

ACTUALIDAD EN ASIA 2021-1



El mercado del aguacate Hass en Japón: Retos para los exportadores colombianos

The Hass Avocado Market in Japan: Challenges for Colombian Exporters



María Camila Guerra Correa
Universidad EAFIT
mguerra@eafit.edu.co

María del Mar Chacón Molina
Universidad EAFIT
mchacon3@eafit.edu.co

Santiago Jaramillo Jaramillo
Universidad EAFIT
santijara1@hotmail.ca

Resumen:

El presente artículo ilustra la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado japonés, cuáles son esos desafíos en los aspectos de producción y comercialización del fruto en Colombia, los retos en el desarrollo de un empaque innovador, que permita la preservación del aguacate Hass y por ende lograr una efectiva comercialización en los mercados internacionales, así como también en la realización de un seguimiento eficiente al cultivo con el fin de evitar la propagación de las plagas cuarentenarias, estrictamente reguladas por Japón, para evitar daños dentro de su territorio. Por último, la importancia del rol por parte de las instituciones gubernamentales y cooperativas de aguacateros de Colombia en brindar apoyo y capacitación a los productores para el óptimo cumplimiento de la oferta exportadora en el exterior y las oportunidades en nuevas plazas, como es el caso del mercado japonés.

Palabras clave

Aguacate Hass, protocolo de admisibilidad, exportadores colombianos de aguacate Hass, mercado japonés, Ministerio de Agricultura, silvicultura y pescadería de Japón, Instituto Colombiano Agropecuario.

Abstract:

This article illustrates the admissibility of the Colombian Hass avocado in the Japanese market: The challenges of the fruit at the production and commercialization level in Colombia, the challenges in developing an innovative packaging that allows preserving the Hass avocado and, therefore, achieving effective commercialization in international markets, as well as the challenges in carrying out efficient monitoring of the crop in order to avoid the spread of quarantine pests, strictly regulated by Japan, to avoid damage within its territory. Finally, it also demonstrates the importance of the role of government institutions and avocado cooperatives in Colombia in providing support and training to producers for the optimal fulfillment of exports and opportunities in new markets, such as the Japanese market.

Keywords:

Hass avocado; Admissibility protocol; Colombian Hass avocado exporters; Japanese market; Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries of Japan; Colombian Agricultural Institute.

Introducción

En los últimos años dentro del mercado internacional de productos agrícolas se ha venido observando un importante interés alrededor de productos de gran valor agregado lo que genera una oportunidad importante para diversificar la oferta exportadora de Colombia, en particular el cacao y el aguacate. En el caso de este último se ha visto una considerable expansión de la variedad Hass por su tamaño pequeño, tiempo de maduración y cualidades, considerándolo como un superalimento por sus diversos atributos nutritivos y sensoriales, especialmente los relacionados con el alto contenido de aceite, así como la presencia de vitaminas A, B1, B2, B6, C, D, E, K, ácido fólico y biotina.

A partir de estas consideraciones, desde el semillero de estudios sobre Asia Pacífico de la Universidad EAFIT, se buscó llevar a cabo un proyecto de investigación centrado en determinar el potencial del aguacate Hass, principalmente en los mercados de Corea del Sur y de Japón, así como también del potencial del cacao dentro de los mismos mercados; este primero liderado por Valentina Peláez y Diego Núñez, el cual ha sido presentado en diferentes ferias y encuentros de semilleros, tales como la feria de semilleros de la universidad en el 2019 y en el encuentro regional de Semilleros en Valledupar durante el mismo año.

No obstante, a partir de la aprobación del protocolo de admisibilidad del aguacate Hass colombiano en Japón en el mes de julio del año 2019, surge la iniciativa de la creación de un subproyecto para avanzar en este aspecto.

El presente artículo tiene como objetivo asegurar el cumplimiento de la normatividad para garantizar continuidad en las exportaciones de aguacate Hass hacia Japón. Adicionalmente procura identificar la evolución de AH colombiano en Colombia y el desempeño en los principales mercados de exportación. Por otro lado, describir las medidas necesarias para preservar el acceso al mercado japonés tanto en el papel de productor individual como en el plano de país. Por último, formular posibles soluciones que faciliten no solo

el cumplimiento de estándares pactados dentro del protocolo, sino también soluciones que aporten valor agregado al producto.



