación

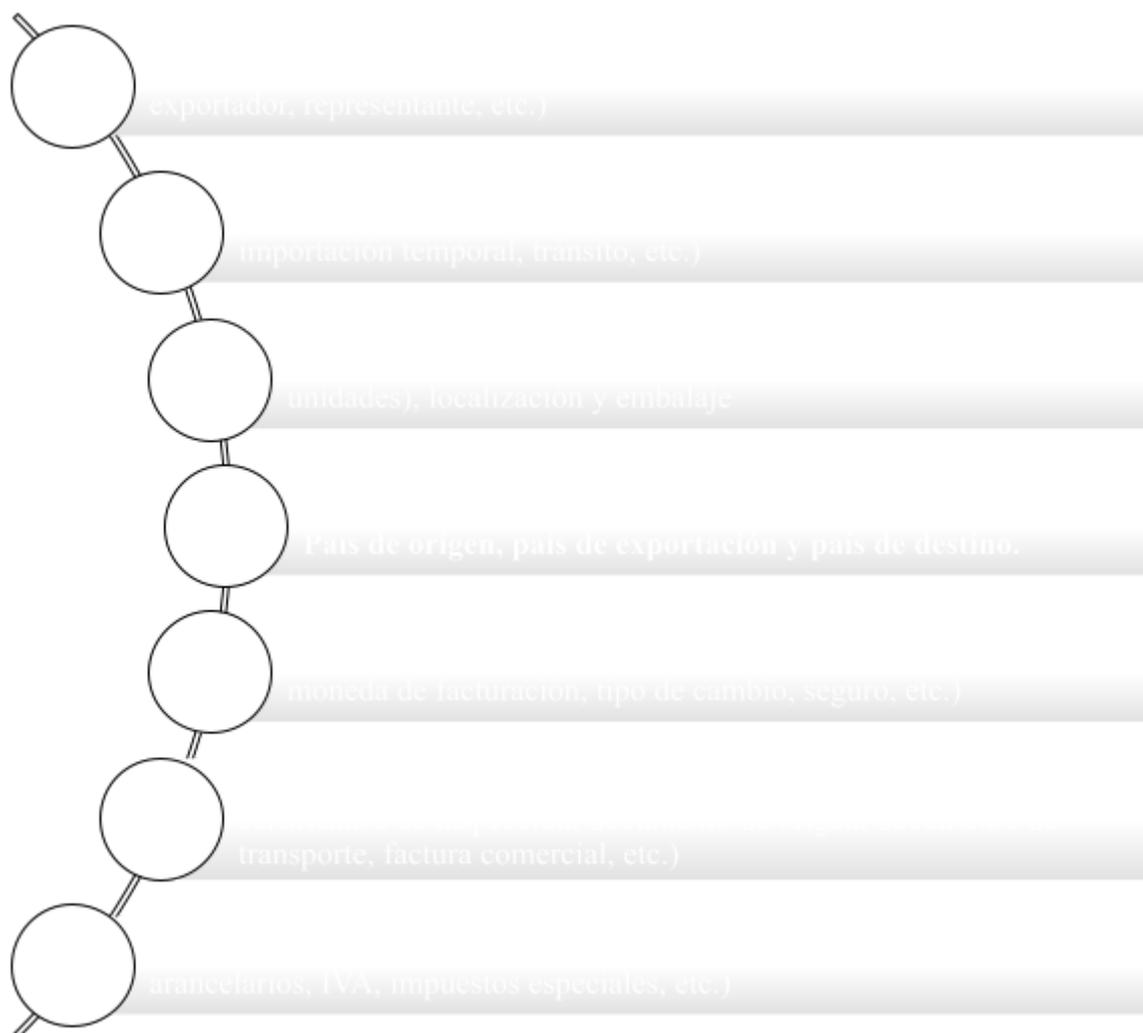
El Documento Único Administrativo (DUA), es comúnmente utilizado para declarar las importaciones en la UE. Dicha declaración, ha de ser realizada en una de las lenguas oficiales de la UE y aceptada por las autoridades aduaneras del país miembro donde tendrán lugar las gestiones.

Este documento puede ser presentado por el importador o su representante a las autoridades aduaneras. Asimismo, El DUA puede presentarse: A través de medios electrónicos conectados con las autoridades aduaneras ó físicamente en la aduana correspondiente.

Los datos mas relevantes que deben declararse en el DUA se mencionan en la Figura 34:

Figura 34

Datos que deben declararse en la DUA



Fuente: Comisión Europea

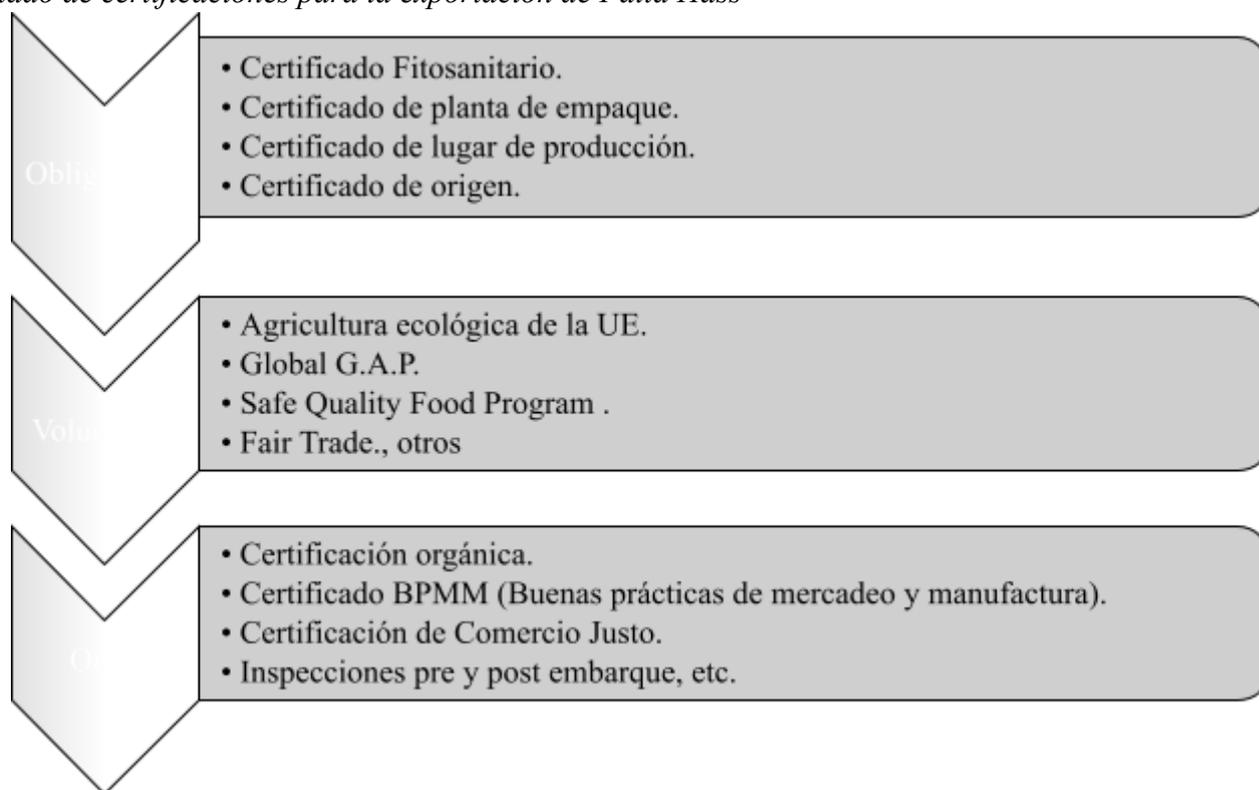
Elaboración: Propia

4.10.3.10. Listado de certificaciones para exportación de Palta Hass a Italia.

En la figura a continuación se enlistan los certificados obligatorios, voluntarios y algunos extras que puedan ser requeridos por el importador.

Figura 35

Listado de certificaciones para la exportación de Palta Hass



Fuente: *PromPerú y *SIICEX Elaboración: Propia

Nota: *El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX), Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

4.10.3.11. Medios de pago.

PromPerú (2012) señala, que posterior a la fijación del precio de venta del producto a exportar, se deberá acordar con el importador el momento en que se cancelará el importe, pudiendo ser adelantado, diferido o mixto

Del mismo modo señala que, la elección del medio de pago será condicionada por el grado y tiempo de conocimiento entre el importador y el exportador, el tamaño y valor de la operación, la frecuencia de las operaciones, etc. Además, la elección del medio de pago deberá establecerse en el contrato de compraventa internacional, y aunque se puede pagar al exportador en diversas formas, frecuentemente se realiza con ayuda de los bancos.

