

El aguacate Hass Colombiano: Un producto potencial para exportar a Estados Unidos.

The Hass Colombian Avocado: A potential product to export to the United States.

Arévalo Montenegro Francy Gisela
gisearevalo93@gmail.com

Millán Millán Camilo Andrés
camilomillan110@hotmail.com

Cruz Vélez Andrés Felipe
viejocruz@gmail.com

Resumen

Colombia posee productos claves que impulsan la economía del país. En este artículo indagaremos en la posibilidad de que el aguacate Hass sea uno de los productos que impulse la economía colombiana en el Mercado Estadounidense; se escoge este sector con base a la investigación e información encontrada sobre el comportamiento que tiene este fruto en la canasta tanto de los norteamericanos como latinos residentes en Estados Unidos. Se evidencia que este mercado es actualmente el mayor importador de aguacate Hass en el mundo; teniendo a México como su principal proveedor; por lo que se busca posicionar el aguacate Hass colombiano como un competidor importante, beneficiando al país y a los principalmente departamentos donde se producen como Antioquia, Caldas y Tolima.

Palabras clave

Exportar, mercado internacional, crecimiento, proveer, Aguacate Hass, competencia.

Abstract

Colombia possesses key products that stimulate the economy of the country. In this article we will investigate in the possibility that the avocado Hass is one of the products that stimulates the Colombian economy on the American Market; this sector is chosen by base to the investigation and information found about the behavior that has this fruit in the basket so much of the North Americans as resident Latin people in The United States. There is demonstrated that this market is nowadays the major importer of avocado Hass in the world; taking Mexico as his principal supplier; for what one seeks to position the avocado Colombian Hass as an important competitor, being of benefit to the country and to principally departments where they take place as Antioch, Caldas and Tolima.

Keywords

Export, international market, growth, provide, Hass Avocado, competition.

I. INTRODUCCIÓN

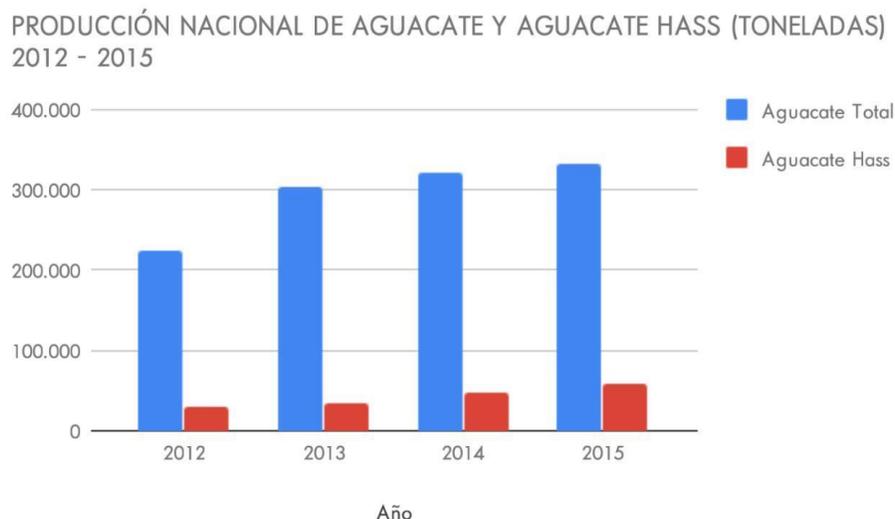
El aguacate Hass ha mantenido un crecimiento importante en el mercado nacional, así como en el internacional con un incremento del 3% anual, según el Ministerio de Agricultura (agricultura, 2017) . Además, esta entidad afirma que la popularidad de este producto se debe a que es un alimento beneficioso para la salud. Colombia es uno de los países que produce este alimento en gran parte de su territorio durante casi todo el año, lo cual se puede aprovechar para ser más competitivos frente a otros países, que actualmente se encuentran posicionados como productores y exportadores de Aguacate Hass.

