

# EL ESPÁRRAGO PERUANO NAVEGA EN UN MUNDO CADA VEZ MÁS COMPETITIVO

El espárrago es uno de los productos agrícolas más importantes en el consumo de las familias a nivel mundial. Para el 2024, el mercado global está cerca de los US\$ 26 mil millones con una trayectoria de crecimiento sólida y sostenida de hasta 5% anual para los próximos diez años. A pesar del tamaño de ese mercado global, su comercio representa apenas alrededor del 10% de todo el consumo mundial.

La mayoría de los países de mayor demanda —como Estados Unidos, China y gran parte de Europa— depende principalmente de su producción local. A nivel global, se espera que la producción alcance las 10.7 millones de toneladas métricas en el 2026, con China como el productor dominante; seguido de México, Alemania, el Perú y Estados Unidos, quienes en conjunto concentran más del 80% de la oferta. Este crecimiento responde a la marcada preferencia de los consumidores por dietas basadas en plantas y alimentos saludables, lo que ha posicionado al espárrago como un verdadero “superalimento”

por su aporte de fibra, vitaminas, antioxidantes y su bajo contenido calórico. Norteamérica y Europa son actualmente los principales consumidores, aunque Asia-Pacífico se proyecta como un mercado clave en expansión acelerada.

En este contexto internacional altamente competitivo, el Perú se ha consolidado como el segundo exportador mundial de espárragos, con presencia en más de 80 países y un rendimiento por hectárea destacable. El espárrago peruano es, sin duda, un producto emblemático de la agroexportación nacional, pues fue uno de los pioneros en abrir el camino del boom agroexportador del país.

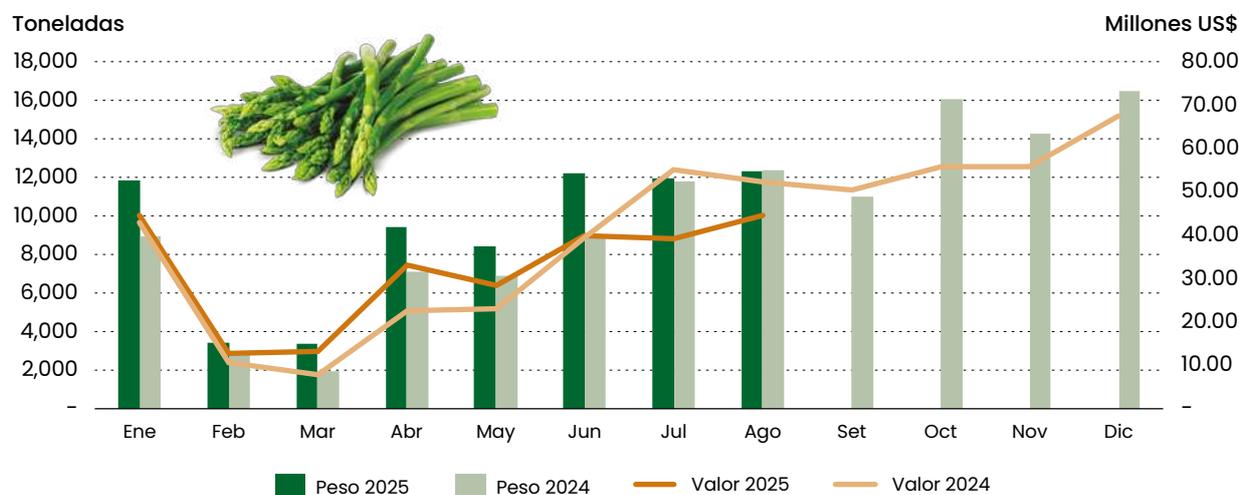
El modelo de exportación peruano se distingue por su capacidad única de producir y cosechar esta hortaliza durante los doce meses del año, lo que constituye una ventaja estratégica decisiva. Mientras países europeos como España, Italia o Grecia tienen campañas limitadas a los meses de marzo a mayo, el Perú puede abastecer los mercados

internacionales cuando la oferta local disminuye, aprovechando de manera inteligente las llamadas “ventanas comerciales”. Esta estrategia de contraestación ha sido clave para consolidar la presencia en Europa y otros destinos, aunque requiere un alto nivel de inteligencia comercial y un respaldo institucional sólido que permita identificar y capitalizar estas oportunidades de forma anticipada y eficaz.