La Figura 26 detalla los medios de pago comúnmente utilizados

Tabla 26

Medios de pago usados en transacciones internacionales

Pago en efectivo personal	Cuando importador y exportador se encuentran en el mismo país, puede realizarse el pago en persona.
----------------------------------	---

Pago con cheque	Se deben cuidar los aspectos formales del cheque, y tomar en cuenta que el cheque es una orden de pago.
Pago con letras	EL Perú cuenta con una ley de títulos valores siempre y cuando se tenga una garantía de cumplimiento de pago, ya que la letra es considerada un compromiso de pago.
Pago con tarjeta de crédito	Cuando el pago no sea muy grande (menor a USD 2,000) y el exportador deberá contar previamente con una tarjeta de crédito.
Pago con remesas	Se usa cuando se deben enviar cantidades menores a USD 1,000, y para realizarlo, se utiliza a empresas de pago inmediato.
Pago con transferencia de cuenta a cuenta	El importador ordena la transferencia de dinero del banco de origen al banco de destino.
Pago con documentos en cobranzas	Cuando el exportador debe financiar toda la operación hasta el embarque para obtener los documentos pactados con el importador, tales como: Factura comercial, póliza de seguros, conocimiento de embarque, etc.

Fuente: *PromPerú Elaboración: Propia

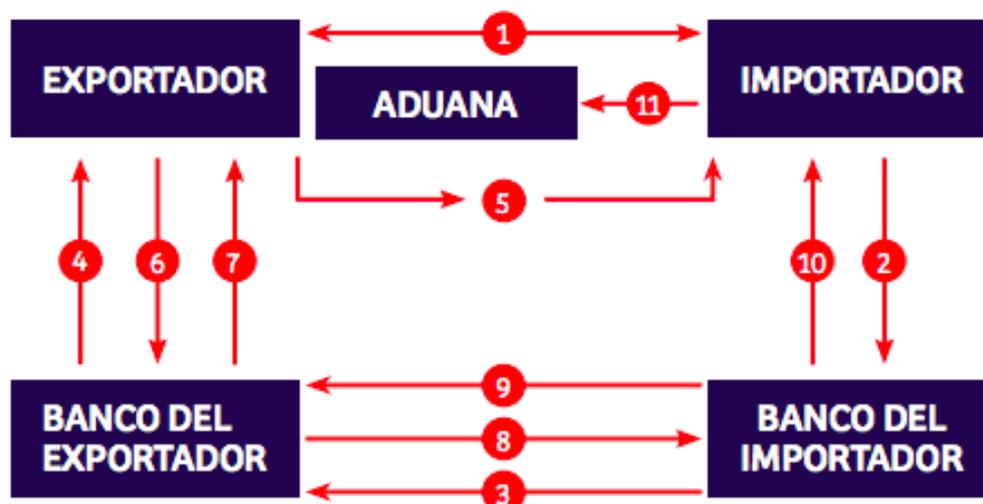
Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

a) **Carta de Crédito**

También llamada letter of credit (L/C), es una de las modalidades más conocidas en los negocios internacionales y es generalmente usada cuando las operaciones presentan valores sumamente elevados, ello debido a que es el medio de pago más seguro e imparcial existente. La carta de crédito se asemeja a los documentos en cobranza, con la excepción de que para usar este método de pago la responsabilidad de la idoneidad de los documentos la asumen los bancos, y para ello deberán dar su aprobación antes de proceder a la autorización de pago. En la Figura 36 se detalla el proceso de uso de una carta de crédito (PromPerú, 2012).

Figura 36

Carta de crédito



Fuente: *PromPerú

Elaboración: Propia

Nota: *Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú)

Referencia: 1. Contrato de compra venta internacional, 2. Apertura de la carta de crédito a favor del exportador, 3. Envío de la carta de crédito al banco del exportador, 4. Notificación de la carta de crédito al exportador, 5. Embarque de la mercancía, 6. Entrega de los documentos de exportación, 7. Pago al exportador (cuando la carta de crédito es "a la vista"), 8. Envío de los documentos al banco del importador, 9. Reembolso entre bancos, 10. Entrega de documentos al importador, encargado de efectuar el pago, 11. Retiro de la mercancía en la aduana por parte del importador.

4.10.3.12. Beneficios Tributarios para exportadores

La exportación de mercancías en el Perú, no está afecta a ningún tributo, así mismo, la SUNAT facilita la salida de mercancías al exterior a fin de impulsar la competitividad y oferta. De esta manera, existen dos Beneficios para las empresas exportadoras, la devolución del IGV y el Drawback, las cuales se tramitan ante la SUNAT y ante la Aduanas respectivamente (PromPerú, 2020).

a) Devolución del Impuesto General a las Ventas (IGV)

De acuerdo con PromPerú (2020) la devolución del IGV es el régimen que permite recuperar a los exportadores, los pagos de IGV de los insumos usados en la elaboración de los productos a ser exportados. Para recuperar el Crédito Fiscal o Saldo a Favor del Exportador (SFE), se deberá sumar el IGV correspondiente a todas las adquisiciones de insumos, transporte, bienes y servicios utilizados en el producto materia de exportación, que se encuentren registrados en comprobantes de pago o facturas a nombre de la empresa.

b) EL DRAWBACK

Es el régimen aduanero que admite la devolución total o parcial de los aranceles que hayan gravado la importación de insumos utilizados para la elaboración de las mercancías que serán posteriormente exportadas. El monto de devolución es la suma que resulte de aplicar la tasa de 5% al valor FOB de exportación, sin considerar las comisiones y cualquier otro gasto deducible; además la restitución se efectúa por medio de notas de crédito o cheques emitidos por la SUNAT (PromPerú, 2012).

Conclusiones

- El éxito para la exportación de palta Hass depende del cumplimiento de todos los procesos a cabalidad, es decir cultivar correctamente la planta de palta para ser exportada, cumplir con los requisitos, obtener las certificaciones y finalmente desarrollar de toda la gestión de la exportación.
- El mercado de la palta en Italia es un mercado de oportunidades, ya que actualmente el consumo de las frutas exóticas incluida la palta se encuentra en crecimiento, prueba de ello, es que en 2018 la palta entró en la canasta ISTAD. Así mismo los mayores consumidores de palta en Italia son las mujeres y jóvenes entre 18 y 35 años, con mayor instrucción educativa y con un sueldo que supera los 3.000 euros mensuales.
- La palta en Perú se produce durante todo el año, pero a causa de la diversidad de climas y la variedad de paltas, la estacionalidad varía de acuerdo a la zona donde se produce; mientras que en la costa peruana la cosecha se da entre la quincena de abril y comienzos de agosto en la zona andina del Perú producir palta es más veloz, la cosecha de palta se da entre los meses de febrero, marzo y abril, gracias a las bajas temperaturas.
- La producción peruana de palta en su variedad fuerte está destinada en su mayoría al comercio nacional, mientras que la variedad Hass al comercio extranjero, ya que esta variedad se destaca por su facilidad para ser transportada, su mejor manejo en la post cosecha y el factor más importante, su gran acogida en los mercados internacionales.
- Los importadores de palta en Italia, están dispuestos a trabajar con exportadores peruanos y algunos de ellos ya se encuentran en negociaciones. En particular el representante del Mercato Ortofrutticolo di Firenze afirma, que siempre y cuando el mercado peruano pueda abastecer durante todo el año la demanda, y cumpla todas las reglamentaciones y estándares de calidad, estaría dispuesto a importar palta Hass peruana.
- Para una correcta promoción del producto se debe utilizar material promocional directo y participar en todo tipo de evento de promoción comercial. Además en el Perú

existen existen empresas y organizaciones promotoras para las exportaciones, que te ayudan con la promoción y credibilidad del producto como lo son Promperú, Marca País, Pro Hass y a nivel mundial existen otras como lo es WAO.

- La producción de palta Hass para exportación varía con respecto a la producción local, ya que se deben tomar consideraciones especiales y seguir diversas reglamentaciones. En este proceso son de suma importancia su mantenimiento, cosecha y post cosecha para asegurar que el producto llegue en el correcto estado de madurez, sin ninguna lesión y con el higiene requerido hasta el consumidor.
- A lo largo del Perú existen 228 lugares de producción certificados por SENASA y 33 plantas de empaquetamiento, igualmente certificados, concentradas en su mayoría en la región de Lima- Callao.
- En la NTP 011.018:2014 y en los requisitos arancelarios y no arancelarios para ingresar al mercado de Europa, se establecen disposiciones relacionadas a la presentación del producto, para la primera el envasado deberá obedecer al CAC/RCP 44, mientras que para la segunda el etiquetado debe respetar el Reglamento UE 543/2011 y el Reglamento UE N. 1169/2011 y en lo que se refiere a los embalajes, el Reglamento (CE) 1935/2004 establece las disposiciones para los materiales y objetos que entrarán en contacto con los alimentos.
- En el Perú las exportaciones no están afectas a ningún tributo, es más, la Sunat como organismo promotor, facilita la salida de mercancías al exterior a fin de impulsar la competitividad y oferta, sumado a ello en el Perú tenemos dos beneficios tributarios para las empresas exportadoras, la devolución del IGV y el Drawback, los mismas que se tramitan ante la SUNAT y ante la Aduanas.