Desde el año 2017, Colombia ha comenzado a exportar Aguacate Hass a diferentes partes del mundo; siendo este año el más importante para la Sociedad Portuaria de Buenaventura (SPB), al movilizar 400 toneladas para los mercados asiáticos (Revista Portafolio, 2018).

El valor agregado que tiene la producción del aguacate colombiano, es su habilidad de estar apto para exportar en todo el año. Esta ventaja podría ser una apuesta para alcanzar altos estándares de calidad y convertirse en uno de los mercados que apueste por la internacionalización de este producto, principalmente en Estados Unidos que es uno de los mayores consumidores de aguacate Hass en el mundo.

En la gráfica No. 1 tomada de la Revista Dinero se evidencia el crecimiento en producción que ha tenido el aguacate Hass del periodo 2012 al 2015.

Gráfica 1. Producción nacional de aguacate Hass (toneladas) 2012 – 2015



FUENTE: Tomado de (Dinero, 2017)

El Aguacate es una fruta que se caracteriza por ser la predilecta entre los consumidores del mundo debido a su tamaño, contenido graso, sabor y cualidades nutricionales, además, es una de las pocas bajas en azúcares, explicó Donald Hensrud, Director Médico del Programa para la Vida Sana de la Clínica Mayo en Minnesota, Estados Unidos en 2017. Incluso, los aguacates también contienen otros nutrientes tales como: vitaminas del complejo B, vitamina E, vitamina C, cobre y fibra; lo que suma a sus beneficios para la salud; aumentando con esto su demanda en el mercado (Expansión, 2018).

Según el Dane en el año 2017, el aguacate ocupó el segundo lugar dentro de los frutales cultivados, después de los cítricos, con un área de 98.268 hectáreas sembradas dentro de las cuales 74.991 hectáreas están en producción. En consecuencia, Analdex indicó que en 2018 se exportarán unas 33.000 toneladas a diferentes mercados, con ventas de hasta 70 millones de dólares (Analdex, S.f).

Por otro lado, las estadísticas de Asohofrucol, gremio de cultivadores de hortalizas y frutos al cierre del 2016 se produjeron 78.547 toneladas de aguacate Hass; los departamentos con mayor potencial de producción son Antioquia (3.500 hectáreas), Caldas (2.597 hectáreas) y Tolima (1.325 hectáreas).

Se relaciona a continuación cuadro 1 la producción de aguacate Hass a nivel departamental y su caracterización en dichos departamentos relacionados en el cuadro 1.

Cuadro 1. Producción de Aguacate por departamentos del 2014 - 2015

PRODUCCION DE AGUACATE POR DEPARTAMENTO				
DEPARTAMENTOS	AREA(HA)		PRODUCCION(TN)	
	2014	2015	2014	2015
TOLIMA	8.088	9.291	65.945	60.718
ANTIOQUIA	4.784	5.077	47.821	48.427
CALDAS	3.848	4.255	43.190	40.268
SANTANDER	3.068	3.101	26.712	19.716
BOLIVAR	3.097	3.021	32.293	30.527
CESAR	2.018	2.342	16.153	19.138
VALLE DEL CAUCA	1.643	1.848	24.090	25.685
QUIINDIO	1.705	1.697	10.778	13.746
RISARALDA	1.390	1.154	16.808	14.091
TOTAL	29.144	31.781	283.273	271.816

FUENTE: Tomado de Evaluaciones agropecuarias municipales. Oficina asesora de planeación y prospectiva – 2017 (Dinero, 2017)

Figura 1. Caracterización de las zonas de producción de Aguacate Hass al año 2017



Fuente: Asohofrucol (2018)

De manera que, dadas las bondades productivas de esta fruta, también se refleja y analiza en el artículo, la viabilidad de generar vínculos comerciales a nivel mundial como efecto de exportar Aguacate Hass Colombiano al continente Americano; el aguacate Hass ha tenido una buena recepción en el mercado estadounidense desde el año 2017 donde se empezó a exportar, y se ha evidenciado un incremento exitoso en el desarrollo de la industria agrícola del país logrando aperturar nuevos mercados para la incursión de los mismos.

