



Gobierno del Perú



PERÚ

Ministerio  
de Desarrollo Agrario  
y Riego



sierra y selva  
exportadora



Siempre  
con el pueblo

# TENDENCIAS MUNDIALES Y OPORTUNIDADES COMERCIALES DEL ACEITES DE PALTA



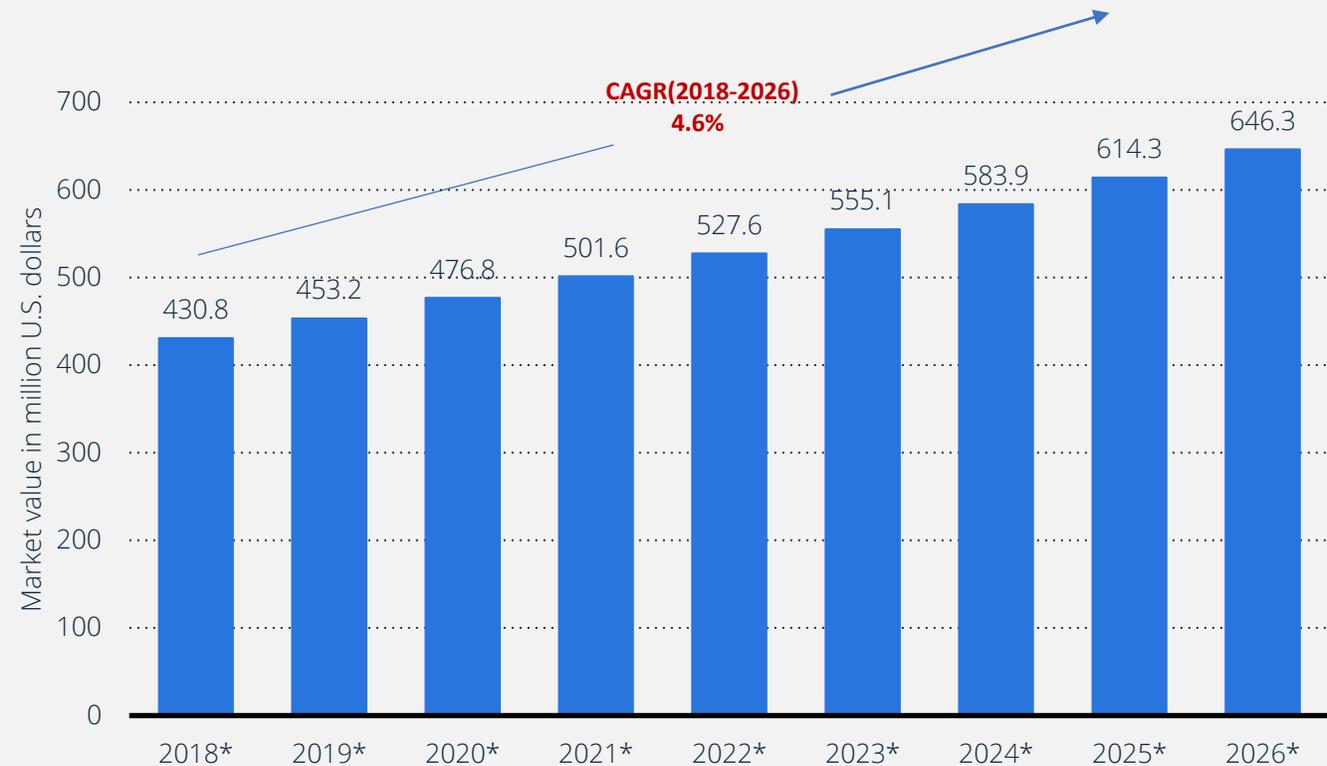
Unidad de Inteligencia Comercial

2022

# Aceite de palta

- Se produce normalmente de la pulpa, aunque la semilla también contiene un porcentaje de aceite
- Tiene diversos grados: Extra virgen, virgen, puro y mixto (depende de la variedad de palta y estado de madurez)
- Se estima que el mercado tenga un crecimiento promedio anual del orden del 4.6% en términos de valor (2018-2026)
- Factores de crecimiento:
  - Creciente inclinación de los consumidores hacia los **productos naturales**: Beneficio a la salud
  - Fuente de vitaminas, minerales y el tipo de grasas asociadas con la reducción del riesgo de enfermedades del corazón, embolias y diabetes.
- Tiene varias aplicaciones sector alimentario (gourmet) y cosmético: Hidratante, antioxidante y cuidado de la piel y el cabello
- Creciente demanda en EE.UU., Europa y Asia.