Recomendaciones

- Se recomienda a los productores de palta Hass en la zona sierra del país a ampliar sus horizontes y aprovechar las cosechas tempranas de este producto en esa zona para poder exportar durante esa ventana comercial que casi no tiene competencia, y que les podría generar beneficios en la negociación de precios.
- Se recomienda a los productores de palta Hass que deseen exportar hacer uso de las entidades promotoras del estado así como de las promotoras particulares y de esta forma facilitar su acceso a nuevos mercados. Así mismo, se les recomienda participar en ferias internacionales, porque se juega un papel interactivo importante con los posibles clientes; sin embargo, para mejores resultados esta participación debe ser escalonada.
- Para tener mejores oportunidades de exportación y poder abastecer la demanda de los importadores europeos como el Mercato Ortofrutticolo di Firenze, los productores de palta deberían asociarse y de este modo poder ofrecer mayor volumen del producto a mejor precio y durante todo el año.
- Para poder exportar a mercados como el de Europa, es importante que los productores estén certificados por SENASA, por lo que se recomienda obtener el certificado fitosanitario, la certificación del lugar de producción y la certificación de las plantas de empaque.
- El exportador debe conocer todas las reglamentaciones relacionadas al envasado y etiquetado de la palta Hass como producto vegetal fresco exigidas por la NTP 011.018:2014 y la Unión Europea.
- Los exportadores deben hacer uso de los beneficios tributarios que ofrece el estado, ya sea a través de la devolución del IGV, o con la solicitud de la devolución de los aranceles que hayan gravado la importación de insumos utilizados para ser exportados (DRAWBACK)

Referencias

- Agencia EFE. (2020, 03 de diciembre). Sagasti afirma que abordará graves crisis de Perú sin distraerse en acechanzas políticas. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/peru/politica/sagasti-afirma-que-abordara-graves-crisis-de-peru-sin-distrarse-en-acechanzas-politicas-noticia/?ref=gesr>
- Agraria.pe Redacción (11 de Setiembre, 2020). Perú impulsa el consumo per cápita de palta y de arándano en el mundo. *Agraria.pe*. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/peru-impulsa-el-consumo-per-capita-de-palta-y-de-arandano-en-22451>
- Agrodata Perú. (2020). *Exportaciones Agropecuarias Perú*. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/exportaciones#:~:text=En%20el%202018%20las%20exportaciones,del%20mismo%20per%C3%AAdodo%20del%202018.>
- Ahem, A. (2019, 20 de octubre). Avocado, il frutto “di moda” che ha una storia italiana. *Il Giornale.it*. Recuperado de <https://www.ilgiornale.it/news/cronache/avocado-frutto-moda-che-ha-storia-italiana-1772122.html>
- Arias, F. (13 de abril ,2015). La Investigación Científica y Tecnológica. Recuperado de <http://fidiasarias.blogspot.com/2015/04/la-investigacion-cientifica-y.html>
- Banco Mundial. (2020, 13 de octubre). Perú panorama general. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview#:~:text=Despu%C3%A9s%20de%20una%20expansi%C3%B3n%20robusta,fuerte%20recuperaci%C3%B3n%20el%20siguiente%20a%C3%B1o>
- Baroni, P. (2020, 25 de setiembre). Bonus e una lotteria da 50 milioni. Tre miliardi per l’addio ai contanti. *La Stampa*. Recuperado de <https://www.lastampa.it/economia/2020/09/25/news/bonus-e-una-lotteria-da-50-milioni-tre-e-miliardi-per-l-addio-ai-contanti-1.39345494>
- Baselice, G. (2019, 9 de agosto). L’avocado e il frutto dell’anno: in Italia consumo raddoppiati. *Fist & Food*. Recuperado de <https://food.firstonline.info/lavocado-e-il-frutto-dellanno-in-italia-consumi-raddoppiati/>
- BBC News Mundo [Pianka Valderrama]. (2020, 17 de noviembre). Perú: 3 presidentes en una semana [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54980014>

- BBC News Mundo. (2020, 12 de noviembre). Crisis en Perú: 3 claves que explican la inestabilidad política en el país. *BBC News Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-54916840>
- BBC News. (2020, 9 de marzo). Coronavirus: Italy in 'massive shock therapy' pledge to offset virus impact. *BBC News*. Recuperado de <https://www.bbc.com/news/world-europe-51799956>
- Bustillo, R. (2001). *Comercio Exterior*. País Vasco: Universidad del País Vasco.
- Camposol (s.f.). Recuperado de <https://www.camposol.com.pe/es/>
- Cnaan, R. (2017). Los 8 tipos de métodos más habituales. Recuperado de <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2012). Guía exportadora. Recuperado de <https://issuu.com/promperu/docs/guiaexportadora2012>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2020). Devolución del IGV para exportadores. Recuperado de <file:///Users/Pia/Desktop/DEVOLUCION%20IGV%20PARA%20EXPORTADORES.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (s.f.). *Exportando paso a paso* [Diapositiva de PowerPoint] PromPerú. <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=43D61416-5DB3-46B7-B92E-C2DD97C2F75B.PDF>
- Comisión Europea. (2020). Importar a la Unión Europea. Recuperado de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/results?product=0804400010&origin=PE&destination=IT>
- Comité Técnico de Normalización de Productos Agroindustriales de Exportación. (2014). Proyecto de Norma Técnica Peruana 011.0182014. Recuperado de [file:///Users/Pia/Downloads/pntp-011.018-09-01-14_%20\(1\).pdf](file:///Users/Pia/Downloads/pntp-011.018-09-01-14_%20(1).pdf)
- De Miranda, H. (2020, 02 de julio). Abitanti in Italia nel 2020: quanti sono?. *Milano Citta Stato*. Recuperado de <https://www.milanocittastato.it/featured/quanto-grande-la-popolazione-italia/>
- De Simone, A. (2016, 27 de junio). Coltivare avocado in Italia. *Idee Green*. Recuperado de <https://www.ideegreen.it/coltivare-avocado-in-italia-77741.html>
- Dirección General de Políticas Agrarias. (2017). La palta peruana, una coyuntura favorable (3). Recuperado de <file:///Users/Pia/Downloads/boletin-palta-peruana-final.pdf>
- *DUWEST & DROKASA PERÚ* (2017). Recuperado de <http://drokasa.pe/index.php?seccion=nosotros>

- El Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior. (2020). Requisitos de acceso a mercados. Recuperado de <http://ram.promperu.gob.pe/#/?product=9&partida=0804.40.00.00&country=134>
- Fernández, S. R. (2016) Oportunidad de Crecimiento Económico en Colombia: Exportación Aguacate Hass a Holanda. *REVISTA CUBANA DE ECONOMÍA INTERNACIONAL*, volúmen (3), 143-163.
- Fresh Plaza. (16 de Octubre, 2019). Il grosso del consumo europeo di avocado si concentra in soli 11 paesi dell'UE. *Fresh Plaza*. Recuperado de <https://www.freshplaza.it/article/9152869/il-grosso-del-consumo-europeo-di-avocado-si-concentra-in-soli-11-paesi-dell-ue/>
- Fresh Plaza. (2019, 4 de octubre). Focus sul Mercato mondiale dell'avocado. *Fresh Plaza*. Recuperado de <https://www.freshplaza.it/article/9149995/focus-sul-mercato-mondiale-dell-avocado/>
- Fresh Plaza. (2020, 14 de setiembre). Ripresa sul mercato dell'avocado Hass, soddisfacente anche quello dei frutti a buccia verde. *Fresh Plaza*. Recuperado de <https://www.freshplaza.it/article/9247986/ripresa-sul-mercato-dell-avocado-hass-soddisfacente-anche-quello-dei-frutti-a-buccia-verde/>
- Galindo, Mariana y Viridiana Ríos (2015) “Exportaciones” en Serie de Estudios Económicos, Vol. 1, Julio 2015. Mexico DF: México ¿cómo vamos?. Recuperado de https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184
- Garcia, E. (2020, 26 de junio). Perú se convierte en el principal proveedor de palta Hass en Europa. *Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/peru-se-convierte-en-el-principal-proveedor-de-palta-hass-en-europa-noticia/>
- Gazzetta Ufficiale Della Repubblica Italiana. (2019). Supplemento ordinario n. 26. Recuperado de <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/gu/2019/06/29/151/so/26/sg/pdf>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Interamericana
<https://peru.info/es-pe/talento/noticias/6/43/uso-de-drones-para-mejorar-la-actividad-agricola>
- Huaman, B. (2017) “INFORME POR SERVICIOS PROFESIONALES EN EL CULTIVO DE PALTO (*Persea americana*) cv. ‘Hass’ PARA EXPORTACIÓN EN LA EMPRESA AGRÍCOLA PAMPA BAJA SAC.” (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de San

