

Aguacate sostenible fruta fresca

Gabriela Centeno /CIMS

Situación y perspectivas de mercado

Según FAO* la producción global de aguacate prácticamente se cuadruplicó en los últimos 40 años, alcanzando 2.7 millones de toneladas en el 2002. México fue el mayor productor del mundo, con 897.200 toneladas, 33% del total de ese año. En segundo lugar se posicionó Estados Unidos con 200.000 toneladas (7%), y en tercero Indonesia con 150.000 toneladas (6%).

En el 2002, las exportaciones mundiales de aguacate superaron el 16% de la producción global, con 426.000 toneladas. México aportó el 22%, Chile 18%, Israel 17%, Sudáfrica 11% y España 9% (FAO*). En conjunto, estos cinco países cubrieron más de la mitad de la exportación global de la fruta.

EEUU es el mayor importador de aguacate del mundo (22%), seguido por el Reino Unido (7%), Holanda (6%), Canadá y Alemania (4%), Japón, Francia y El Salvador (3% cada uno) (FAO*).

Los mayores consumidores de esta fruta son los países latinoamericanos, encabezados por México donde se registran 10 kg/persona/año. El consumo de aguacate en la Unión Europea ha aumentado durante los últimos diez años, hecho notable en Francia donde el consumo *per capita* pasó de 0,40 a 1,50 kg/persona/año. Sin embargo, en la mayor parte de los países europeos aun se reportan menos de 0,25 kg/persona/año.

En Estados Unidos (EEUU) se registra un consumo promedio de 0,80 kg/persona/año, siendo mayor en los centros de población hispana.

En los principales mercados orgánicos del mundo se observa una creciente demanda de aguacate orgánico. CIMS estima que en los EEUU esta alcanzó las 10.000 toneladas en el 2002. Según Organic Monitor**, en ese año los mercados de Alemania, Holanda, el Reino Unido y Francia juntos consumieron más de 9.500 toneladas.

A mediano plazo se espera un crecimiento moderado de los volúmenes de aguacate orgánico y convencional comercializados en el mercado internacional. Tanto en Europa como en EEUU se han registrado aumentos en la oferta nacional y regional, no obstante esta producción no ha sido capaz de satisfacer la demanda interna.

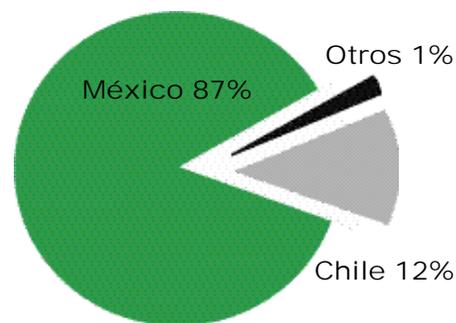
Se prevé que esta situación proporcione un importante espacio para el aumento de las importaciones. También se espera que campañas promocionales como la de la Comisión Californiana del Aguacate (CAC) en los EEUU y la que se planea emprender en España, contribuyan a incrementar el consumo de la fruta.

Oferta de aguacate orgánico

El aguacate orgánico se cultiva en varias regiones del mundo. En América Latina sobresalen México y Chile. En el resto del mundo se destacan España, Israel y Sudáfrica.

Según un estudio de la oferta latinoamericana de aguacate realizado por CIMS, en esta región existe un área certificada superior a las 1.160 hectáreas

Gráfico 1. Distribución de la producción latinoamericana de aguacate orgánico, 2003.



que generó una producción de 9.000 toneladas de fruta orgánica (cosecha 2002-2003). Adicionalmente, CIMS identificó numerosos productores en proceso de transición que cultivan cerca de 500 hectáreas con una producción de 1.200 toneladas de fruta.

El mayor mercado para la fruta latinoamericana es el estadounidense, a donde se dirigen el 35% de las exportaciones. En segundo lugar se encuentran Europa, Canadá y Japón, con 16% cada uno. El 17% de la producción regional se vende localmente.

Comportamiento de los precios

Los precios del aguacate se ven fuertemente influenciados por la estacionalidad. Esto se observa claramente cuando las cosechas mexicana y chilena coinciden en el mercado internacional durante el último trimestre del año, ocasionando el descenso de los precios. Otros factores importantes son la varie-

* Base de datos de FAOSTAT (2003).

** Estimaciones de Organic Monitor para CIMS (2003).

dad, el calibre, el país de origen y el mercado de destino de la fruta.

Recientes investigaciones de CIMS, revelan que los sobreprecios del aguacate orgánico en Latinoamérica son muy significativos. Por ejemplo, en México el precio en finca de esta fruta vendida a exportadores, promedia US\$1,40/kg y en Chile US\$1,80/kg, presentando sobreprecios cercanos al 50%.