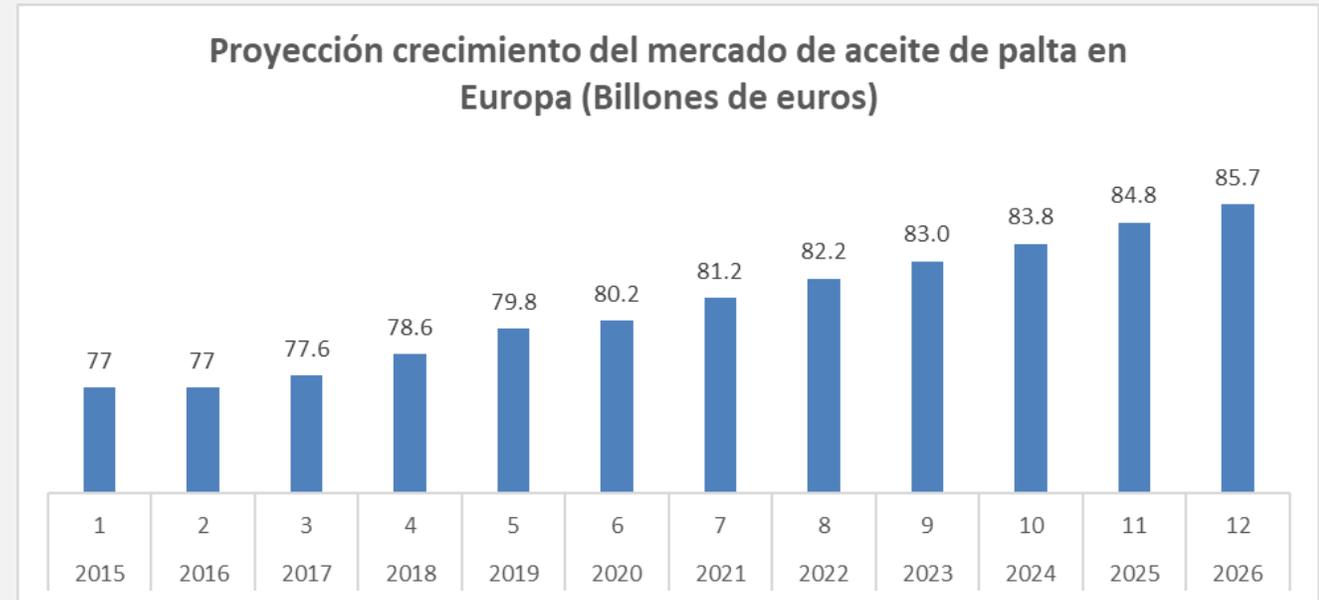
Proyección mundial del mercado de aceite de palta - 2018 to 2026 (millones US\$)



\*Fuente: Statista-

## Mercado europeo

- El mercado de aceite de palta en Europa podría llegar a los 85.7 billones de euros al 2026
- Mayor demanda hacia productos naturales y ecológicos para el cuidado personal: tendencia creciente hacia la "belleza limpia" / productos cosméticos naturales
- La pandemia de COVID-19 impulsó la demanda de productos naturales por parte de los consumidores, que se fijan más en el valor sanitario y nutricional de los productos que compran.
- El aceite de aguacate tiene propiedades únicas y su amplia disponibilidad lo convierte en la opción favorita de las empresas de cosméticos
- Según Cosmetics Europe, Europa tiene el mayor mercado de cosméticos del mundo. En 2018, el mercado tuvo un valor de 78.600 millones de euros



Fuente: CBI – The European market potencial for avocado oil

## Mercado europeo

- La **calidad** es una de las principales preocupaciones de los compradores europeos.
- Control que el aceite de aguacate no está adulterado por algún residuo químico del proceso de refinado
- La **certificación ecológica** se considera un signo de pureza. Esto puede ayudarle a atender a las empresas de cosméticos que buscan ingredientes de alta calidad. Los exportadores de aceite de aguacate ecológico deben cumplir la norma ecológica de la UE.
- Recomendable consultar las Estadísticas y Perspectivas de Mercado del CBI para obtener más información sobre los ingredientes naturales para el sector de la cosmética en Europa: <https://www.cbi.eu/market-information/natural-ingredients-cosmetics/what-demand>





## Mercado europeo

- Los países de Europa Occidental son los mayores importadores de grasas y aceites vegetales fijos sólidos y sus fracciones.
- **Francia, Alemania e Italia** se consideran como los de los mayores mercados de consumo de Europa.
- También está aumentando la demanda de aceite de aguacate ecológico certificado en Europa. Países como Holanda, Bélgica y Suecia reexportan la materia prima a otros países europeos.