- Agustín, Arequipa, Perú). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/4438>
- ICEX España Exportación e Inversiones. (2018). Italia comienza a producir aguacates ante el incremento de la demanda. Recuperado de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2018791322.html?idPais=IT>
 - Internacional Trade Experts. (2019). *Rising Agriculture Exports in Peru Drive Agritech Innovation*. Recuperado de <https://www.bizlatinhub.com/rising-agriculture-exports-peru-drive-agritech-innovation/>
 - Ministerio de Agricultura y Riego. (2018). *PROYECTO “PERU SMART AGRO 4.0” MEJORARÁ LA PRODUCTIVIDAD DE ALGODONEROS DEL PAÍS*. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/minagri/noticias/23527-proyecto-peru-smart-agro-4-0-mejorara-la-productividad-de-algodoneros-del-pais>
 - Istituto Nazionale di Statistica. (2018, 02 de febrero). GLI INDICI DEI PREZZI AL CONSUMO: AGGIORNAMENTI DEL PANIERE, DELLA STRUTTURA DI PONDERAZIONE E DELL’INDAGINE. Recuperado de <https://www.istat.it/it/archivio/208764>
 - Istituto Nazionale di Statistica. (2020, 14 de mayo). COMMERCIO CON L’ESTERO E PREZZI ALL’IMPORT. Recuperado de <https://www.istat.it/it/files/2020/05/Commercio-con-estero-e-prezzi-import-3-2020.pdf>
 - Italiafruit News (2018, 30 de agosto). Tutti i numeri della frutta esotica in Italia. *Italiafruit News*. Recuperado de <http://www.italiafruit.net/DettaglioNews.aspx?idNews=45808&Titolo=tutti-i-numeri-della-frutta-esotica-in-italia>
 - Ortiz, M. (2017). *La palta de Los Andes compite sola en los mercados*. Redagícola. Recuperado de <https://www.redagricola.com/pe/la-palta-de-los-andes-compite-sola-en-los-mercados/>
 - Koo, W. (2020). *Aguacate Paltas Perú Exportación 2020 Septiembre*. Recuperado de <https://www.agrodataperu.com/2020/10/aguacate-paltas-peru-exportacion-2020-septiembre.html>
 - Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. Ciudad de México, México: Pearson Education.
 - La Fratta, S., Sabatini, M. (2019). Pursuing the digital future amid macro-gloom. *Deloitte*. Recuperado de

<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/industry-4-0/italy-4-0-digital-future-technology.html>

- León J. C. (2019, 24 de setiembre). Exportaciones de palta Hass por parte de Perú alcanzaron las 285 mil toneladas en la campaña 2019. *Agraria.pe*. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/exportaciones-de-palta-hass-por-parte-de-peru-alcanzaron-las-19886#:~:text=ProHass%2C%20Daniel%20Bustamante-,Exportaciones%20de%20palta%20Hass%20por%20parte%20de%20Per%C3%BA%20alcanzaron%20las.toneladas%20en%20la%20campa%C3%B1a%202019&text=En%20la%20campa%C3%B1a%202018%20nuestro,los%20rendimientos%2C%20sobretudo%20en%20Trujillo>
- López- Pinto, B., Mas, M., Viscarri, J. (2008). *Los pilares del marketing*. Catalunya, España: Edicions UPC.
- Lunati, F.(2020, 20 de enero). L'avocado cerca spazio nel carrello della spesa degli italiani. *Rivista di Frutticoltura e di Ortofloricoltura*. Recuperado de <https://rivistafrutticoltura.edagricole.it/post-raccolta/lavocado-cerca-spazio-nel-carrello-della-spesa-degli-italiani/>
- Llamazares, O. (2014). ¿Qué es un plan de exportación?. Recuperado de <https://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Martínez, O. (2020, 24 de abril). Ante aguacate caro, recomiendan recurrirá sustitutos. *Info 7*. Recuperado de <https://www.info7.mx/locales/ante-aguacate-caro-recomiendan-recurrir-a-sustitutos/v-1582629>
- Meléndez, J. L. (2019) *Propuesta de un plan de negocios para la producción y exportación de palta Hass (Persea americana "Hass") cultivado en Ancash- 2018*. (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú). Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/12266/Melendez%20Yesquen%2c%20Jorge%20Luis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Méndez, L. (2014). *Marketing Internacional* [Diapositiva de PowerPoint]. SIICEX. <https://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/capacitacion/2014-Puntos%20criticos%20en%20proceso%20exportacion.pdf>
- Messa, S. (2018, 26 de setiembre). «L'avocado: un nuovo business per la Sicilia». *Millonaire.it*. Recuperado de <https://www.millonaire.it/lavocado-un-nuovo-business-per-la-sicilia/>
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2019). La situación del mercado internacional de la palta. Recuperado de

<http://bibliotecavirtual.minagri.gob.pe/index.php/analisis-economicos/estudios/2019/28-la-situacion-del-mercado-internacional-de-la-palta/file>

- Ministerio de Agricultura y Riego. (s.f). El proceso operativo de exportaciones. Recuperado de <http://minagri.gob.pe/portal/185-exportaciones/como-exportar>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2019). Italia- Perfil de la palta. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/342744/Italia_perfil_Palta.pdf
- Monsalve, A. Y. (2019). “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS, AL MERCADO DE FRANCIA, EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AUGUSTA LOPEZ ARENA-FERREÑAFE, 2017 – 2022”. (Tesis de Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/6252/Monsalve%20Tello%20Araceli%20Yoselin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Perúinfo. (2019). *Uso de drones para mejorar la actividad agrícola*. Recuperado de
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2020). Solicitar uso de Marca País en mis productos o servicios. Recuperado de <https://www.gob.pe/10018-solicitar-uso-de-marca-peru-en-mis-productos-o-servicios-para-uso-en-productos>
- ProHass Perú. (2020). Asociación de Productores de Palta Hass del Perú. Recuperado de <https://www.prohass.com.pe/>
- Quilimaco, R. (s.f.). Investigación Tecnológica: ¿Qué es?, Metodología. Recuperado de <https://siaguanta.com/c-tecnologia/investigacion-tecnologica/>
- Ramos, E. (18 de Marzo, 2020). Hay mucho margen para incrementar el consumo de palta en Europa; y eso puede ayudar a colocar más despachos del fruto. *Agraria.pe*. Recuperado de <https://agraria.pe/noticias/hay-mucho-margen-para-incrementar-el-consumo-de-palta-en-eur-21091>
- Rivera, I. (2019). *Marketing Mix Internacional* [Diapositiva de PowerPoint].
- Romero, C. A. (2015) *Manejo post cosecha de palta Hass (Persea americana) Para la exportación*. (Tesis de Pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú). Recuperado de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1300/INFORME%20DE%20EXPERIENCIA%20PROFESIONAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salas, H. J. (2012). *Investigación de mercado para la exportación de palta Hass al mercado de Italia* (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú).

Recuperado de

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/957/salas_h.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Servicio Nacional de Sanidad Agraria. (2014). Procedimiento: Certificación Fitosanitaria de Palta (*Persea Americana*) variedad Hass destinada a la exportación. Recuperado de [file:///Users/Pia/Downloads/RD%200009-2014-MINAGRI-SENASA-DSV%20y%20anexo%20\(2\).pdf](file:///Users/Pia/Downloads/RD%200009-2014-MINAGRI-SENASA-DSV%20y%20anexo%20(2).pdf)
- Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria. (2020). Lista Actualizada de lugares de Producción de Plata Registrados en SENASA. Recuperado de <https://servicios.senasa.gob.pe/siimf/produccionpalta.html>
- Sicilia Avocado. (2020). Il cuore verde dell'isola. Recuperado de <https://www.siciliaavocado.it/chi-siamo>
- Sierra y selva exportadora. (2019). Análisis de mercado de la palta 2015-2019. Recuperado de <https://www.sierraexportadora.gob.pe/analisis-de-mercado-de-palta/>
- Strinati, M. (2019, 19 de agosto). Frutti tropicali Made in Italy, è boom. *Great Italian Food Trade*. Recuperado de <https://www.greatitalianfoodtrade.it/mercati/frutti-tropicali-made-in-italy-%C3%A8-boom>
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria. (2019). Mercancías restringidas y prohibidas. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/mercanciasrestringidas/>
- Bibliografía The Van. (07 de Agosto, 2019). IL BOOM DELL'AVOCADO. *Borsa Italiana*. Recuperado de <https://www.borsaitaliana.it/notizie/food-finance/food/avocado.htm>
- Thompson, I. (2005). Definición de Mercado. Recuperado de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/55012638/definicion_de_mercado.pdf
- Thompson, I. (2009). Definición de Demanda. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- Thompson, I. (2009). Definición de Producto. Recuperado de https://mimateriaenlinea.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/11/Definicion_de_Producto.pdf
- Tondo, L. (2020, 18 de marzo). Italy charges more than 40,000 people with violating lockdown. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/18/italy-charges-more-than-40000-people-violating-lockdown-coronavirus>