La exportación del aguacate Hass es una forma de incrementar los ingresos y por lo tanto mejorar la economía del país, la meta es poder exportar este producto a varios países del mundo, como lo son Reino Unido, Países Bajos, Francia y Estados Unidos siendo este último el que ha presentado un incremento en la importación del Aguacate Hass. Esta apertura del mercado se ratificó al momento en que el actual presidente Juan Manuel Santos afirmó: “el aguacate es muy competitivo porque al igual que la caña, se puede producir todo el año. Siendo ello una ventaja para incrementar las exportaciones en el mundo” (Colprensa, 2017).

Por otro lado, actualmente México es el primer productor y exportador de Aguacate Hass a nivel global y que las cifras demuestran que del 2013 al 2017 el promedio de ventas de aguacate mexicano al mundo fue de 1.740 millones de dólares, con una Tasa Media de Crecimiento Anual (TMCA) de 15.2 por ciento (Economía, 2017), en Estados Unidos, así como en gran parte del mundo, se está generando un incremento en el consumo de Aguacate Hass debido principalmente por el aumento de la población hispana, considerando este tipo de aguacate como uno de sus productos tradicionales de consumo. Otro factor importante, es la tendencia al consumo de alimentos frescos y saludables, puesto que en esta nueva orientación las personas están más preocupadas por el cuidado de su salud. Es por esto, que el Aguacate Hass es atractivo por sus propiedades como son las vitaminas B,E y C. Por otro lado, la promoción que está teniendo este producto ha tomado mucha popularidad en el mercado, lo que permite aprovechar su posicionamiento para introducir ventas alrededor del mundo.

Así mismo, por los beneficios de consumo que contiene el Aguacate Hass es necesario promover la exportación desde Colombia hacia los diferentes países que importan este producto como son Estados Unidos, Reino Unido, Países Bajos y Francia. Debido a que México es el principal exportador de Aguacate Hass hacia Estados Unidos, se debe generar una campaña de expectativa que promuevan la necesidad y el consumo de la imagen del Aguacate Hass colombiano para así poder convertirnos en uno de los principales exportadores globalmente.

En Europa y en China se evidencia un incremento en el consumo de esta fruta considerable, pues, en el año 2016 Estados Unidos compró en el exterior cerca de US \$2.000 millones de la fruta, de los cuales el 90% fue producido por México. (Economía, 2017)

II. ESTADO DEL ARTE

Es importante, conocer cuál es el comportamiento del país al cual se va a incursionar. En tal caso, el objetivo principal es estudiar el mercado norteamericano y para ello, es importante indagar sobre la relación bilateral entre Estados Unidos y Colombia, esto en base a los acuerdos comerciales establecidos para internar este mercado.

Este contexto, se entiende como “comercio internacional, comercio exterior o comercio mundial, a todo el movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Pues, al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor su producto e ingresar a mercados extranjeros” (Román, 1998, pág. 11).

Cuando las empresas están muy interesadas en la internacionalización de los productos, tienden a mejorar cualquier economía con el objetivo de penetrar diferentes mercados y logran dar al país de origen un posicionamiento importante

frente a los otros. Es también importante recalcar que la internacionalización es posible gracias a los acuerdos o tratados que se firmen entre los países relacionados, teniendo en cuenta de que cada país trae consigo políticas internacionales que protegen la exportación.

Por otra parte, Adam Smith publicó en 1776 la teoría de la ventaja competitiva en donde menciona que el comercio internacional solo se regula con la oferta y demanda, que las mercancías producen en el país donde el coste de producción es más bajo y desde ahí se exporta al resto de países. Smith defendió el proceso de crecimiento y comercio internacional basado en la ventaja absoluta, ventaja que tienen los países que son capaces de producir un bien utilizando menos factores productivos que los demás.