La fruta exportada a EEUU tiende a venderse a mayores precios que la que se dirige a Europa. En el primer caso, el sobreprecio promedio a lo largo de la cadena de comercialización llega al 70%, con un mínimo en finca y un máximo a nivel mayorista. En Europa, el sobreprecio promedio es de 60%, con un mínimo a nivel del productor y un máximo a nivel minorista.

Actualmente, los precios se han estabilizado y se espera que esta situación se prolongue a corto y mediano plazo.

Preferencias de los consumidores

El aguacate es una de las frutas tropicales de creciente aceptación internacional, en parte por sus propiedades nutritivas, amplias posibilidades de consumo y su utilización como materia prima para la extracción de aceite en la industria cosmética.

La variedad más comercializada a nivel mundial es *Hass*. En Estados Unidos se observa su predominancia, mientras que en Europa la preferencia cambia de país en país.

Tanto en Europa como en EEUU, el aguacate todavía se considera un “*producto de lujo*” o de “*compra por impulso*”. A los consumidores les gusta adquirirlo cuando está “*maduro*” y “*listo para comer*”. La forma más frecuente de consumo es fresco, para preparar cocktails o ensaladas.

Los días de mayor consumo de aguacate en EEUU son el “*5 de Mayo*” y el día del “*Super Bowl*”. En Europa el consumo es menos definido y significativamente más alto en Francia y España.

Canales de comercialización

En EEUU se observa una clara tendencia hacia la concentración de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas. Investigaciones de CIMS indican que unas 6 empresas controlan más del 80% de la importación y distribución de frutas tropicales.

En Europa la industria es más heterogénea y fragmentada, con empresas dedicadas a la cobertura nacional y otras a la regional. Actualmente existen más de 20 involucradas en la importación y distribución de frutas frescas y otras 20 que trabajan con frutas procesadas.

Respecto al sector minorista, en países como EEUU y Alemania, cerca del 70% de los productos orgánicos se venden a través de comercios especializados. Mientras que en otros mercados como el Reino Unido, Francia y Suiza, los supermercados dominan la venta al detalle de estos productos. La tendencia de ingreso de los supermercados al sec-

tor orgánico está en pleno desarrollo en Europa, mientras que apenas comienza en EEUU.

Requisitos y regulaciones para el comercio internacional

Para ingresar al mercado de EEUU o Europa, el aguacate orgánico debe cumplir con los requisitos fitosanitarios y estándares de calidad de su homólogo convencional, además de las regulaciones propias para alimentos orgánicos.

EEUU posee una exigente legislación para la importación de aguacate mexicano, que regula la finca de origen, el estado de destino y la fecha de la importación. También existen restricciones para muchos otros países.

La fruta orgánica también debe cumplir con los criterios contemplados en las Normas para la Producción Orgánica (NOS). Además, en diciembre del 2003 comenzó la implementación de nuevas medidas de seguridad contra del bioterrorismo, con nuevos requisitos para la comercialización de todo tipo de productos en los EEUU.

Para ingresar a la Unión Europea, el aguacate debe cumplir con la Reglamentación CE N°2092/91 para producción agrícola ecológica. También en este mercado existen nuevas regulaciones: algunas cadenas de supermercados están comenzando a solicitar la certificación EurepGap. Los exportadores a la Unión Europea deben conocer sus requisitos y aplicabilidad.

Para mayor información sobre los aspectos de mercado mencionados en este perfil, consulte los siguientes documentos elaborados por CIMS:

■ Situación de los mercados de aguacate convencional y orgánico en EEUU y Unión Europea

Análisis del mercado de aguacate orgánico en EEUU (P-AG-AM-003)

Análisis del mercado de aguacate orgánico en la UE (P-AG-AM-002)

■ Información de precios

Estudio de los precios de aguacate en EEUU (P-AG-PR-001)

Estudio de los precios de aguacate en la UE (P-AG-PR-003)

■ Oferta latinoamericana de aguacate orgánico:

Análisis de la oferta latinoamericana de aguacate orgánico (P-AG-OL-004)

■ Canales de comercialización

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas frescas en EEUU (P-AG-CC-002)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas procesadas en EEUU (P-AG-CC-001)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas frescas en la UE (P-AG-CC-004)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas procesadas en la UE (P-AG-CC-003)

■ Requisitos para la exportación hacia estos principales mercados:

Requisitos y regulaciones para la importación y comercialización de aguacate orgánico en los EEUU (P-AG-RR-006)

Requisitos y regulaciones para la importación y comercialización de la aguacate orgánico en la UE (P-AG-RR-005)