- TRADE MAP. (2019). Lista de los mercados importadores para aguacates “paltas”, frescos o secos exportado, por Perú en 2019. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c080440%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- TRADE MAP. (2019). Lista de los mercados proveedores para aguacates "paltas", frescos o secos importado por Italia en 2019. Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c381%7c%7c%7c%7c080440%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1
- Trade Map. (2020). Recuperado de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c604%7c%7c%7c%7c080440%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1
- World Avocado Organization. (2020). Brand Manual (1). Recuperado de <https://avocadofruitoflife.com/retail/>
-

Anexos

Anexo 1: Solicitud para la Certificación Fitosanitaria de Lugares de Producción

SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN FITOSANITARIA DE LUGARES DE PRODUCCIÓN										
SEÑOR JEFE DE ÁREA DE SANIDAD VEGETAL / RESPONSABLE DEL CENTRO DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA										
PARTE I: DEL SERVICIO SOLICITADO										
CERTIFICADO DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN <input type="checkbox"/>										
a) Hortofrutícola <input type="checkbox"/>				b) Flores <input type="checkbox"/>		c) Semillas <input type="checkbox"/>				
PARTE II. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA SOLICITANTE										
1	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL						2	R.U.C. / DNI N°		
3	DOMICILIO LEGAL Av./Calle/Jr.						4	N°		
5	DISTRITO				6	PROVINCIA				
7	DEPARTAMENTO			8	TELÉFONO		9	FAX	10	EMAIL
11	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL						12	N° DNI:		
PARTE III. INFORMACION DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN										
N° CERTIFICADO DEL LUGAR DE PRODUCCION (cuando corresponda) <input type="text"/>										
13	CÓDIGO DEL LUGAR DE PRODUCCIÓN					14	NOMBRE			

	COD. SEDE		COD. PRODUCTOR		COD. N° Lugar de Producción	15	DIRECCIÓN					
16	DEPARTAMENTO			17	PROVINCIA	18	DISTRITO					
19	ZONA		20	SECTOR		21	SUBSECTOR					
PARTE IV. DATOS DE LA ESPECIE VEGETAL (declarar el total especies y área exportable)												
22	NOMBRE COMÚN	23	NOMBRE CIENTÍFICO	24	VARIEDAD	25	ÁREA DE EXPORT.	26	FECHA DE SIEMBRA	27	FECHA DE INDUCCIÓN FLORAL	
28	FECHA DE FLORACION	29	PERIODO DE COSECHA	30	RENDIMIENTO	31	ÁREA A CERTIFICAR	32	PAISES DE DESTINO			
33	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES					34	FECHA FINAL DE ACTIVIDADES					
PARTE V. INFORMACIÓN DEL PAGO												
35	NÚMERO DE CONSTANCIA					36	FECHA DE PAGO					

*** EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:**

- a Croquis de caminos y vías de comunicación.
- b Descripción de las prácticas fitosanitarias que se realizan habitualmente en el campo.

Para lo cual me comprometo a asumir los costos que demande la misma y al cumplimiento de las medidas que disponga el Inspector de Cuarentena del SENASA.

Lugar y fecha,

Exportador o Representante Legal

Firma y nombre completo

Sello de la empresa

Anexo 2: ANEXO 1.2A

ANEXO 1.2A: MANEJO FITOSANITARIO PARA EL CONTROL DE PLAGAS: APLICACIÓN DE PLAGUICIDAS (QUIMICOS Y BIOLÓGICOS) EN LUGAR DE PRODUCCION						
Nombre de Lugar de Producción: _____				Código SENASA (LP): _____		
Dirección Ejecutiva: _____				Lote N°: _____		
Provincia/Distrito: _____				Variedad: _____		
Cultivo: _____				Area (Has.): _____		
Fecha	Fase fenológica	Plaga	Producto comercial a aplicar	i.a /agente biológico	Dosis	Observaciones
... continuar si es necesario						

.....
 Firma del responsable lugar de producción
 Nombre:
 DNI:

Anexo 3: ANEXO 1.2B

ANEXO 1.2B: MANEJO FITOSANITARIO PARA EL CONTROL DE PLAGAS: MEDIDAS DE CONTROL DE PLAGAS EN EL LUGAR DE PRODUCCION		
Nombre de Lugar de Producción: _____		Código SENASA (LP): _____
Dirección Ejecutiva: _____		Lote N°: _____
Provincia/Distrito: _____		Variedad: _____
Cultivo: _____		Area (Has): _____
Medidas de control	Frecuencia de control/Lectura y/o ejecución	Observaciones
Recojo y entierro de frutos		
N° de Trampas de Luz Instaladas		
N° de trampas con cebos tóxicos		
Trampas pegantes		
Liberación de: (controlador biológico)		
Otros. (detallar)		
... Continuar si es necesario		
(*) ambos formatos deben estar firmados por el representante del lugar de producción.		

.....
 Firma del responsable lugar de producción

Nombre:

DNI:

Anexo 4: Anexo 1.1.

ANEXO 1.1: LINEAMIENTOS DEL MANEJO INTEGRADO DE PLAGAS (MIP) A EJECUTARSE EN LUGARES DE PRODUCCIÓN (LP)

I. CONSIDERACIONES

Para la certificación fitosanitaria del LP, a fin de mantener bajas poblaciones de plagas en el cultivo destinado para exportación, el productor debe acreditar la implementación del Manejo Integrado de Plagas aplicando las medidas de control que se indican a continuación según el cultivo:

A: Cultivos Hospedantes de moscas de la fruta

COMPONENTE	MEDIDAS DE CONTROL
Control cultural/mecánico	<ul style="list-style-type: none"> i. Recojo y entierro de frutos caídos en el suelo: al menos cada 7 días como mínimo. ii. Enterrar estos frutos a una profundidad mayor a los 20 cm. iii. Control de malezas, con énfasis en especies que albergan plagas reglamentadas por países importadores, tales como queresas, cochinillas y otros.
Control Etológico	<ul style="list-style-type: none"> iv. Trampas a base de cebos tóxicos, cada LP establecerá sus indicadores técnicos o el umbral para aplicar medidas más efectivas, el cual será supervisado por el SENASA de ser necesario. v. El MTD debe estar acorde al Anexo 2.2 del Procedimiento unificado, durante el tiempo que dure la temporada de exportación.
Control Bioseguridad	<ul style="list-style-type: none"> vi. Contar con sistemas de control de ingreso de personal y/o vehículos al LP, con la finalidad de controlar el ingreso de frutas y cualquier producto vegetal que pueda transportar plagas reguladas por los países importadores.
Control Biológico	<ul style="list-style-type: none"> vii. Uso de productos biológicos formulados. viii. Liberación de controladores biológicos. ix. Lavado de árboles para favorecer el control biológico, como una medida frecuente en el LP.
Control Químico	<ul style="list-style-type: none"> x. Como última opción: Aplicar productos químicos respetando el periodo de carencia del plaguicida y acorde a los lineamientos del uso seguro de plaguicidas y la normatividad nacional vigente.