Sin embargo, existe un modelo que parte de la teoría de David Ricardo publicado a inicios del siglo XIX sobre la ventaja comparativa, la cual es una evolución de la teoría de Adam Smith. Ricardo llega a la conclusión de que para la ventaja comparativa lo concluyente no son los costos de producción, sino los costos relativos, lo que supondría que un país obtendrá ventajas comerciales aunque sus costos de producción sean elevados, en vista de que el país debería especializarse en el tipo de producción que desea internacionalizar, y esto lo hará más competitivo.

Finalmente existe el modelo Heckscher-Ohlin, el cual parte de la teoría de David Ricardo, de manera que se afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes cuya producción es intensiva en el factor en el que el país es abundante (Aguirre, S.f). En tal caso, Colombia se enfrenta con grandes ventajas comparativas a otros países, puesto que cuenta con terrenos fértiles y procesos productivos de alta calidad para la producción y comercialización de este tipo de productos, existiendo así, la opción de explorar otros mercados, dada la diversidad de su clima para obtener altos niveles de producción que pueden ser ofertados para incrementar el volumen de ventas, diversificarse y conquistar nuevos mercados de talla internacional.

III. METODOLOGÍA

La metodología aplicada en este artículo es mixta, debido a que se tiene en cuenta el deseo de impulsar la exportación del Aguacate Hass producido en Colombia. Se pudo apreciar que gracias a las características y beneficios nutritivos que contiene el aguacate, tiende a ser muy demandado por los mercados internacionales con fines alimenticios, es así como se utiliza el enfoque cualitativo. En el enfoque cuantitativo se encontraron valores y números que explican la viabilidad de exportación y aceptación a los países destino, es por esto que se concluyó que el enfoque utilizado es el enfoque mixto.

Para realizar el análisis, se escogió principalmente como países seleccionados a Estados Unidos, Países Bajos, Francia y Reino Unido; no por su porcentaje de participación a nivel mundial en importaciones, sino por el nivel de crecimiento que

ha evidenciado las importaciones de Aguacate Hass en estos sectores, igualmente por los nuevos hábitos de consumo.

Escogidos estos países como fuente a estudiar, se procede a analizar su comportamiento económico con referencia a la importación de Aguacate Hass mediante una herramienta llamada Matriz de Preselección de Países (MPP); herramienta en la cual se definen los indicadores más acertados para analizar el comportamiento que se desea descubrir, seguido se procede a calificar cada indicador para los países seleccionados anteriormente, después se procede a insertar la información encontrada en la matriz y además a calificar los indicadores según la información obtenida. De esta forma, se tiene la capacidad de descubrir cuál es el país adecuado para impulsar la exportación del producto seleccionado.

Teniendo como resultado que el país seleccionado es Estados Unidos, Mike Pence, actual vicepresidente de Estados Unidos, destacó no solo el avance del acuerdo comercial si no que señaló la creación trabajos y grandes oportunidades en ambas naciones. Este visto bueno por parte de Estados Unidos es un proceso en el que el país ha trabajado desde hace más de 10 años y finalmente se logró la admisibilidad a este destino. (MinComercio, 2017).

IV. RESULTADOS

Para el consumidor estadounidense el aguacate se ha vuelto un producto apetecible en su cocina dado a la relación calidad y precio asequible. Hay tres países que concentran el 60% de las importaciones mundiales de aguacate; en 2016 Estados Unidos representó el 40%, seguido por Países Bajos y Francia con 13% y 8% respectivamente. (Procolombia, 2017)

Actualmente, según Amachan Cámara de comercio Colombo Americana, Colombia está en capacidad de producir Aguacate Hass durante la mayor parte del año, pero el pico de producción se da entre octubre y marzo, lo que favorece aún más el acceso al mercado del producto nacional frente a otros competidores nacionales como México.