Contexto del aguacate Hass colombiano en Japón

La admisibilidad del aguacate Hass colombiano en el mercado japonés marca un periodo de gran importancia para la consolidación de Colombia en la economía global, como productor y comercializador del fruto. Existen diferentes motivos que hacen de este caso uno especialmente importante de analizar.

En primer lugar, desde una perspectiva nacional, refiriéndose a una economía en constante cambio y progreso, que pasó de una época proteccionista, en la década de los ochenta, en donde existía la capacidad de sustituir las importaciones por productos locales; hacia un cambio institucional de las reformas económicas de mercado y su apertura en los años noventa, generando alianzas estratégicas con mercados internacionales.

En segundo lugar, la firma del tratado de paz con las FARC generó un impacto de crecimiento económico en el país y un efecto positivo dentro de la sociedad, especialmente en aquellas zonas afectadas y aisladas por el conflicto armado. La estrategia de desarrollo rural con la erradicación de los cultivos ilícitos por productos tales como el cacao y el aguacate, han brindado esperanza y una alternativa para mejorar las condiciones de vida en los territorios del postconflicto, logrando así la participación en una economía legal. Adicionalmente, impulsó la atracción de inversión extranjera directa y el apoyo en el desarrollo de talleres educativos y asistencia técnica en proyectos productivos.

Por último, la coyuntura de una crisis sanitaria a causa de una pandemia mundial ha hecho que los países cambien su estrategia económica y social para proteger y mantener sus economías. En el caso colombiano, durante la época de pandemia y aprovechando la admisibilidad de este fruto hacia el mercado japonés, hubo continuidad del compromiso y el trabajo para satisfacer la demanda japonesa.

Colombia se ha caracterizado por su visión internacional y la búsqueda de consolidación de tratados comerciales internacionales que impulsen los productos y servicios nacionales, en la búsqueda de competir y penetrar nuevos mercados. Por otro lado, desde una perspectiva internacional, se puede observar el desarrollo en infraestructura, tecnología y capacidad de gestión de otros países para convertirse hoy en grandes comercializadores de aguacate Hass en el mundo. México se posiciona como el primer exportador en la actualidad, esto lo legitima como un caso de referencia para el desarrollo de esta investigación.

El presente estudio de caso se elaborará con la información obtenida por fuentes primarias y secundarias disponibles hasta la fecha. Entre las fuentes primarias están las entrevistas realizadas a los gerentes o representantes de las compañías productoras de aguacate Hass en Colombia, y que hayan sido protagonistas de las primeras exportaciones de este producto hacia el país nipón, con el fin de obtener información sobre la experiencia del ingreso a este nuevo mercado y aquellas regulaciones fitosanitarias que deben mantenerse para preservar el acceso.

Las fuentes secundarias se componen de diferentes artículos e informes académicos conjuntamente realizados en el campo de los negocios internacionales y del comercio exterior, así como también el análisis del protocolo de acceso del aguacate Hass colombiano al mercado japonés, elaborado por el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) y El Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pescadería de Japón (MAFF), contribuyendo así en la elaboración del caso y sus notas pedagógicas.

Los principales productores de aguacate Hass en el mundo se encuentran en Centroamérica y Suramérica, poniendo a nuestros vecinos como principales competidores. Por un lado, llevan una larga trayectoria exportando el fruto hacia los mercados internacionales. Además, como es el caso de México, Perú y Chile que mantienen un acuerdo de integración económica con el país nipón, los pone en una posición de mayor favorabilidad en comparación con el caso de Colombia. Sin embargo, este país a pesar de no contar con un acuerdo de integración económica con Japón, se firmó, después arduas negociaciones, el protocolo de admisibilidad de la exportación de aguacate Hass colombiano a Japón, liderado por el Instituto Colombiano Agropecuario y el Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón.

El día 13 de noviembre de 2019 se llevó a cabo la reunión de cierre del protocolo con la que se reiteró la apertura oficial del mercado de Japón a las exportaciones de aguacate Hass procedentes de Colombia. Esta nueva apertura representa una oportunidad, a la vez que un gran reto para los productores de aguacate Hass en Colombia y para el cumplimiento de los compromisos firmados dentro del protocolo. La participación por parte del ICA es clave en el apoyo, seguimiento y monitoreo que se debe realizar durante el proceso de cultivo, control de plagas y empaque del fruto para finalmente ser exportado a Japón.