B: Cultivo de Espárrago

COMPONENTE	MEDIDAS DE CONTROL
Monitoreo de plagas	<ul style="list-style-type: none"> i. Evaluación de Thrips, Lepidopteros y Prodiplosis, con una muestra de: <ul style="list-style-type: none"> ▪ 125 plantas/ 5 ha en brotamiento, con evaluaciones semanales. ▪ 600 turiones/ha, en cosecha, con evaluaciones diarias; pudiendo reducir a 100 turiones/ha en situaciones de baja población. ii. El LP lleva registros y graficas de los niveles poblacionales de estas evaluaciones.
Control cultural/mecánico	<ul style="list-style-type: none"> i. Control de malezas, con énfasis en especies que albergan plagas reglamentadas por países importadores.
Control Etológico	<ul style="list-style-type: none"> i. Trampas de oviposición (para Noctuidos y otros lepidopteros) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 06 trampas/ha, en brotamiento.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 10 trampas/ha, en cosecha. ii. Trampas alimenticias (para Noctuidos y otros Lepidopteros) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 08 trampas/ha, en brotamiento y cosecha. iii. Trampas fijas adhesivas color blanco, azul y/o amarillo (para Thrips y Prodiplosis). <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 06 trampas/ha, en brotamiento y cosecha. iv. El LP lleva registros del mantenimiento de estas trampas.
Control Biológico	<p>El LP lleva registros del uso de las siguientes prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Aplicación de productos biológicos formulados. ii. Manejo de corredores biológicos (en lo posible). iii. Uso de cultivos trampa (en lo posible). iv. Liberación de agentes de control biológico (en lo posible).
Control Químico	<ul style="list-style-type: none"> i. EL LP lleva registros de la aplicación de productos químicos como última opción en el control de plagas. ii. Los registros de aplicación evidencian el cumplimiento del periodo de carencia y acorde a los lineamientos del uso seguro de plaguicidas y la normatividad nacional vigente.

Anexo 5: Solicitud para la certificación de plantas de tratamiento y/o empaque

SOLICITUD PARA LA CERTIFICACIÓN DE PLANTAS DE TRATAMIENTO Y/O EMPAQUE									
SEÑOR JEFE DE ÁREA DE SANIDAD VEGETAL / RESPONSABLE DEL CENTRO DE TRÁMITE DOCUMENTARIO DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA									
PARTE I. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA SOLICITANTE									
1	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL				2	R.U.C. N°			
3	DOMICILIO LEGAL Av./Calle/Jr.					4	N°		
5	URBANIZACIÓN		6	DISTRITO		7	PROVINCIA		
8	DEPARTAMENTO	9	TELÉFONO		10	FAX		11	EMAIL
12	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL							13	N° DNI:
PARTE II. DEL TIPO DE CERTIFICACIÓN									
<p>a. PLANTA DE TRATAMIENTO <input type="checkbox"/></p> <p>b. PLANTA DE TRATAMIENTO Y EMPAQUE <input type="checkbox"/></p> <p>c. PLANTAS DE EMPAQUE (1) <input type="checkbox"/></p>									
14	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES				15	FECHA FINAL DE ACTIVIDADES			
PARTE III. DE LA ESPECIE VEGETAL									
16	ESPECIE(S) A TRATAR, EMPACAR O INSPECCIONAR					17	PARTIDA ARANCELARIA		

PARTE IV: DE LA PLANTA DE TRATAMIENTO Y/O EMPAQUE Ó CENTRO DE INSPECCIÓN				
18	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL		19	DIRECCIÓN
20	DEPARTAMENTO	21	PROVINCIA	22
		A		DISTRITO
PARTE V: INFORMACIÓN DEL PAGO				
23	NÚMERO DE CONSTANCIA		24	FECHA DE PAGO
<p>(1) incluye para el ensamblado de embalajes de madera importada</p> <p>* EL EXPEDIENTE SOLO SERA TRAMITADO SI CONTIENE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN: PARA PLANTAS EMPACADORAS, DE TRATAMIENTO DE TRATAMIENTO Y EMPAQUES</p> <p>1 Copia de los Planos de planta e información de los equipos. </p> <p>Para lo cual me comprometo a asumir los costos que demande la misma y al cumplimiento de las medidas fitosanitarias que disponga el Inspector de Cuarentena del SENASA.</p>				

Lugar y fecha,

Exportador o Representante Legal

Firma y nombre completo

Sello de la empresa

Anexo 6: Exportación simplificada.

¿Quién realiza el trámite?	El exportador puede efectuarlo directamente, o través de un representante o con un despachador de aduana. El representante y/o el despachador de aduana deben contar con un poder.
¿Qué requisitos debe tener el exportador?	Debe contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y tener lo condición de habido. Nota: no requieren RUC, las personas naturales que realicen en forma ocasional exportaciones de mercancías (hasta por un valor de US\$ 1,000 y 3 exportaciones anuales como máximo), lo realicen por única vez (valor superior a US\$ 1,000 y menor de US\$ 3,000) o soliciten la solido de mercancías en mérito al tráfico fronterizo.
¿Cuál es el formato utilizado?	Declaración Simplificada de Exportación (DSE).
¿Cuál es el valor mínimo o máximo del despacho?	Exportaciones hasta por US\$ 5,000 FOB (con valor comercial).
¿Cuáles son los plazos?	- 30 días calendario para realizar el embarque de la mercado (contados o partir del dio siguiente de la numeración de la DSE). - 30 dios calendario paro realizar la regularización del régimen (contados a partir del día siguiente de lo fecha del embarque).

<p>¿Cuáles son los canales de control?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Canal naranja: la mercancía queda expedita para su embarque. - Canal rojo: requiere de revisión documentaria y de reconocimiento físico.
<p>¿Qué documentos deberán ser presentados?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Comprobante de pago: en operaciones con fines comerciales, se requiere lo factura o boleta de venta. - Copia o fotocopia del documento de transporte. - Certificados, de origen, de organismos oficiales de inspección (en caso de mercancías restringidas) u otros. - Documento que acredite la donación y el listado de contenido, de corresponder. - Copia del documento de identidad del exportador cuando no cuente con RUC. - Carta poder cuando el trámite no lo realiza el exportador.

¿Quién realiza el trámite?	El exportador realiza el trámite directamente.
¿Qué requisitos debe tener el exportador?	El exportador debe contar con RUC. ya sea como persona natural con negocio propio o persona jurídica. Incluso personas naturales del Régimen Único Simplificado (RUS) pueden exportar a través de Exporta Fácil.
¿Cuál es el formato utilizado?	Declaración Exporta Fácil (DEF).
¿Cuál es el valor mínimo o máximo del despacho?	Exportaciones hasta por US\$ 5,000 FOB por envío. No hay Límite de veces para usar el Exporta Fácil. Solo debe considerarse que cada DEF ampara como máximo mercadería por US\$ 5,000 FOB. Una DEF puede consignar varios bultos, siempre y cuando no superen los 30 hilos por bulto. Una DEF ampara un envío, no se puede generar una DEF para varios clientes o varios destinos. Nota: Es importante revisar el régimen tributario en el que se encuentra, ya que el Régimen Único Simplificado - RUS y el Régimen Especial de Impuesto a la Renta - RER tienen máximos de facturación anual (tanto para ventas locales como exportaciones).
¿Cuáles son los plazos?	10 días calendario para realizar el embarque de la mercancía (contados a partir del día siguiente de la numeración de la DEF).
¿Cuáles son los canales de control?	- Canal naranja: revisión documentaria. - Canal rojo: reconocimiento físico.
¿Qué documentos deberán ser presentados?	- Comprobante de pago: La factura o boleta de venta. - Certificados , de origen, de organismos oficiales de inspección (en caso de mercancías restringidas) u otros.

Anexo 7: Exporta fácil

Anexo 8: Exportación definitiva

<p>¿Quién realiza el trámite?</p>	<p>El despachador de aduana realiza el trámite. Son despachadores de aduana los dueños o consignantes, despachadores oficiales y agentes de aduanas.</p> <p>Cuando el valor de la exportación supera los US\$ 5,000, el exportador deberá contratar los servicios de un agente de aduana.</p>
<p>¿Qué requisitos debe tener el exportador?</p>	<p>Debe ser persona natural o jurídica inscrita en el RUC, tener la condición de habido y que destina mercancías al régimen aduanero de exportación definitiva.</p> <p>Nota: no requieren RUC. las personas naturales que realicen en forma ocasional exportaciones de mercancías (hasta por un valor de US\$ 1,000 y 3 exportaciones anuales como máximo), lo realicen por única vez (valor superior a US\$ 1,000 y menor de US\$ 3,000), soliciten la salida de mercancías en mérito al tráfico fronterizo o efectúen o reciban envíos o paquetes postales de uso personal y exclusivo del destinatario, transportados por el servicio postal o los concesionarios postales o de mensajería internacional.</p>
<p>¿Cuál es el formato utilizado?</p>	<p>Declaración Aduanera de Mercancías (DAM).</p> <p>En caso de exportaciones hasta por US\$ 5,000 FOB, también se podrá utilizar la Declaración Simplificada de Exportación o la Declaración Exporta Fácil.</p>
<p>¿Cuál es el valor mínimo o máximo del despacho?</p>	<p>No hay valores mínimos o máximos en la exportación definitiva.</p>
<p>¿Cuáles son los plazos?</p>	<p>- 30 días calendario para realizar el embarque de la mercancía (contados a partir del día siguiente de la numeración de la DAM).</p> <p>- 30 días calendario para realizar la regularización del régimen (contados a partir del día siguiente de la fecha del embarque).</p>

<p>¿Cuáles son los canales de control?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Canal naranja: la mercancía queda expedita para su embarque. - Canal rojo: requiere de revisión documentaria y de reconocimiento físico.
<p>¿Qué documentos deberán ser presentados?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Copia del documento de transporte o representación impresa. - Copia SUNAT de la factura, boleta de venta, documento del operador, documento del partícipe u otro comprobante de pago. - Declaración jurada de valor y descripción de la mercancía cuando no exista venta. - Documento que acredite el mandato a favor del agente de aduana: Copia del documento de transporte debidamente endosado o fotocopia autenticada por el agente de aduana del poder especial. - Certificados, de origen, de organismos oficiales de inspección (en caso de mercancías restringidas) u otros. - Copia de la nota de crédito o de débito SUNAT. - Declaración Jurada del exportador de las comisiones en el exterior, de no estar consignada en la factura. - Relación consolidada de productores y copias de las facturas SUNAT emitidas, por cada uno de los productores que generaron dicha exportación.