Es por esto que Colombia está como uno de los principales proveedores mundial de aguacate, registrando 18.201 toneladas vendidas en 2016 y teniendo como principal

Arévalo, G, Millán, C y Cruz, A. (2018). Análisis de las posibilidades de comercialización del aguacate Hass colombiano al nivel mundial.

destino de exportación a Países Bajos (47.5%). Reino Unido (10%) y España (7.2%). Se calcula que para el 2017 el consumo de aguacate en Estados Unidos alcance los 45.4 millones de libras a la semana, y se espera que en 2019 llegue a 50 millones de libras. (Procolombia, 2017)

Gráfica 2. Consumo semanal de aguacates frescos en Estados Unidos

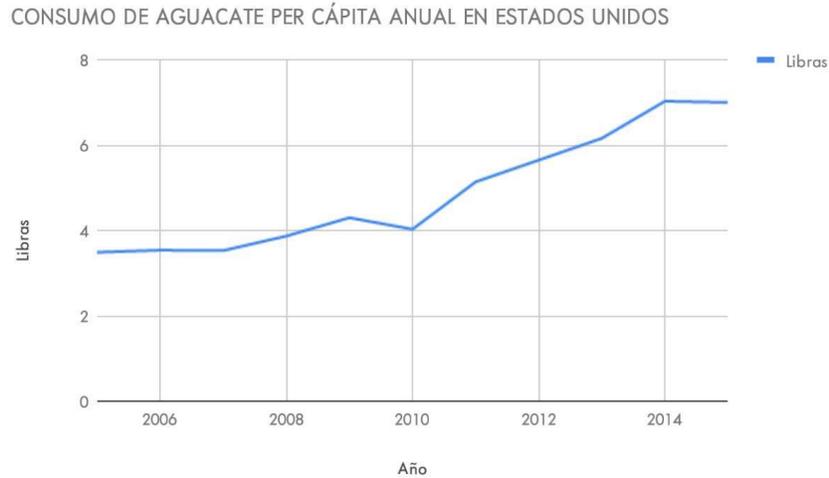


FUENTE: Tomado de STATISTA – 2017 (Procolombia, 2017)

El consumo per cápita de aguacate alcanzó siete libras en 2015, manteniendo una dinámica creciente durante los últimos diez años. El consumo de la fruta ha crecido alrededor del 7% en promedio cada año, convirtiéndose en el negocio de moda en el campo colombiano, hasta el punto de que está siendo usado como sombrero para los cafetales, quitándole así terreno al plátano. (Revista Dinero, 2018)

Gráfica 3. Consumo de Aguacate per cápita anual en Estados Unidos

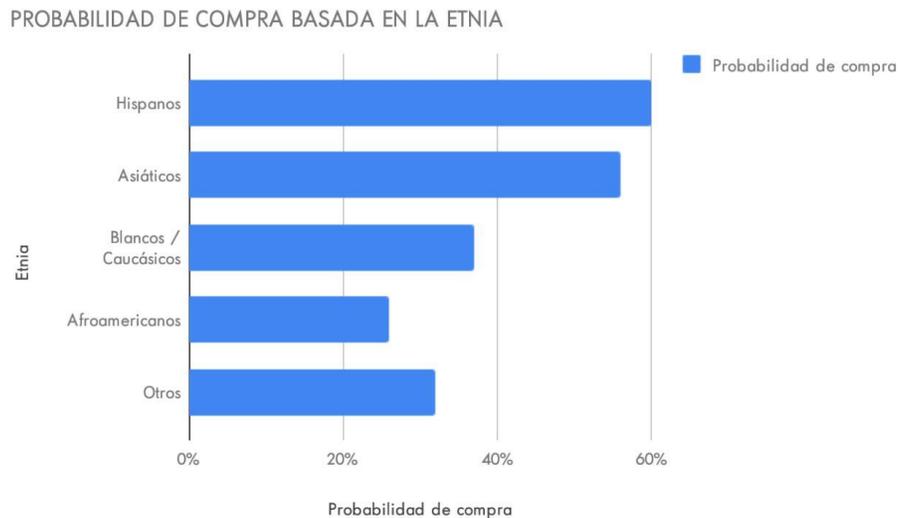
Arévalo, G, Millán, C y Cruz, A. (2018). Análisis de las posibilidades de comercialización del aguacate Hass colombiano al nivel mundial.