Actualmente Japón es la tercera economía más grande del mundo y es el quinto importador mundial de diversos productos, como es el caso de los aceites crudos de petróleo y distintos minerales, según datos de la Organización Mundial del Comercio. Al final de la Segunda Guerra Mundial, la economía de Japón se había deteriorado. No obstante, luego de iniciado el periodo de reconstrucción del país, Japón emprendió un proceso de crecimiento económico hasta llegar a principios de la década de 1970 a la cumbre del crecimiento. Este suceso de un alto nivel de desarrollo se le conoce en la literatura como “el milagro económico de Japón”.

Hoy en día a pesar de su lento crecimiento económico, en los últimos veinte años es una de las grandes potencias de la economía mundial. A lo largo del tiempo el consumidor japonés ha ido también evolucionando, convirtiéndose en uno de los mercados más exigentes del mundo en términos de protección fitosanitario del país y la conciencia del consumismo. Japón cuenta con un mercado de alto poder adquisitivo, maduro y con mucha competencia internacional. El consumidor japonés también tiene un alto valor de compra; son bastante exigentes en términos de calidad y posee una alta confianza en las empresas japonesas que les proveen productos y servicios, ya sean a nivel local o importados. En cuanto a la producción agropecuaria, el mercado japonés no satisface la demanda interna por completo, por lo que requiere la importación de frutas y vegetales en grandes proporciones.

Una de las muchas características y de las últimas tendencias del consumidor japonés es en términos de bienestar y cuidado, dado que el público quiere cada vez más productos vinculados con la salud, con menor contenido de grasas y orientados a la prevención de enfermedades; por otro lado, la importancia de la apariencia, el hecho de que la mayor parte de las compras en Japón no sean planificadas lleva a que los canales de distribución japoneses dediquen grandes esfuerzos a la presentación de sus productos.

La apariencia de los alimentos es un elemento clave en la decisión de compra. Los productos frescos son también exigidos por los consumidores, por lo que los supermercados reponen hasta cuatros veces al día su surtido de alimentos en función de los momentos de consumo diario. La conveniencia y la comida lista para comer es un área de fuerte crecimiento en Japón, que llega a representar el 20% de la venta de alimentos en algunos de los distribuidores más relevantes. Los supermercados dedican grandes espacios para la venta de bentos (bandejas de comidas preparadas listas para el consumo), congelados, refrigerados y frescos a temperatura ambiente que tienen especial éxito entre los jóvenes de 20 a 30 años que viven solos y no cocinan, y para los trabajadores de la ciudad, que no suelen contar con el tiempo para cocinar, entre otras tendencias del consumidor japonés.

El aguacate es un fruto que se cultiva predominantemente en América Central y Suramérica, ingresa al mercado japonés desde los años ochenta proveniente de México. El consumo mundial del aguacate Hass crece alrededor del 3% en el mundo (ProColombia 2019), lo que refleja una ventana de oportunidades para nuevos jugadores como Colombia en el mercado internacional. Este impresionante crecimiento se debe, principalmente, a la actual tendencia al cuidado de la salud y el bienestar por parte de los consumidores japoneses, quienes, cada vez más, muestran preocupación por el impacto que tienen los alimentos en su salud y belleza. El aguacate es tendencia en Japón y goza de gran popularidad entre las mujeres jóvenes. El mercado de aguacate fresco en Japón depende únicamente de la importación. La producción local de este fruto es insignificante en comparación a los grandes volúmenes de importación.

Los principales destinos de las ventas de aguacate Hass de Colombia van dirigidas principalmente a Países Bajos, Reino Unido, España, Bélgica, Estados Unidos, Arabia Saudita, Francia, entre otros. Sin embargo, tras años de largas negociaciones para firmar y poner en vigencia el protocolo fitosanitario para la admisibilidad del aguacate Hass colombiano en Japón, finalmente en el año 2019 se dio la primera exportación de este producto colombiano hacia el país de Nipón. El 15 de noviembre de 2019, se despacharon del puerto de Buenaventura, Valle del Cauca 18,3 toneladas del producto hacia el puerto de Yokohama (Japón), "Estas toneladas exportadas a Japón suman a las 34.135 toneladas exportadas a 17 países durante 2019" recalco el Ministro de Agricultura, Andrés Valencia (RCN radio 2019).