Francia



Alemania



Italia



# Francia

- Primer importador de grasas y aceites vegetales sólidos fijos. Esto se debe en parte a que el país cuenta con un sólido sector de transformación.
- El mercado cosmético francés está valorado en 11,400 millones de euros, es uno de los más importantes en Europa
- Segundo mercado más importante de cosméticos naturales y orgánicos.
- Tendencia creciente hacia la demanda de aceite de aguacate ecológico certificado.
- Principales importadores de aceite de aguacate en Francia son **Interchemie** y **Olvea**



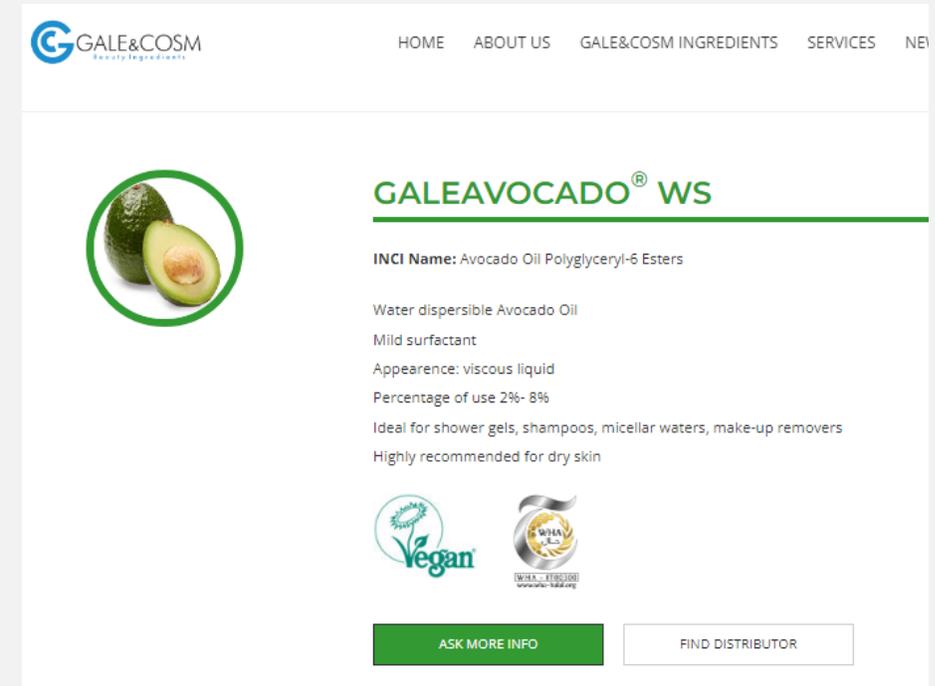
# Alemania

- Es el mayor mercado de cosméticos de Europa.
- Según Cosmetics Europe, el mercado alemán de productos de cuidado personal tuvo un valor de 13,800 millones de euros en 2018. El mercado alemán de cosméticos naturales y ecológicos es también es el más importante en Europa, con un valor de 1,300 millones de euros.
- Los consumidores alemanes están dispuestos a pagar más por productos naturales y orgánicos de alta calidad.
- Tendencia creciente en la demanda de productos de cuidado personal naturales y ecológicos.
- Principales comerciantes de aceite de palta en Alemania en cuidado personal son Gustav Heess, Henry Lamotte, y Sanabio. Logona (L'Oréal), otras marcas: Alverde y Terra Naturi.



# Italia

- El mercado italiano de la cosmética es uno de los más grandes de Europa.
- **Creciente demanda de cosméticos naturales y orgánicos.**
- Según Cosmetics Europe, el mercado de cosméticos en Italia alcanzó los 10.100 millones de euros en 2018.
- **El mercado italiano de productos de cuidado personal naturales y orgánicos fue valorado en 425 millones de euros.**
- Entre las empresas de cuidado personal que utilizan aceite de palta en sus productos se encuentran AAKON y Gale & Cosm.
- **Los comerciantes italianos suelen importar aceite de aguacate del interior de Europa.**



The screenshot shows the Gale & Cosm website product page for GALEAVOCADO<sup>®</sup> WS. The page features a navigation bar with links for HOME, ABOUT US, GALE&COSM INGREDIENTS, SERVICES, and NEW. The main content area includes a circular image of an avocado, the product name GALEAVOCADO<sup>®</sup> WS, and the INCI Name: Avocado Oil Polyglyceryl-6 Esters. Below this, the product is described as a water dispersible avocado oil mild surfactant with a viscous liquid appearance, suitable for use in shower gels, shampoos, micellar waters, and make-up removers. It is highly recommended for dry skin. The page also displays logos for Vegan and World's Best award, and two buttons: ASK MORE INFO and FIND DISTRIBUTOR.

<https://www.galecosm.com/en/product/galeavocado-ws/>

## Países Bajos

- Segundo mayor importador de grasas y aceites vegetales sólidos fijos.
- Importante punto de entrada de ingredientes naturales en Europa.
- Hay varios importadores de aceite de palta en el mercado holandés. Entre ellos se encuentran IMCD y Tradin Organic.
- Como el mercado holandés negocia grandes volúmenes, ofrece buenas perspectivas a los exportadores de los países en desarrollo. Los comerciantes neerlandeses reexportan aceite de palta a otros países europeos, así como al extranjero.