FUENTE: Tomado de STATISTA - 2017 (Procolombia, 2017)

De modo que, el consumo en Estados Unidos, medido por segmentos, muestra que el aguacate es la fruta entre la comunidad hispana con un 60% en la probabilidad de compra (ver gráfica 4).

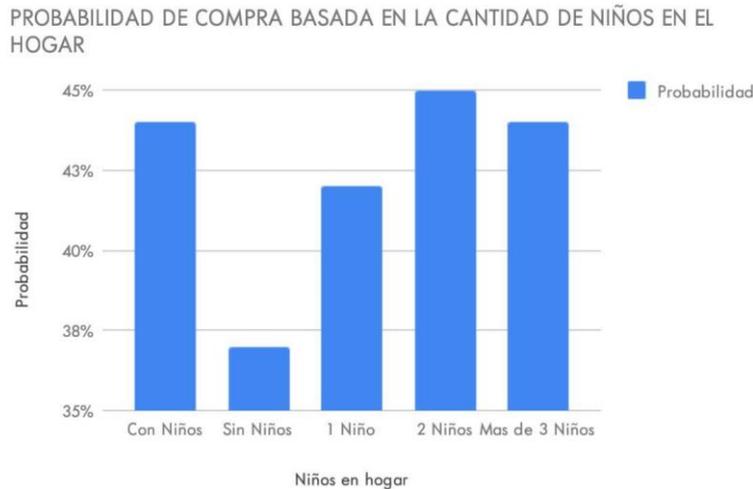
Gráfica 4. Probabilidad de compra basada en la etnia



FUENTE: Tomado de THE PACKER – 2017 (Procolombia, 2017)

Por otra parte, las familias con niños tienen un 44% de probabilidad de comprar aguacates, a diferencia de las familias sin niños, con 37%. De modo, que los consumidores con dos niños en casa son los más propensos a comprar la fruta, siendo ello, una gran oportunidad para focalizar el mercado a través del consumo de frutas vegetales en Estados Unidos, tal como se relacionan la demanda de este segmento de consumidores en el gráfico 5.

Gráfica 5. Probabilidad de compra basada en la cantidad de niños en el hogar

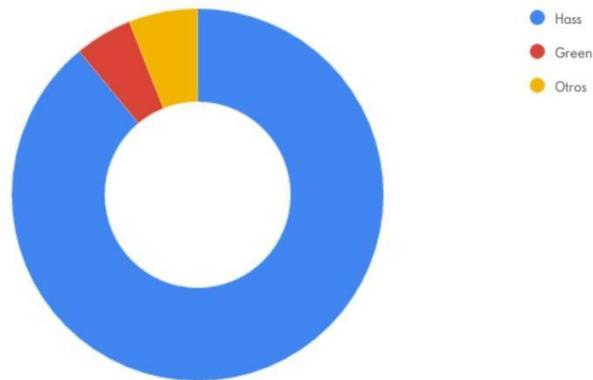


FUENTE: Tomado de THE PACKER – 2017 (Procolombia, 2017)

Además es importante resaltar, que el aguacate tipo Hass, lideró las ventas en 2015 con una participación del 89%, seguido por el tipo de Green con el 5%, los demás tipos ocuparon el 6% restante. Este incremento de las ventas ha permitido un gran posicionamiento y ampliar su porcentaje de participación de los mercados internacionales. Por lo tanto, las opciones de considerar las fortalezas a nivel productivo del aguacate para su exportación a Estados Unidos se constatan tras la evolución favorable de los datos y el aumento del consumo de este producto en los mercados internacionales, especialmente en Estados Unidos (ver gráfico 6)

Gráfica 6. Participación en las ventas de aguacate por tipo

PARTICIPACIÓN EN LAS VENTAS DE AGUACATE POR TIPO



FUENTE: Tomado de THE PACKER – 2017 (Procolombia, 2017)

IV. CONCLUSIONES

En tiempos de globalización, la comunicación intercultural se ha convertido en una herramienta básica para los negocios que se realizan entre personas de diferentes grupos culturales. La capacidad intercultural es la habilidad de comunicarse de forma óptima con personas de otras culturas, teniendo en cuenta las necesidades básicas para tener éxito: entendimiento del comportamiento de los otros, así como su forma de pensar.