Fuente y Elaboración: PROMPERÚ

Anexo 9: Guía de entrevista en italiano al representante del Mercado Ortofrutticolo

1. Quanto avocado Hass importa annualmente il Mercato ortofrutticolo?

È difficile sapere quanto perché sono 7 stand nel mercato che importano avocado e ognuno ordina a seconda delle sue esigenze. L'Esselunga, quando ordina, ordina tanto (non ha saputo quantificare, ma ne ordina davvero tanto). Quindi dovresti chiedere a tutti gli stand per rispondere a questa domanda.

2. Da quando è aumentata la domanda per il prodotto? E perché?

5/6 anni fa la domanda è arrivata e poi 3-4 anni fa la domanda è cresciuta notevolmente

3. Qual è il segmento di mercato con il più alto consumo di Avocado Hass?

Dipende dal prezzo. Senza dubbio l'alta gamma è la più richiesta. Dipende dal prezzo, Via nave o via aerea. Ma alta gamma almeno sai esattamente cosa compri. Il prezzo aumenta anche dall'imballaggio, vengono imbustati in flopac singolarmente e ha un valore notevolmente diverso

4. Quali sono i requisiti richiesti dal mercato agli esportatori di prodotti freschi come l'avocado?

Dipende dal cliente finale del mercato e dai suoi requisiti qualitativi (Coop, Esselunga hanno tutti requisiti diversi). Alcuni vogliono tracciare tutto il percorso del prodotto e far sì che siano prodotti di qualità, altri semplicemente vogliono solo il prodotto disponibile.

5. Quali sono le caratteristiche specifiche richieste dal mercato per Hass Avocado? Prendi in considerazione caratteristiche come peso, dimensioni, stato di maturità, tra gli altri.

(Pezzatura = il tamagno del avocado)

Sicuramente è riconosciuto in un determinato modo e in una determinata pezzatura ora come ora. Ready to eat (quello che arriva a noi) è quello più venduto. E arrivano a pezzatura unica. Dipende dalla pezzatura (ormai standard). Morbido, verde abbastanza scuro.

6. Attualmente, quale o quali sono i tuoi fornitori di Palta Hass?

Dipende dalla stagionalità. L'importante è che ci sia sempre. Se non c'è in Messico lo prendano dal Peru e se non c'è lì dal Brasile etc.

Ma la maggior parte vanno in olanda e poi vengono smistati.

7. In quale presentazione viene offerto il prodotto?

Collettino abbastanza piccolo con l'alveolo da 4x6 o 5x6, dai 24 ai 30.

Tradotto in termini facili da capire: Collettino (collo piccolo) è una scatola. L'alveolo è come un nido per l'avocado.



Collo



Alveolo

8. Hai una storia di importazione di prodotti peruviani? Che cos'è questo prodotto?

Asparagi. È il prodotto più importato dal Perù in Italia. Anche la quinoa viene bene in Perù.

9. Saresti disposto a importare avocado dal Perù, dopo aver verificato la qualità del prodotto?

Certo. Se rientra nei requisiti dei supermercati che in Toscana non sono poi così tanti, volentieri. Deve entrare nel prezzo del mercato o entrare in una stagionalità vuota. Se ad esempio a febbraio non c'è tanto avocado, se in Perù lo fanno possono fare profitti esorbitanti. (Anche se comunque quelli che ci sono dietro sono multinazionali enormi che gestiscono i trasporti di tutti i prodotti. Quindi il ricavo del piccolo contadino sarà sempre quello)

10. Elenca le seguenti caratteristiche, in base a ciò che ritieni più importante quando stipuli un contratto di importazione. (considera 1 il meno importante e il 5 più importante)

- | | |
|---------------|-----------------------------|
| a) Qualità | d) Luogo di origine |
| b) Puntualità | e) Reputazione dell'azienda |

c) Prezzo1

In ordine di importanza prezzo e puntualità dell'azienda se la battono. Poi la qualità. Luogo di origine viene dopo dopo e Reputazione dell'azienda...no. Non importa. Posto giusto al prezzo giusto hai vinto, anche se la qualità non è incredibile. A volte strapagano del mango di qualità via nave ma li mandano via aerea perché non c'è di meglio.

Estimado Juan Carlos, soy Pianka Valderrama Portugal, egresada de la Universidad La Salle de Arequipa, documentada con DNI 7289280, por lo cual le garantizo que toda la información que obtenga de la siguiente entrevista será utilizada únicamente con fines académicos, en la elaboración de mi proyecto de tesis. Agradezco el tiempo que se toma para contestar estas preguntas.

1. ¿Podría darnos una breve descripción del palto en su variedad Hass?

El origen de los Paltos (*Persea americana Mill*), se encuentra dispersa en las zonas tropicales y subtropicales desde el Perú Precolombino hasta México.

El cultivar Hass originada a partir de una semilla de raza guatemalteca, representado en un 10 a 15% de genes de la raza Mexicana y 85 a 90% de genes de Guatemala, que actualmente es la más cultivada a nivel mundial.

Las características de este cultivar ha marcado grandes diferencias frente a los cultivares de fruta verde, por las características propias de la fruta en cuanto a la calidad organolépticas, cascara rugosa, fruta de piel negra, una fruta de 200 a 300gr.

2. ¿Usted considera que la variedad Hass es la más adecuada para exportación?

¿Por qué?

El cultivar Hass actualmente es la principal, para los mercados Europeos, EE.UU., y Chino que es el actual mercado creciente a nivel mundial en el consumo de la palta.

La ventaja de este cultivar principalmente se encuentra en las características de la fruta tales así como:

- Cascara gruesa, ello condiciona la vida post cosecha más larga ya que la travesía del envío del producto por vía marítimo dura de 40 a 45 días, donde la fruta tiene que llegar al mercado destino tal cual como ha sido cosechado (fresca).

3. ¿Cuáles son las características y requisitos que debe tener la palta Hass como fruto para poder ser exportada?

Principalmente la calidad en varios aspectos:

- Calibres de 12(333gr.) a 24(166gr.).
- Forma ovalada
- Nivel de madurez fisiológica adecuada (como mínimo 18% MS y como máximo 21%).
- Tener la certificación.

4. ¿Podría detallarnos las consideraciones que se deben tener en cuenta, antes de la plantación de Palta Hass, durante y después de esta? (aquí me refiero a las

condiciones del suelo, clima, agua, temperatura, portainjertos, fertilización, diseño de la plantación, época, riego, poda, etc.)

Las consideraciones a tomar en cuenta son específicas, partiendo de la premisa de que el cultivo que se va a instalar es un frutal para 20 a 30 años.

- Preparación de terreno (subsulado, nivelación, desterronado, estercolado)
- Es originario de climas tropicales y subtropicales donde tienen amplia adaptabilidad.

Temperaturas diurnas de 25 a 30°C y nocturnas de 15 a 20°C.

Radiación buena para un proceso fotosintético eficiente, además de ello dependerá la tasa evapotranspiración para la disponibilidad del agua en la planta.

Humedad relativa de 75 a 80% para el mejor cuaje de la flor, humedad superior a ello podría ocasionar la presencia de otros patógenos en el cultivo.

Vientos moderados principalmente en épocas de instalación, y cuajado de frutos.

Altitud se adapta desde a nivel del mar (antillanos), guatemaltecos hasta los 1200msnm, y mexicanos desde los 900 hasta los 2200msnm.

- El requerimiento del agua es de mucha importancia en este cultivo en la cantidad, calidad, en el momento oportuno ya que ello representa el 80% del éxito del cultivo.
- Dentro de los portainjertos más comerciales que actualmente se está utilizando en Perú esta los topatopa, Zutano y loa Antillanos a nivel de la costa del Perú con una producción promedio de 30 toneladas por hectárea.
- La fertilización tiene variables de un campo a otro campo por tipo de suelo, agua, edad de la planta, para los cultivos en producción se maneja niveles de fertilización (N:250, P:65, K:330, Ca:45, Mg:50).
- El diseño de plantación es de suma importancia por la orientación para una buena iluminación de las plantas.
- La época de plantación determina a qué edad la planta va a entrar a producir, a nivel de la costa del Perú se instalan en primavera.