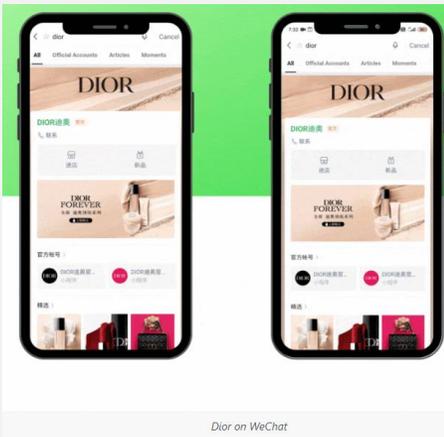
### Organic Refined Avocado Oil

Organic refined avocado oil is also seen on the market as 'pure' or 'naturally refined'. From Sunvado we produce a certified organic refined avocado oil. This oil has a very subtle flavor and aroma and a light yellow color. Once the oil is cold pressed from the fruit through a series of temperature controlled steps, we gently purify the oil to retain the beneficial fatty acids. With a fatty acid profile akin to Mediterranean olive oil, our organic refined avocado oil is stable and versatile. Our organic refined avocado oil is suitable for home cooking and industrial applications. Tradin Organic can supply refined and winterized/dewaxed organic refined avocado oil. Our organic refined avocado oil can be offered in tanker/flexi, totes and drums.

<https://www.sunvado.com/products/>

# China

- Factores de crecimiento:
  - Alta demanda de productos para el cuidado de la piel: Envejecimiento de la población
  - Crecimiento de las clases medias urbanizadas
  - Creciente concientización sobre la salud y el bienestar
- L'Oreal empresa líder en el mercado chino para el cuidado de la piel
- Alibaba, Wechat y Weibo son las plataformas más populares para promover los productos de belleza en China.





## Hong Kong

- Ha sido una plataforma de lanzamiento para la comercialización de cosméticos y productos para el cuidado de la piel en el mercado de China.
- Empresas estadounidenses siguen vendiendo sus productos cosméticos y de cuidado de la piel en China a través de sus distribuidores en Hong Kong.
- **No se aplican derechos de importación** a los productos cosméticos, de tocador y de cuidado de la piel, y **no se exige el registro de los productos cosméticos**; sin embargo, el mercado es muy competitivo, y las diez primeras marcas representan alrededor del 70% del mercado total.
- Después de la pandemia, el consumidor se centró en áreas concretas para mejorar su salud: Cuidado del cabello, salud dental y salud de la piel y el rostro – ‘skinificación’
- Se produjo la ‘premiumización’ de estas categorías, decantando en marcas de primera calidad, únicos y especializados que se adopten a sus necesidades y estilos de vida.



## Corea del Sur

- Uno de los 10 mercados de belleza más importantes del mundo. Dentro del mercado nacional de la belleza, los productos para el cuidado de la piel representan más de la mitad de la producción total de cosméticos.
- La cultura coreana considera al cuidado de la piel como una forma de autocuidado físico y emocional, desde temprana edad, siendo una forma de expresar que existe preocupación por el aseo y la imagen personal.
- Constante innovación: La famosa rutina de 10 pasos para el cuidado de la piel – K-Beauty- es un buen ejemplo de la disposición de los surcoreanos a gastar dinero en varios productos de belleza al mismo tiempo. Los clientes buscan constantemente nuevas formas de mejorar su rutina de cuidado de la piel.
- Corea se ha convertido en el banco de pruebas de muchas compañías cosméticas de fama mundial. La innovación hacia los productos cosmeceúticos, hace que se combinen los cosméticos y productos terapéuticos con ingredientes naturales como las hierbas y los extractos de plantas tradicionales.
- Los productos cosmeceúticos multifuncionales con propiedades despigmentantes y antienvjecimiento, todo en uno, seguirán teniendo una gran demanda.



K-Beauty - Máscara facial de Corea para el cuidado de la piel, hidratante, 8 unidades

Marca: Nicka K  
★★★★★ 4 calificaciones

Precio: **US\$11.95** (US\$1.49 / Count)

|                         |              |
|-------------------------|--------------|
| Marca                   | Nicka K      |
| Tipo de piel            | Dry          |
| Forma del artículo      | Sheet        |
| Beneficios del producto | Moisturizing |



## Estados Unidos

- El impulso de la 'belleza limpia' se ha acelerado en EE.UU., ya que la pandemia de COVID-19 ha hecho que los consumidores se preocupen más por la conservación y la higiene.
- El mercado de aceite de palta en América del Norte se situó en 272,21 millones en 2020, y se prevé que siga liderando el mercado mundial.



