

## SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS DE MERCADO

Según FAO<sup>\*</sup> la producción global de aguacate prácticamente se cuatuplicó en los últimos 40 años, alcanzando 2.7 millones de toneladas en el 2002. México es el mayor productor de aguacate del mundo, con 897.200 toneladas, equivalentes al 33% del total en el 2002. En segundo lugar se encuentra Estados Unidos (EEUU) con una producción de 200.000 toneladas, seguido por Indonesia con 150.000 toneladas.

Actualmente sólo un 0,01% de la producción global es exportado. Las exportaciones mundiales de aguacate superaron las 426.000 toneladas en el 2002, de las cuales México aportó el 22%, Chile 18%, Israel 17%, Sudáfrica 11% y España 9% (FAO\*). Estos cinco países son responsables de más de la mitad de las exportaciones globales de la fruta.

A pesar de ser un gran productor, EEUU es el mayor importador de aguacate del mundo con una participación del 22% de las importaciones mundiales. Lo siguen de lejos: el Reino Unido (7%), Holanda (6%), Canadá y Alemania (4%), Japón, Francia y El Salvador (3%) (FAO\*).

Los mayores consumidores de aguacate son los países latinoamericanos. Actualmente, el mayor consumo *per capita* se presenta en México con 10 kg/persona/año. El consumo de aguacate en la Unión Europea (UE) ha aumentado durante los últimos diez años, hecho que fue notable en Francia, donde el consumo *per capita* pasó de 0,400 a 1.500 kg/persona/año, en dicho período. Sin embargo, en la mayor parte de los países europeos todavía se consume menos de 0,250 kg/persona/año. En EEUU se registra un promedio de 0,8 kg/persona/año. El mayor consumo tiene lugar en los centros de población hispana, gran consumidora de este producto por tradición.

El creciente consumo de aguacate orgánico en particular a nivel mundial debe despertar la atención de muchos productores. CIMS estima que el mercado de este producto en los EEUU alcanzó las 10.000 toneladas en el 2002. Para ese mismo año, según estimaciones de Organic Monitor<sup>\*\*</sup>, el mercado de Alemania, Holanda, el Reino Unido y Francia juntos representó las 9.500 toneladas anuales.

En el mediano plazo se pronostica un crecimiento moderado en los volúmenes transados de aguacate orgánico y convencional en el mercado internacional. A pesar de que tanto en la UE como en EEUU se han registrados aumentos en la oferta nacional y regional, estos

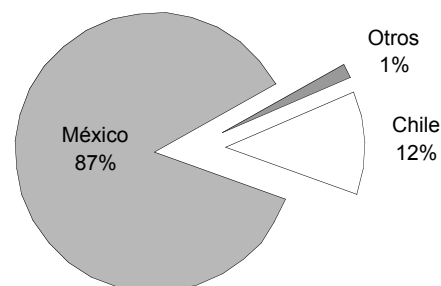
países no han sido capaces de hacer frente a la demanda interna. Se prevee que esta situación continuará abriendo un importante espacio para el aumento de las importaciones. También se espera que campañas como la que lleva a cabo la Comisión Californiana del Aguacate (CAC por sus siglas en inglés) en los EEUU y la que se planea emprender en España, contribuyan a incrementar el consumo de esta fruta.

## OFERTA DE AGUACATE ORGÁNICO

El aguacate orgánico se cultiva en varias regiones del mundo. En América Latina sobresale la producción de México y Chile. En Europa se destaca España y en África, Israel y Sudáfrica. Todos ellos son también importantes exportadores de la fruta.

Según un estudio de la oferta latinoamericana realizado por CIMS, en América Latina existe un área certificada superior a las 1.160 hectáreas y una producción de 9.000 toneladas anuales de fruta certificada (cosecha 2002-2003). Adicionalmente, CIMS identificó numerosos productores en proceso de transición que cultivan un área cercana a las 500 hectáreas con una producción de 1.200 toneladas de fruta, que pronto será certificada.

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



Estados Unidos es el mayor mercado de destino recibiendo el 35% de las exportaciones de la región. En segundo lugar se encuentran Europa, Canadá y Japón, con 16% cada uno. Cabe destacar la importancia de los mercados locales en los que permanece el 17% de la producción regional.

El 100% de la producción de aguacate orgánico latinoamericano se comercializa en estado fresco ya que muchos aditivos necesarios para su procesamiento no son permitidos por la legislación orgánica.