El país asiático es un mercado que ha importado de esta fruta alrededor de 211,5 millones USD en los últimos años y tiene como proveedor principal México; sin embargo, Chile, Perú, Estados Unidos y Nueva Zelanda son también importantes proveedores de aguacate Hass hacia Japón. En términos generales, el volumen de importación de aguacate ha ido en aumento, reflejando un mayor consumo en Japón.

La mayoría de los aguacates se importan por vía marítima, principalmente por los puertos de Tokio y Yokohama. Alrededor del 70% de las frutas, y hortalizas frescas ingresan por Tokio, Kobe, Yokohama, Kawasaki y Osaka. Japón se basa en el transporte marítimo para mover la mayoría de los bienes esenciales destinados a la vida cotidiana de sus habitantes. El 99,7% de todos los bienes involucrados en el comercio exterior pasa a través de los puertos de Japón.

Tabla 1. Principales proveedores de aguacate Hass hacia Japón. (Toneladas anuales)

País	2017	2018	2019	2020
México	56,12	65,46	70,78	68,51
Perú	3,37	5,17	4,48	8,36
Estados Unidos	540	2,85	849	2,47
Colombia	0	0	18	213
Chile	118	99	593	0
Nueva Zelanda	490	504	18	0

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de TradeMap (2021)

Tabla 2. Principales productores de aguacate Hass en el mundo. (Toneladas anuales)

País	2017	2018	2019	2020
México	897,8	1,091,936	1,152,977	1,158,8
Perú	247,4	359,4	312,1	410,7
Chile	193,3	144,4	157,0	105,9
Estados Unidos	50,9	68,5	59,4	67,0
Sudáfrica	43,5	89,3	47,9	47,3
República Dominicana	35,4	36,1	45,0	48,5
Colombia	28,5	30,0	44,6	77,1

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de TradeMap (2021)

El principal productor de aguacate Hass en el mundo es México y es también el líder mundial de las exportaciones del fruto hacia Japón. No obstante, Colombia se ha ido posicionando poco a poco dentro del mercado mundial con ventajas competitivas que diferencian el fruto con el de nuestros principales competidores vecinos. Sin embargo, teniendo en cuenta las diferentes zonas de producción, altitudes y variedades que dispone Colombia, representa entonces una ventaja competitiva que le permite producir aguacate de calidad durante todo el año, pero la variedad Hass se produce principalmente entre los meses de octubre y marzo, lo que coincide con las épocas de producción en México. A pesar de la alta competencia regional y a los esfuerzos de las instituciones locales, Colombia logró posicionarse en el ranking mundial de 2019 entre los cinco primeros países productores de aguacate Hass y el tercero en términos de área cosechada, alcanzando una participación del 6% del área mundial de este producto. En Colombia se producen alrededor de 148,43 toneladas de aguacate Hass, en las que participan alrededor de 13.000 productores. Según datos del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, los departamentos de Tolima, Antioquia, Caldas, Santander, Bolívar, Cesar, Valle del Cauca y Quindío tienen una participación de 86% del total del área sembrada de aguacate Hass en el país.

Luego de que el 31 de julio de 2019 se obtuviera la admisibilidad fitosanitaria del aguacate Hass colombiano hacia Japón, se realizó finalmente la primera exportación el 7 de noviembre de 2019. Las zonas productoras fueron el Eje Cafetero y Valle del Cauca por parte de la empresa Cartama, líder en producción y exportación de aguacate Hass en Colombia, acompañada por ProColombia.

El compromiso para que la fruta llegara en buenas condiciones se dio, según resaltó la empresa Cartama, gracias al estricto protocolo, en donde exigían la aplicación de sustancias para prevenir enfermedades, filtros ab-

sorbedores de Etileno (gas natural de la maduración) en diferentes partes del contenedor, atmósfera modificada, mantenimiento a bajas temperaturas y cosechar la fruta con el adecuado porcentaje de materia seca (índice de madurez). Para este primer cargamento y debido a los grandes retos que implica el transporte de un fruto tan delicado hacia un país lejano y altamente exigente en sus protocolos fitosanitarios, la empresa Cartama implementó un proceso específico de cultivo y post cosecha, pues según las especificaciones del protocolo de admisibilidad a Japón, el aguacate Hass no puede tener presencia de químicos y/o sustancias como el Prochloraz, utilizado comúnmente para la preservación de este tipo de alimento.