# México

MEXICO: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ACEITE DE AGUACATE POR SEGMENTO

| Segmentos    | Valor (Miles US\$) |                |                |               |                         | Volumen (toneladas) |               |               |               |                         |
|--------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|-------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|-------------------------|
|              | 2019               | 2020           | 2021           | 2022 (En-Feb) | % var.prom. (2019-2021) | 2019                | 2020          | 2021          | 2022 (En-Feb) | % var.prom. (2019-2021) |
| <b>TOTAL</b> | <b>129,815</b>     | <b>192,645</b> | <b>200,071</b> | <b>29,775</b> | <b>15.5%</b>            | <b>25,878</b>       | <b>30,584</b> | <b>31,528</b> | <b>4,719</b>  | <b>6.8%</b>             |
| REFINADO     | 85,611             | 119,554        | 110,415        | 18,421        | 8.9%                    | 11,392              | 15,210        | 15,497        | 2,749         | 10.8%                   |
| CRUDO        | 18,804             | 33,202         | 47,768         | 5,100         | 36.4%                   | 3,753               | 6,239         | 8,818         | 889           | 32.9%                   |
| CONVENCIONAL | 20,254             | 31,612         | 36,222         | 5,674         | 21.4%                   | 10,057              | 8,021         | 6,454         | 1,016         | -13.7%                  |
| EXTRA VIRGEN | 4,973              | 7,958          | 5,604          | 575           | 4.1%                    | 654                 | 1,058         | 754           | 65            | 4.9%                    |
| VIRGEN       | 173                | 319            | 61             | 5             | -80.9%                  | 23                  | 57            | 4             | 0             | -41.9%                  |

MEXICO: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE DERIVADOS ACEITE DE AGUACATE POR SEGMENTO

| Segmentos          | Valor (Miles US\$) |              |              |               |                         | Volumen (toneladas) |            |            |               |                         |
|--------------------|--------------------|--------------|--------------|---------------|-------------------------|---------------------|------------|------------|---------------|-------------------------|
|                    | 2019               | 2020         | 2021         | 2022 (En-Feb) | % var.prom. (2019-2021) | 2019                | 2020       | 2021       | 2022 (En-Feb) | % var.prom. (2019-2021) |
| <b>TOTAL</b>       | <b>507</b>         | <b>1,614</b> | <b>1,587</b> | <b>102</b>    | <b>46.3%</b>            | <b>4,588</b>        | <b>605</b> | <b>496</b> | <b>52</b>     | <b>-52.4%</b>           |
| PREPAR.ALIMENT.    | 0                  | 428          | 878          | 11            | 105.0%                  | 0                   | 35         | 90         | 1             | 160.9%                  |
| SHAMPOO            | 76                 | 478          | 292          | 52            | 56.7%                   | 41                  | 390        | 278        | 41            | 89.0%                   |
| CUIDADO CAPILAR    | 180                | 296          | 172          | 17            | -1.6%                   | 42                  | 51         | 44         | 5             | 1.3%                    |
| MAQUILL./CUID.PIEL | 82                 | 138          | 131          | 20            | 16.9%                   | 44                  | 76         | 78         | 5             | 21.4%                   |
| MAQUILL. OJOS      | 30                 | 5            | 49           | 2             | 18.0%                   | 2                   | 1          | 2          | 0             | -0.9%                   |
| MEZCLAS CON COCO   | 126                | 206          | 29           | 0             | -38.4%                  | 4,458               | 49         | 2          | 0             | -92.1%                  |
| MAQUILL.LABIOS     | 9                  | 47           | 25           | 1             | 43.0%                   | 0                   | 0          | 1          | 0             | 46.9%                   |
| PARA UNTAR         | 0                  | 0            | 7            | 0             | -                       | 0                   | 0          | 1          | 0             | -                       |
| JAB.TOCADOR        | 3                  | 2            | 2            | 0             | -11.0%                  | 1                   | 1          | 1          | 0             | -2.7%                   |
| PARA AFEITAR       | 0                  | 0            | 1            | 0             | -                       | 0                   | 0          | 0          | 0             | -                       |
| MAYONESA           | 0                  | 11           | 0            | 0             | -                       | 0                   | 2          | 0          | 0             | -                       |
| JABÓN              | 1                  | 3            | 0            | 0             | -                       | 1                   | 1          | 0          | 0             | -                       |
| POLVO COMPACTO     | 1                  | 0            | 0            | 0             | -                       | 0                   | 0          | 0          | 0             | -                       |

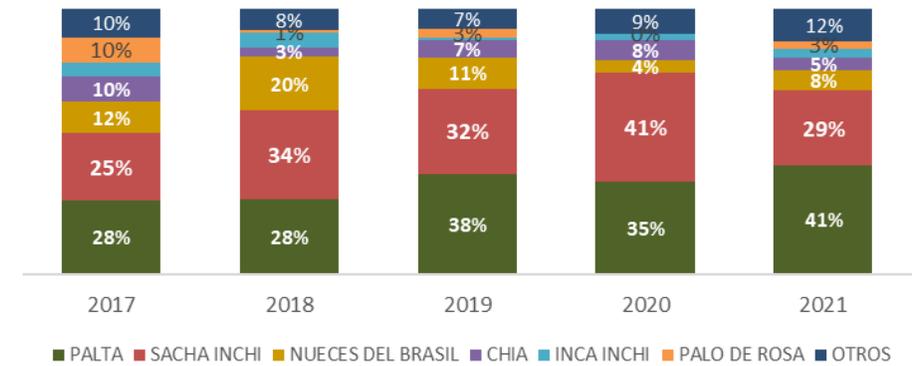
MEXICO: EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE DERIVADOS ACEITE DE AGUACATE POR PAÍS DE DESTINO