Colombia es el tercer país productor de Aguacate Hass a nivel mundial, y dadas las condiciones productivas de sus tierras, puede seguir creciendo y posicionarse como el país más importante en exportación de Aguacate Hass, y esta es una de las mayores ventajas competitivas que posee contra países como México. Así mismo, se pronostica seguir aumentando las exportaciones a Estados Unidos y que en el año 2019 se llegue a los 50 millones de libras semanales.

Con este análisis, se identifica que Colombia tiene grandes ventajas para competir en el mercado internacional y se evidencia el gran potencial que tiene este producto. Además, la gran apuesta del país es mejorar las condiciones agrícolas para obtener un producto de mejor calidad, y así obtener reconocimiento dada a la demanda constante del mismo no solo a nivel nacional sino también en el mercado internacional.

El aguacate Hass es el “oro verde” que se debe potencializar en el territorio colombiano, lo cual no sólo beneficia la economía del país sino la calidad de vida de los pequeños y grandes productores que laboran desde la informalidad, de modo que se puedan oficializar sus emprendimientos y tener un contrato laboral para sus empleados, haciendo de este gremio agricultor, un producto competitivo en todos sus eslabones de la cadena de producción.

Arévalo, G, Millán, C y Cruz, A. (2018). Análisis de las posibilidades de comercialización del aguacate Hass colombiano al nivel mundial.

Bibliografía

- Analdex. (S.f). *Analdex*. Obtenido de <http://www.analdex.org/2018/03/21/el-aguacate-hass-se-volvio-el-cultivo-de-moda-en-el-pais/>
- Colprensa. (02 de 11 de 2017). *EL UNIVERSAL*. Obtenido de <http://m.eluniversal.com.co/colombia/desde-cartagena-salio-primer-cargamento-de-aguacate-hass-hacia-eeuu-265334>
- Dinero, R. (30 de 03 de 2017). *Dinero*. Obtenido de <https://www.dinero.com/edicion-impresa/informe-especial/articulo/aguacate-exportacion-y-mercado-en-colombia/243434>
- Economía, R. (02 de 11 de 2017). *EL ESPECTADOR*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/economia/salio-primer-exportacion-de-aguacate-hass-hacia-estados-unidos-articulo-721158>
- Expansión. (01 de 01 de 2018). *Expansión*. Obtenido de <https://expansion.mx/tendencias/2017/12/28/la-historia-del-aguacate-el-alimento-saludable-de-moda>
- PORTAFOLIO. (20 de 03 de 2018). *PORTAFOLIO*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/economia/el-aguacate-hass-se-volvio-el-cultivo-de-moda-en-el-pais-515410>
- Procolombia. (2017). *El Mercado del Aguacate en Estados Unidos 2017*. Obtenido de Procolombia: http://www.procolombia.co/sites/default/files/cartilla_aguacate_usa.pdf
- Roman, A. J. (1998). *Comercio Exterior Teoría y Práctica*. Madrid, España.
- Mincomercio industria y comercio. (13 de 08 de 2017). MINCOMERCIO INDUSTRIA Y COMERCIOS. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/publicaciones/38859/luz_verde_de_estados_unidos_al_aguacate_hass_colombiano_impulso_a_inversion_extranjera_y_empleo
- Dinero, R. (20 de Marzo de 2018). El aguacate hass se volvió el cultivo de moda en el país. *Revista Dinero*, 1.
- Agricultura, M. d. (30 de 03 de 2017). *Ministerio de agricultura y desarrollo rural*. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/noticias/Paginas/El-aguacate-Hass.aspx>