Cartama contó también con el apoyo de Smurfit Kappa Colombia, firma que les brindó el conocimiento para el desarrollo de una solución de empaque innovadora que cumplió con las altas expectativas de desempeño y transmitió adecuadamente el mensaje de frescura y materiales de empaque sostenibles que son valorados por mercados como el japonés. Es importante resaltar que el empaque es 100% reciclable, biodegradable, proveniente de material renovable.

A pesar de la recesión económica mundial causada por la pandemia de la covid-19, el 24 de abril del 2020 partió rumbo a Japón un contenedor de aguacate Hass cultivado en el departamento de Risaralda. Motivo por el cual la embajada de Japón en Colombia se pronunció, resaltando los esfuerzos realizados y el gran trabajo en conjunto por parte de uno de los grandes conglomerados japoneses radicados en Colombia, Mitsui & Co. (Colombia) Ltda y Cartama, considerada como una de las empresas colombianas con mayor trayectoria comercializando el aguacate Hass en mercados internacionales. Una noticia motivadora para Colombia, ya que, a pesar de la coyuntura internacional el país continuó con el cumplimiento de su agenda exportadora.

Por otro lado, la empresa Westfalia Fruit Colombia (WFC) inició sus operaciones en el país en el año 2012. Su actividad principal está enfocada en la producción, empaque y venta de aguacate Hass para exportación, WFC es considerada como una de las empresas líderes del país. En el año 2019, la empresa inauguró su planta en Sonsón, Antioquia, lo que hoy en día es la instalación de clasificación y empaque más grande y avanzada de Colombia, y con ella Westfalia Fruit proyecta triplicar su capacidad instalada, lo que la impulsa también a abrirse paso hacia el mercado japonés. En enero de 2020 se exportaron 16 toneladas de aguacate Hass colombiano de Westfalia Fruit Colombia desde el puerto de Buenaventura y a principios de febrero llegaron a Yokohama Japón después de cumplir con los estrictos requisitos de control de plagas. WFC logró con éxito satisfacer la demanda de monitoreo y vigilancia intensivos de la fruta de alta calidad durante el proceso. Es importante resaltar el acompañamiento del Instituto Colombiano Agropecuario, que también colaboró en el monitoreo de los procesos en planta y cultivos, desde la primera visita del gobierno japonés a los huertos de la compañía hasta el embalaje y envío de las frutas.

Según Jorge Restrepo, director ejecutivo de Corpohass, cooperativa líder de productores y exportadores de aguacate Hass en Colombia, existen diferentes retos no solamente para los exportadores sino también para los pequeños, medianos y grandes productores del fruto y las instituciones como el ICA, que deben estar presentes en cada uno de los procesos. El principal reto es el monitoreo del cultivo y de las zonas buffer, aunque aclara que Japón no exige el monitoreo de estas zonas, solamente el control de su propio cultivo. Sin embargo, son exigentes en cuanto al control de las plagas cuarentenarias, las cuales son nocivas y dañinas para el fruto y el cultivo en general. Resalta también la importancia de que todos los productores grandes y pequeños entiendan la necesidad de mantener una homogeneidad en el seguimiento que se realiza al cultivo, para garantizar un control más eficiente,

ya que todos buscan un mismo objetivo: el cumplimiento de una oferta exportadora y garantizar una calidad en los mercados internacionales.

Corpohass destaca que la ventaja competitiva de Colombia en comparación con otros países productores como México, es el clima y las diferentes altitudes a las que Colombia logra producir la variedad Hass, el 70% de la producción de este fruto se encuentra en las zonas de altitudes entre los 1.500 y 2.600 m. s. n. m. Al igual que México, Colombia produce aguacates todo el año, pero en Colombia se puede encontrar en una misma planta frutos en diferentes etapas de maduración. En cuanto a calidad y sabor, el aguacate Hass colombiano y el aguacate Hass mexicano tienen grandes similitudes.