| País de destino | Valor (Miles US\$) |                |                |               |            |                            | Volumen (toneladas) |               |               |               |            |                            |
|-----------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|------------|----------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|------------|----------------------------|
|                 | 2019               | 2020           | 2021           | 2022 (En-Feb) | % Part.'21 | % var.prom.<br>(2019-2021) | 2019                | 2020          | 2021          | 2022 (En-Feb) | % Part.'21 | % var.prom.<br>(2019-2021) |
| <b>TOTAL</b>    | <b>130,322</b>     | <b>194,259</b> | <b>201,658</b> | <b>29,877</b> |            | <b>15.7%</b>               | <b>30,465</b>       | <b>31,189</b> | <b>32,024</b> | <b>4,772</b>  |            | <b>1.7%</b>                |
| ESTADOS UNIDOS  | 107,403            | 155,895        | 152,727        | 25,452        | 75.7%      | 12.5%                      | 26,267              | 23,585        | 22,777        | 3,999         | 71.1%      | -4.6%                      |
| ESPAÑA          | 8,604              | 21,191         | 22,603         | 1,529         | 11.2%      | 38.0%                      | 1,808               | 4,625         | 4,565         | 274           | 14.3%      | 36.2%                      |
| ITALIA          | 4,153              | 4,154          | 12,500         | 896           | 6.2%       | 44.4%                      | 712                 | 659           | 2,177         | 156           | 6.8%       | 45.1%                      |
| COREA DEL SUR   | 3,585              | 4,395          | 4,903          | 603           | 2.4%       | 11.0%                      | 561                 | 823           | 899           | 103           | 2.8%       | 17.1%                      |
| FRANCIA         | 2,102              | 2,023          | 2,331          | 640           | 1.2%       | 3.5%                       | 438                 | 355           | 453           | 83            | 1.4%       | 1.1%                       |
| PAÍSES BAJOS    | 665                | 769            | 1,072          | 204           | 0.5%       | 17.3%                      | 107                 | 89            | 121           | 29            | 0.4%       | 4.1%                       |
| JAPÓN           | 782                | 687            | 894            | 90            | 0.4%       | 4.5%                       | 130                 | 86            | 117           | 12            | 0.4%       | -3.3%                      |
| PORTUGAL        | 0                  | 0              | 732            | 0             | 0.4%       | -                          | 0                   | 0             | 132           | 0             | 0.4%       | -                          |
| CANADÁ          | 589                | 523            | 594            | 115           | 0.3%       | 0.3%                       | 66                  | 59            | 97            | 38            | 0.3%       | 13.5%                      |
| CHINA           | 439                | 887            | 503            | 0             | 0.2%       | 4.7%                       | 62                  | 92            | 48            | 0             | 0.1%       | -8.0%                      |
| NUEVA ZELANDA   | 643                | 1,435          | 388            | 0             | 0.2%       | -15.5%                     | 62                  | 155           | 40            | 0             | 0.1%       | -13.5%                     |
| GUATEMALA       | 110                | 585            | 367            | 68            | 0.2%       | 49.4%                      | 52                  | 421           | 300           | 42            | 0.9%       | 79.0%                      |
| TAIWÁN          | 323                | 51             | 325            | 0             | 0.2%       | 0.2%                       | 49                  | 4             | 38            | 0             | 0.1%       | -7.8%                      |
| EL SALVADOR     | 231                | 323            | 303            | 20            | 0.2%       | 9.5%                       | 74                  | 73            | 100           | 8             | 0.3%       | 10.4%                      |
| CHILE           | 209                | 250            | 297            | 0             | 0.1%       | 12.3%                      | 23                  | 26            | 39            | 0             | 0.1%       | 18.6%                      |
| FEDERACIÓN RUSA | 30                 | 52             | 211            | 86            | 0.1%       | 91.8%                      | 2                   | 3             | 20            | 9             | 0.1%       | 124.8%                     |
| HONG KONG       | 68                 | 63             | 172            | 70            | 0.1%       | 36.4%                      | 10                  | 6             | 20            | 6             | 0.1%       | 26.3%                      |
| FILIPINAS       | 63                 | 149            | 159            | 0             | 0.1%       | 36.4%                      | 6                   | 17            | 12            | 0             | 0.0%       | 24.9%                      |
| REINO UNIDO     | 0                  | 158            | 127            | 0             | 0.1%       | -19.5%                     | 0                   | 16            | 12            | 0             | 0.0%       | -23.2%                     |
| MONGOLIA        | 0                  | 0              | 61             | 0             | 0.0%       | -                          | 0                   | 0             | 9             | 0             | 0.0%       | -                          |
| ISRAEL          | 53                 | 59             | 57             | 59            | 0.0%       | 2.1%                       | 7                   | 7             | 8             | 8             | 0.0%       | 2.9%                       |
| COLOMBIA        | 1                  | 0              | 54             | 0             | 0.0%       | 243.8%                     | 0                   | 0             | 9             | 0             | 0.0%       | 244.8%                     |
| PERÚ            | 8                  | 45             | 47             | 0             | 0.0%       | 79.3%                      | 1                   | 4             | 4             | 0             | 0.0%       | 66.3%                      |
| COSTA RICA      | 15                 | 76             | 45             | 10            | 0.0%       | 43.5%                      | 2                   | 11            | 6             | 1             | 0.0%       | 40.4%                      |
| OTROS PAÍSES    | 245                | 489            | 187            | 35            | 0.1%       | -8.7%                      | 27                  | 74            | 22            | 5             | 0.1%       | -5.7%                      |