Durante la campaña del 2025, los resultados de enero a agosto han reflejado un panorama complejo. Los envíos alcanzaron aproximadamente 72,962 toneladas, con un valor cercano a US\$ 256 millones, lo que significó un crecimiento del 20% en volumen pero apenas un 1% en valor. Esta disparidad obedece a una caída del precio promedio de alrededor del 16% en el periodo, situándose en US\$ 3.5 por kilogramo. El aumento en volumen respondió a condiciones climáticas favorables que impulsaron la productividad. Pese a los precios bajos, el sector encontró cierto alivio en la reducción de la campaña europea,



## Evolución de envíos de espárrago



Fuente: Sunat

particularmente en España, donde las lluvias persistentes disminuyeron la producción local, lo que permitió a Perú sostener sus envíos y cubrir la demanda insatisfecha.

Actualmente, el cultivo de espárragos en Perú se desarrolla en unas 28,000 hectáreas, concentradas principalmente en La Libertad, que representa alrededor del 50% del total; seguida de Lambayeque, con el 21%; e Ica, con el 20%. Aunque en Perú existe una tendencia general a reducir las áreas cultivadas debido a la caída de precios y a la búsqueda de cultivos alternativos más rentables en un contexto de cambio climático, aún hay empresas que mantienen su apuesta por el crecimiento, proyectando incorporar entre 100 y 150 hectáreas adicionales en el 2025. Se estima que, con ello, el volumen de producción para dicho año podría superar en más del 25% lo alcanzado en el 2024.

El sector enfrenta desafíos significativos. El principal es la presión sobre los precios, producto de la sobreoferta en mercados donde los productores locales gozan de ventajas logísticas, sumada al incremento de competidores que ajustan severamente los márgenes de rentabilidad. A esta situación se añaden los altos

costos logísticos, en particular del transporte marítimo, que en ciertos meses puede llegar a encarecer hasta en US\$ 2 cada kilogramo exportado. La competencia de México en Norteamérica y de España en Europa sigue siendo un factor determinante que limita la capacidad de expansión del espárrago peruano.

Apesar de ello, existen oportunidades notables que permiten vislumbrar un futuro prometedor. La adopción de tecnologías sostenibles, como el uso de energía solar en campos y plantas de procesamiento, no solo genera ahorros operativos, sino que constituye un diferenciador apreciado por los compradores internacionales.

La diversificación hacia mercados emergentes —como Brasil, donde los envíos se han triplicado en algunas empresas— muestra un gran potencial. Asimismo, la apuesta por certificaciones de alto valor —como la de “Cero Residuos de Pesticidas” (ZRP)— fortalece la competitividad al abrir puertas a mercados exigentes y consolidar una imagen de calidad superior.

En el escenario competitivo, México y España representan los principales retos para el Perú. El primero domina

el mercado norteamericano gracias a menores costos de producción y una capacidad de suministro constante; mientras que el segundo refuerza su posicionamiento en Europa con una fuerte estrategia de promoción de sus variedades verdes y blancas, a través de campañas de gran impacto como “Te quiero Verde”.

De esta manera, la industria del espárrago peruano atraviesa un punto de inflexión: logra incrementar su volumen de exportación pero enfrenta una rentabilidad limitada por la caída de precios y los altos costos de transporte. Asegurar un futuro sostenible exige fortalecer la inteligencia comercial para anticipar con precisión las ventanas de mercado y diseñar estrategias de precios más efectivas; invertir en tecnología y sostenibilidad como vía para reducir costos y diferenciar el producto; diversificar de manera decidida los destinos de exportación, especialmente en Sudamérica y Asia-Pacífico; y fomentar una mayor coordinación entre productores, exportadores y autoridades con el fin de consolidar una estrategia comercial unificada que estimule la demanda global y mantenga al espárrago peruano en un lugar protagonista dentro del exigente escenario internacional.