Por otro lado, Restrepo destaca el fuerte compromiso por parte del ICA en la organización de diferentes eventos y mesas fitosanitarias con el fin de instruir, guiar y brindar acompañamiento a los productores en su proceso de exportación del fruto hacia los mercados internacionales y lograr que se habiliten más predios y más hectáreas a través del uso de la diplomacia sanitaria. Ahora bien, Jorge Restrepo resalta una problemática institucional: un cultivo habilitado no significa que sea un cultivo apto para la exportación, para ello se necesita el registro por parte del ICA. Colombia cuenta con un alto número de cultivos habilitados, pero, no todos se encuentran avalados por la institución, lo que impide la exportación del fruto y pérdidas significativas para los productores.

Corpohass enfatiza que, a pesar de la emergencia sanitaria mundial ocasionada por la covid-19, la situación no ha sido un impedimento para el cumplimiento de los compromisos ya pactados de envío de contenedores hacia Japón y otros mercados internacionales. La emergencia sanitaria más que un desafío ha sido un periodo de nuevas oportunidades comerciales para el aguacate Hass colombiano.

Es importante mencionar el punto de vista de los importadores de aguacate Hass. Mitsui & Co, es uno de los conglomerados japoneses más grandes del mundo, dedican su actividad a la comercialización de diferentes productos entre ellos el aguacate Hass. Mitsui, fue una de las primeras empresas japonesas en abrir oficina en Colombia, con una trayectoria histórica de 64 años operando en el país. Mitsui & Co. (Colombia) Ltda, menciona la experiencia que tiene nuestro país en la exportación de este fruto especialmente hacia los mercados europeos, aun así, reconoce que el desconocimiento acerca de Japón y de los mercados asiáticos en general, al igual que la barrera idiomática y la localización geográfica hace que estos mercados sean menos atractivos ante los ojos de los productores y exportadores colombianos. A pesar de esto, el conglomerado japonés mantiene su posición de seguir contribuyendo al fortalecimiento del comercio y de las relaciones bilaterales entre Colombia y Japón, y en la transferencia de conocimiento y tecnología con el fin de atraer más productores y exportadores interesados en abrir mercado en Japón.

Mitsui tiene como objetivo dar a conocer la calidad y beneficios del aguacate Hass colombiano dentro del mercado japonés, también de que los japoneses se interesen por consumir este fruto. No obstante, reconoce y resalta la falta de entendimiento por parte de los productores colombianos acerca del comportamiento del precio en el mercado nipón, ya que ellos reconocen que la principal ventaja competitiva que tiene Colombia en comparación con otros países latinoamericanos y centroamericanos productores de la variedad Hass se encuentra en el precio, es importante que Colombia entienda el compartimiento y la volatilidad de los precios en Japón desde que sale el contenedor desde el puerto de Buenaventura hasta que llega a su destino en los principales puertos de ingreso en Japón. Durante la pandemia, los precios alcanzaron un pico máximo entre los meses de abril y junio, debido a la cuarentena obligatoria los japoneses aumentaron su consumo en casa, ya que

el aguacate es considerado como un alimento rico en vitaminas y una opción saludable para aumentar las defensas; sin embargo, los precios decayeron para el verano del 2020.

Por último, Mitsui reconoce la dificultad de la exportación de productos frescos hacia un mercado tan lejano, por lo que se espera lograr el desarrollo de nuevas tecnologías que permitan la comercialización de un producto final congelado. Japón se encuentra en una etapa de inversión, por ese motivo sería interesante que los productores colombianos realizaran un esfuerzo para la atracción de este tipo de inversión, con el objetivo de mostrar al mercado japonés la calidad de los frutos frescos colombianos, especialmente el del aguacate Hass.

Certificación e inspección de los sitios autorizados para exportar

Este proceso exige una concienzuda preparación, puesto que la inspección debe hacerse previo al comienzo de operaciones o al comienzo de la temporada exportadora del productor. Aunque esta inspección y certificación recae principalmente en el ICA, al comienzo de esta temporada el MAFF enviará a su propio inspector, el cual visitará las instalaciones y revisará los primeros embarques de frutas de la temporada en coordinación con el ICA (ICA, 2019).