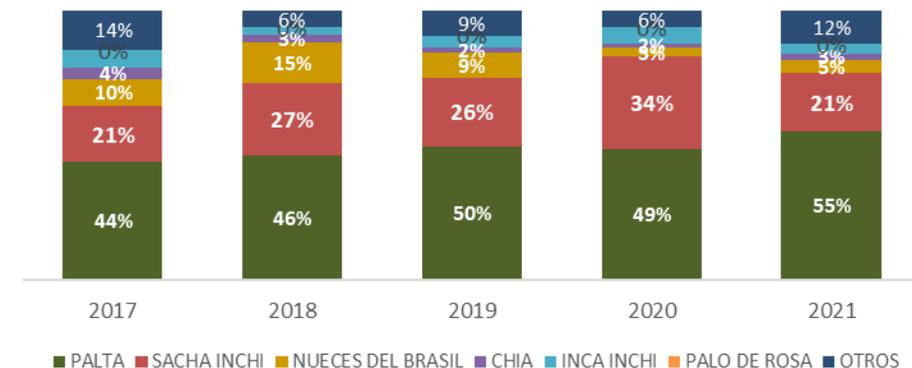
# Aceite de palta - Perú

- El aceite de palta se encuentra dentro de la sub-partida del sistema armonizado **15.15.90.00 Los demás**
- **Representa la partida de mayor exportación(15.15.90.00.90) en los últimos cinco años, representando más del 50% en volumen y más del 40% en valor.**
- **Le siguen Sacha Inchi y Nueces del Brasil**

Nivel de participación en valor de las exportaciones aceites naturales (SPA. 15.15.90.00) - Valor US\$

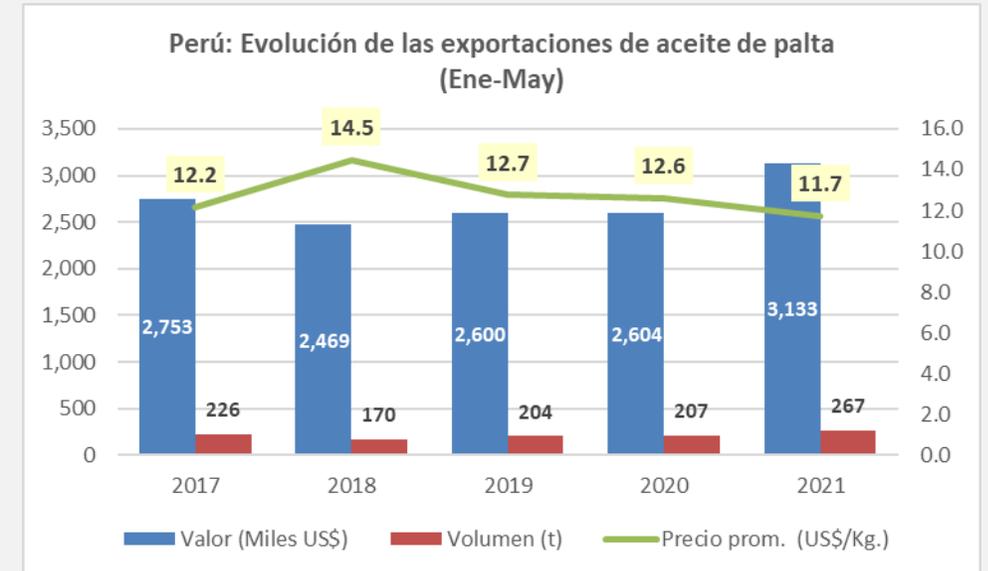
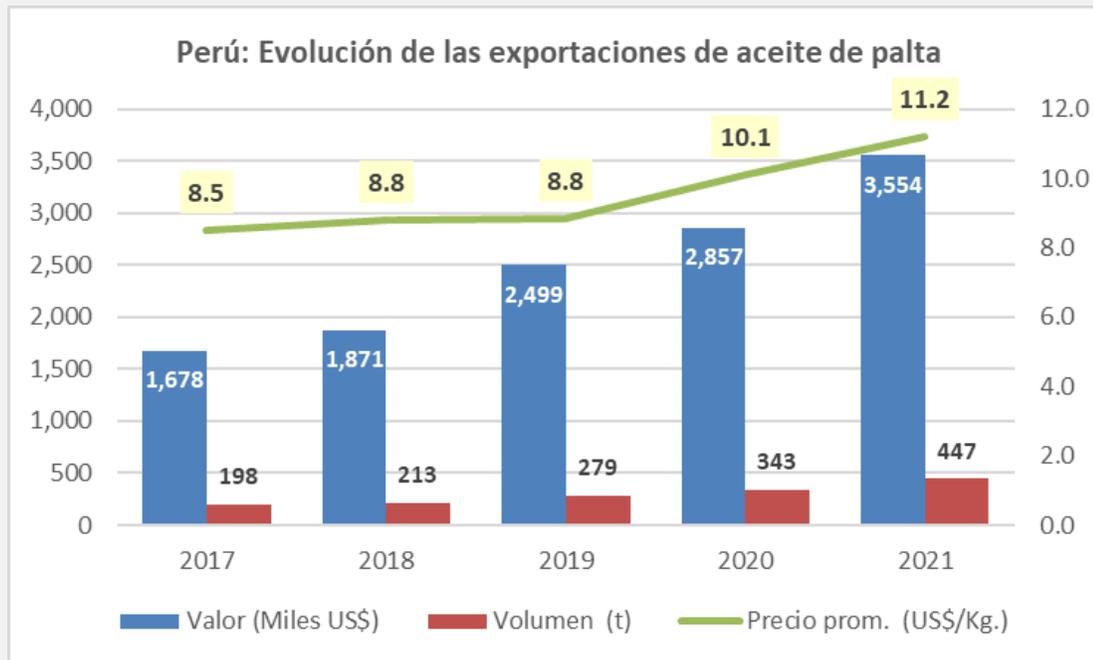