\* Base de datos de FAOSTAT (2003).

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

## COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

Los precios del aguacate se ven fuertemente influenciados por la estacionalidad. Por ejemplo, las cosechas mexicana y chilena coinciden en el mercado internacional durante el último trimestre del año, ocasionando el descenso de los precios. Otros factores que influyen sobre el precio del aguacate son la variedad y el calibre de la fruta, el país de origen y el mercado de destino.

Recientes investigaciones de CIMS revelan que los sobreprecios de la fruta orgánica son bastante significativos. En México, el precio en finca del aguacate orgánico vendido a los exportadores promedia US\$1,40/kg y en Chile US\$1,80/kg. Dicha investigación indica que a nivel de finca en Latinoamérica el aguacate orgánico recibe un sobreprecio cercano al 50%.

En el mercado internacional, la fruta destinada 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 llegó a 90%, 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.

Por último, los resultados ponen de manifiesto que los elevados sobreprecios pagados por el aguacate orgánico son la principal motivación de los productores para ingresar en este sector. Actualmente, los precios se encuentran estables y se espera que esta tendencia continúe en el corto y mediano plazo.

## PREFERENCIAS DE LOS CONSUMIDORES

El aguacate es una de las frutas tropicales con creciente aceptación internacional. Esto debido a las propiedades nutritivas que posee, las amplias posibilidades para su consumo, así como a su carácter de materia prima para la extracción de aceite para la industria cosmética.

La variedad más comercializada a nivel mundial es *Hass*. En Estados Unidos se observa la predominancia de esta variedad, 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". A pesar de que en Europa el consumo es menos estacional, es significativamente más alto en Francia, España, Dinamarca, Holanda y Suecia.

## CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

En EEUU se observa una clara tendencia hacia la concentración de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas. Estimaciones de CIMS indican que existen alrededor de 6 empresas que controlan más del 80% de las importaciones y distribución de frutas tropicales. Algunas firmas como United Natural Foods (UNFI) se encaminan cada vez más hacia el control de la importación y mayoreo de productos orgánicos. Por el contrario, en Europa existe una industria más heterogénea, integrada por todo tipo de empresas de cobertura tanto nacional como regional. En el viejo continente el grado de concentración en la estructura de los canales de comercialización es menor ya que existen alrededor de 20 empresas involucradas en la importación y distribución de frutas orgánicas frescas y otras 20 de frutas orgánicas procesadas.

A nivel minorista en países como EEUU y Alemania alrededor de un 60-70% de los productos orgánicos se venden en comercios especializados, mientras que en otros grandes mercados como el Reino Unido, Francia y Suiza, los supermercados dominan la venta de productos orgánicos.

En este campo, el fenómeno de mayor polémica en la actualidad es la entrada de las grandes cadenas de supermercados al segmento orgánico. Esta situación apenas comienza en EEUU y está más avanzada en Europa.

## 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 los requisitos propios para alimentos orgánicos.

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

Además, la fruta orgánica debe cumplir con los criterios contemplados en las Normas para la Producción Orgánica (NOP). Un hecho destacable que tuvo lugar durante el 2003 constituye la implementación de nuevas medidas de seguridad contra del bioterrorismo, que conllevan a nuevos requisitos para la comercialización de productos en los Estados Unidos..

Para ingresar a la Unión Europea, el aguacate debe cumplir con la Reglamentación CE N°2092/91 para la producción agrícola ecológica. También en este mercado

existen nuevos requisitos de mercado que debe ser tomados en cuenta como la certificación EurepGap. Esta es una iniciativa privada adoptada por algunas cadenas de supermercados convencionales en Europa. Básicamente EurepGap es un protocolo que propone un conjunto de buenas prácticas agrícolas, que toma en consideración aspectos ambientales, sociales y de inocuidad.

Si desea más información acerca de un tema específico, adquiera las siguientes publicaciones:

### **Situación y perspectivas de mercado**

Análisis del mercado de aguacate orgánica en EEUU

(P-AG-AM-003)

Análisis del mercado de aguacate orgánica en la UE

(P-AG-AM-002)

### **Precios**

Estudio de los precios de la aguacate en EEUU

(P-AG-PR-001)

Estudio de los precios de la aguacate en la UE

(P-AG-PR-003)

### **Oferta Latinoamericana**

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 y regulaciones**

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

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