Uno de los principales procesos bajo escrutinio en los sitios autorizados para exportar es el área de empaquetado, debe contar con iluminación y mesas de inspección; además, ser capaz de prevenir la entrada de pestes cuarentenarias en los lotes a empacar. Por último, se debe garantizar que los frutos cosechados sean trasladados a las zonas de empaque dentro de las tres horas posteriores a su recolección y estos deben ser empaquetados en cajas nuevas. De igual manera, los muelles de carga deben estar dotados de un sistema hermético o un sistema de doble puerta.

TABLA 3. Plantas empacadoras autorizadas por el ICA para el embalaje del aguacate Hass colombiano.

Nombre de la planta empacadora	Código de registro en ICA	Departamento	Municipio
Asociación de productores de Aguacate Hass Colombia SAT-HASS COLOMBIA	EMP050003	Antioquia	El retiro
Westfalia Fruit Colombia S.A.S	EMP050004	Antioquia	Guarne
Hass Diamond Company S.A.S	EMP660001	Risaralda	Dosquebradas
Avofruit S.A.S.	EMP660010	Risaralda	Pereira
Pacific Fruits International S.A.S.	EMP760007	Valle del Cauca	Palmira
King Fruits Company S.A.S.	EMP760030	Valle del Cauca	Yumbo
Frutales Las Lajas S.A.	EMP760001	Valle del Cauca	Zarzal

Fuente: Instituto Colombiano Agropecuario (2019)

Prevención de la contaminación de los embarques con pestes cuarentenarias

Esta es una de las partes más enfáticas del documento, su propósito es prevenir la entrada de ciertas pestes hacia Japón, además del ingreso de alimentos dañados al mercado. El documento del ICA hace especial énfasis

en la mosca de la fruta y en la especie *Ceratitis capitata*. Esta mosca es particularmente dañina ya que pudre el fruto cuando la hembra lo utiliza como una especie de incubadora para sus huevos y sus generaciones pueden afectar sucesivamente el cultivo a través del año (Agrológica, s. f.).

El documento también señala "otras plagas reguladas por el MAFF": siete especies de plagas que de ser encontradas en un embarque pueden dar base legal para que el MAFF y el ICA apliquen las medidas indicadas en el documento (MAFF, 2013).

Estas son las plagas:

- Escamas armadas (*Abgrallaspis perseae* y *aguacatae*).
- Insecto manchador de fruta (*Amblypelta nitida*).
- Arrollador de hojas (*Amorbia emigratella*).
- Gusano meridional (*Spodoptera eridania*).
- Polilla barrenadora (*Stenomoma catenifer*).
- Saltamontes variegado (*Zonocerus variegatus*).

Estas plagas dejan daños visibles en el fruto y el árbol, y en algunos casos no solo pueden poner en riesgo el potencial exportador del sitio, sino también la propia supervivencia del cultivo.

Prevención de la inclusión de frutas no certificadas o no aptas para la exportación

En aras de mantener la trazabilidad de las frutas exportadas, el protocolo establece que solo las frutas del lugar certificado de producción pueden estar en los embarques a exportar. Estas restricciones también están en contra de incluir en los embarques frutas caídas del árbol, aquellas que se encuentren en su etapa de maduración, que provengan de otros lugares certificados o no certificados, frutas que no pudieron ser incluidas antes de tres horas de la cosecha y otras variedades (ICA 2019). Además, estas deben estar en cajas o bandejas marcadas con el código del lugar certificado de producción, para facilitar su rastreo y deben incluir hora y fecha del inicio de la cosecha al igual que la hora y fecha del traslado a las cajas de empaque.

Medidas aplicables para infracciones al protocolo

El documento establece que el ICA tiene que seleccionar aproximadamente 5% de las cajas de cada embarque para inspección visual de las frutas. Según el número de cajas el documento especifica un número de frutas que deben ser cortadas para ser inspeccionadas internamente (ICA 2019). Estas inspecciones buscan prevenir la contaminación del embarque con frutas no aptas o con la mosca de la fruta. Las medidas varían según los hallazgos de la inspección.