Nivel de participación en valor de las exportaciones aceites naturales (SPA. 15.15.90.00) - Volumen Kg



# Aceite de palta - Perú

- La evolución de las exportaciones de aceite de palta en los últimos cinco años han tenido un crecimiento promedio sostenido del 16% y 18% en valor y volumen respectivamente



- En lo que va del año (a mayo), se observa un crecimiento del 2022 versus el período anterior del 20% y 29% en valor y volumen respectivamente

# Aceite de palta - Perú

➤ Nuestro principal socio comercial es Francia; sin embargo, en el 2022 aunque aún no se observan embarques hacia Países Bajos, las exportaciones hacia España e Italia se han incrementado.

Perú: Evolución de las exportaciones de aceite de palta por país de destino – Valor US\$



|              | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022 (Ene-May) | % part.'21 | % part.'22 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------|------------|------------|
| Total        | 1,678 | 1,871 | 2,499 | 2,857 | 3,554 | 1,861          |            |            |
| FRANCIA      | 1,678 | 1,871 | 2,499 | 2,493 | 2,701 | 1,059          | 76%        | 57%        |
| PAÍSES BAJOS | -     | -     | -     | -     | 487   | -              | 14%        | -          |
| ESPAÑA       | -     | -     | -     | 197   | 352   | 687            | 10%        | 37%        |
| JAPÓN        | -     | -     | -     | -     | 9     | -              | 0%         | -          |
| ITALIA       | -     | -     | -     | 167   | 4     | 115            | 0%         | 6%         |
| COLOMBIA     | -     | -     | -     | -     | -     | -              | -          | -          |
| DINAMARCA    | -     | -     | -     | 1     | -     | -              | -          | -          |

# Aceite de palta - Perú

## Empresas exportadoras:

- Deshidratados Tropicales – país de destino Francia
- Virú: Países Bajos, España, Italia
- Candela Perú: Dinamarca e Italia

 nexdu

 **VIRU**  
Naturally ahead

 CANDELA



# Conclusiones y recomendaciones

- Tendencia de consumo hacia los productos saludables – beneficios para la salud.  
Demanda hacia productos naturales y ecológicos para el cuidado personal:  
Tendencia creciente hacia la "belleza limpia" / productos cosméticos naturales
- El mercado europeo es el que mayor crecimiento está mostrando, por lo que sería interesante hacer esfuerzos para aprovechar las ventajas competitivas en esos mercados. Oportunidad de crecimiento en Europa Occidental
- Se deben seguir trabajando las certificaciones orgánicas/ecológicas y productos con un gran control de calidad para una mayor aceptación en el mercado.
- Mayor diversificación a nivel geográfico y derivados con valor agregado.





# Unidad de Inteligencia Comercial

<https://repositorio.sierraexportadora.gob.pe/>

# Gracias

**Unidad de Inteligencia Comercial**

[mwong@sierraexportadora.gob.pe](mailto:mwong@sierraexportadora.gob.pe)