- La poda en ciertas circunstancias es importante pero no en cultivos en crecimiento, siendo tal vez lo más importante en algunas zonas del Perú y en otras no.

5. ¿Cuáles son los riesgos y enfermedades más comunes en una plantación de Palta Hass?

Los riesgos en el cultivo de palto son mínimos, teniendo en cuenta las plagas y enfermedades:

Lasiodiplodia (*Lasiodiplodia theobromae*), se puede decir que la enfermedad más severa a nivel de los campos de palto en el Perú, ya que esta enfermedad tiene una tasa de mortandad de las plantas en el campo.

Pudrición radicular (*Phytophthora cinnamomi*), decaimiento de los árboles principalmente por el mal manejo de riego.

Arañita roja (*Oligonychus yothersi*), plaga potencial en el cultivo, causando el daño principalmente en las hojas haciendo que este material vegetal no sea eficiente en el proceso fotosintético y envejecimiento de la misma.

Queresa (*Hemiberlesia lataniae*), es una plaga difícil de controlar ya que principalmente se propaga en la fruta y los tallos de la planta.

6. ¿Cuándo y cómo se realiza la cosecha de Palta Hass?

A nivel del Perú hay una variabilidad de la época de cosecha iniciando en verano con la sierra sur del Perú (Apurímac, Ayacucho), a mediados de abril entran en el norte del Perú cosecha más centrada, y a nivel de la costa del Perú en mayor volumen es en primavera.

Se cosecha previa una proyección de cosecha con evaluaciones en materia seca, para determinar la fecha de cosecha, y esta actividad se realiza de forma manual con procedimientos establecidos por las normas.

7. Después de la cosecha, ¿Cuál es el proceso que sigue el fruto para poder ser exportado?

Una vez determinada la fecha de cosecha se prevé los requerimientos para tal proceso, primeramente capacitar a los obreros a efectuar tal labor en cuanto a las características de un fruto maduro cosechable, se estable los bins en un lugar sombreado, para la recolección y ser transportada en un tiempo de una hora al centro de acopio o proceso.

Proceso de pesado, lavado, cepillado, secado, preselección, calibración, empaçado, paletizado.

El túnel de frío tiene un flujo de 2 litros por segundo por kilogramo, el tiempo de conservación en el túnel es de 8 a 10 horas a una temperatura de 2 °C.

La cámara de conservación en frío es a una temperatura de 5 a 7°C, siendo lo ideal de 6,5 a 7°C, con humedad relativa de 90 a 95%, con un tiempo máximo de conservación de 2 a 4 semanas. El manejo de atmósfera controlada (O₂ con 5%, CO₂ de 5%), por un tiempo de conservación de 6 a 8 semanas como máximo.

8. ¿Conoce usted alguna planta empaquetadora de Palta Hass y cuáles son sus funciones?

Packing de Agrícola Pampa baja, se dedica principalmente al proceso de empaquetado de la fruta para la exportación, como recepción del producto, lavado, cepillado, secado, calibrado, paletizado y conservación en cámara de frío.

Anexo 11: Guía de Observación

La siguiente guía de observación ha sido elaborada a fin de mostrar la presencia de la palta en supermercados e hipermercados en Italia, para ello se han escogido 4 de las ciudades más importantes y 4 de los supermercados e hipermercados más comunes en Italia. En la guía de observación se podrá ver la presentación del producto, el precio por kilo y el origen de este.

Es importante mencionar que debido a la pandemia actual que se vive, ha sido imposible visitar todas las ciudades, por lo que se ha optado por ingresar a las tiendas online donde se ofrecen los productos con normalidad

Bologna			
Coop	 <p>Avocado G 250, Almaverde Bio Precio/Kilo: 10,28 € Origen: Perú, México, España</p>	 <p>Avocado Hass Golden Selection G 200 Precio/Kilo: 14,50 € Origen: -</p>	
Esselunga	 <p>Avocado Hass, confezione 350 g Precio/Kilo: 6,58 € Origen: Perú, Chile</p>	 <p>Avocado Hass, confezione 700 g Precio/Kilo: 5,55 € Origen: México, Colombia</p>	 <p>Avocado Hass biologico 300 g Precio/kilo: 13,27 € Origen: México, España</p>

<p>Carrefour Market</p>				
<p>Lidl</p>				

Avocado 290 g
 Precio/Kilo: 3,99 €
 Origen: Perú

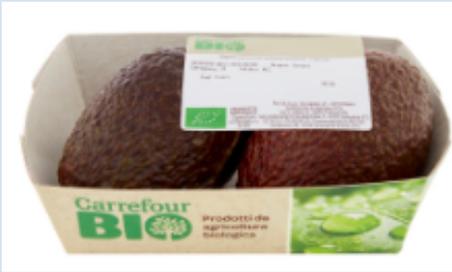
Avocado
 Precio/Kilo: 7,72 €
 Origen: -

<p style="text-align: center;">Firenze</p>				
<p>Coop</p>				

Avocado 300 g

	Precio/Kilo: 5,93 € Origen: México			
Esselunga	 <p>Avocado Hass, confezionato 700g Precio/Kilo: 4,65 € Origen: México, Colombia</p>	 <p>Avocado Hass, confezionato 350 g Precio/Kilo: 6,58 € Origen: Perú, Chile</p>	 <p>Avocado Hass biologico 300 g Precio/kilo: 11,61 € Origen: México, España</p>	 <p>Avocado 600 g Precio/Kilo: 4,68 € Origen: España, Israel</p>
Carrefour Express	 <p>Avocado confezione 300 g Precio/Kilo: 8,93 € Origen: Israel, Sud África, Perú</p>			
Lidl	 <p>Avocado pezzo 0,18 kg</p>			

	Precio/Kilo: 9,39 € Origen: -			
Roma				
Coop	 <p>Avocado Hass Golden Selection G200 Precio/Kilo: 14,14 € Origen: -</p>	 <p>Avocado G 250, Almaverde Bio Precio/Kilo: 11,60 € Origen: Perú, México, España</p>		
Esselunga	 <p>Avocado Hass biologico 300 g Precio/Kilo: 11,61 € Origen: México, España</p>	 <p>Avocado Hass, confezionato 350 g Precio/Kilo: 6,58 € Origen: Perú, Chile</p>	 <p>Avocado Hass, confezionato 700g Precio/Kilo: 4,65 € Origen: México, Colombia</p>	

<p>Carrefour Market</p>	 <p>Avocado Hass, confezione 200 g Precio/Kilo: 4,90 € Origen: Colombia, Israel, Marruecos, México, España, Perú, Sud África</p>	 <p>Carrefour Bio Avocado Hass Biologico, confezione 300 g Precio/Kilo: 11,60 € Origen: España</p>	 <p>Avocado Hass, confezione 450 g Precio/Kilo: 9,96 € Origen: Según la estacionalidad</p>	 <p>Avocado 290 g Precio/Kilo: 3,99 € Origen: Perú</p>
<p>Lidl</p>	 <p>Avocado pezzo 0.18 kg Precio/Kilo: 9,39 € Origen: -</p>			

Milán

<p>Iper Coop</p>			
	<p>Avocado Hass, confezione 550 g Precio/Kilo: 5,44 € Origen: España</p>	<p>Avocado 1 pezzo Precio/Kilo: 6,63 € Origen: -</p>	<p>Avocado Hass, confezione 250 g Precio/Kilo: 8,76 € Origen: España</p>
<p>Esselunga</p>			
	<p>Avocado Hass biologico 300 g Precio/kilo: 13,27 € Origen: México, España</p>	<p>Avocado Hass, confezione 350 g Precio/Kilo: 6,58 € Origen: Perú, Chile</p>	<p>Avocado Hass, confezione 700 g Precio/Kilo: 5,55 € Origen: México, Colombia</p>
<p>Carrefour Market</p>			

	<p>Avocado Hass, confezione 200 g Precio/Kilo: 4,90 € Origen: Colombia, Israel, Marruecos, México, España, Perú, Sud África</p>	<p>Carrefour Bio Avocado Hass Biologico, confezione 300 g Precio/Kilo: 11,60 € Origen: España</p>	<p>Avocado 290 g Precio/Kilo: 3,99 € Origen: Perú</p>
<p>Lidl</p>	 <p>Avocado pezzo 0,18 kg Precio/Kilo: 9,39 € Origen: -</p>		