En el caso de moscas de la fruta las inspecciones de los lotes se suspenderán hasta que se determine si las moscas son *Ceratitis capitata* o no. En el primer caso se suspenderán inspecciones y emisiones de certificado a todas las frutas destinadas hacia Japón, hasta que haya un acuerdo sobre las medidas a tomar entre el MAFF y el ICA. En el segundo caso solo el lote comprometido no podrá ser enviado.

Si se determina que es alguna otra de las plagas se hará un informe de viabilidad acorde al tipo y etapa de la plaga en cuestión; sin embargo, si la plaga está viva el lote comprometido no puede enviarse. En el caso de frutas no aptas, simplemente se suspende al sitio certificado y se procede a realizar las pertinentes investigaciones y encontrar las razones detrás de la presencia de las frutas no aptas.



Consumo de aguacate Hass en Japón

Las tradiciones y los valores de la cultura japonesa se ven altamente reflejados en sus alimentos, donde el sabor natural de los ingredientes y su frescura caracterizan la gastronomía como una de las más prestigiosas del mundo. Es así como el aguacate toma fuerza y empieza a marcar una tendencia en los platos japoneses por sus altos atributos nutritivos.

En el país nipón el aguacate es percibido como una verdura y es muy común verlo en entradas, ensaladas y platos principales. Cuando se presenta como entradas se sirve en rebanadas acompañadas de salsa de soya y *Wasabi* (山葵). En platos principales es común verlos en los *Sashimis* (刺身) acompañando mariscos o pescados crudos.

Asimismo, el aguacate presenta un mayor consumo en las zonas urbanas donde su accesibilidad es más alta. Se encuentran en supermercados, hipermercados y tiendas de frutas exclusivas, los principales impulsores de este producto son los jóvenes, puesto que tienen más información sobre los beneficios que el aguacate proporciona a su salud.

En los supermercados, hipermercados y tiendas exclusivas es recurrente ver el aguacate importado en presentaciones individuales por fruto, localizados en canastas sueltas donde los compradores pueden escoger el fruto que más les agrada. La mayoría tienen etiquetas que indican el país de origen, la variedad y en algunos casos el nombre de la empresa productora. Los aguacates de categoría premium se diferencian, porque los frutos están envueltos en fundas protectoras de polietileno para proteger el exterior y portan una etiqueta diferente que indica los puntos de madurez del fruto.

Los productores locales de alimentos deben contar con un certificado sanitario emitido por el Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar de Japón, indicando que los frutos no hayan sido producidos en zonas afectadas por contaminación nuclear o provenientes de aquellas que se encuentren meramente cercanas. Estas medidas tomadas por el país nipón trazan la preocupación que viven los japoneses a la posibilidad de consumir alimentos contaminados con trazas de material radioactivo, tanto a un nivel factual como de percepción del público, y que bien se puede atribuir a la exposición que ha tenido el país a este tipo de sustancias.

Precios

El aguacate se vende por unidad y en algunos casos en pequeñas mallas compuesta por 5 o 6 unidades, donde el precio de la malla se calcula sumando los valores unitarios de cada fruto y no por kilogramo, como comúnmente se conoce en los países latinoamericanos. Una unidad de aguacate fresco

puede costar entre 1 USD y 3 USD. Los precios varían según la variedad del aguacate y su calidad. La variedad Hass mexicana es considerada un producto *premium* y por tanto es común encontrarlo con los precios más altos y en las tiendas de frutas especializadas, o también a través de las fuentes *e-commerce* (ProChile, 2018).

Canales de distribución

La distribución de los productos agrícolas en Japón se realiza a través de grandes compañías importadoras conocidas como empresas *trading*, en su mayoría, empresas productoras locales o importadoras especializadas. Estas se encargan de comercializar los productos agrícolas con los intermediarios mayoristas o minoristas antes de que lleguen a su consumidor final. Los supermercados, por ejemplo, son intermediarios mayoristas que representan alrededor de 80% de la venta de alimentos del país y están localizados principalmente en las grandes ciudades o zonas residenciales; los principales actores son Aeon Retail y Ito-Yocado (ProChile, 2016).

Fresh Del Monte y Dole son los principales importadores de aguacate en el país nipón e importan directamente de sus socios comerciales en diferentes países del mundo, usualmente los aguacates llegan a Japón vía marítima (Prochile, 2018).

Por otro lado, las tiendas de conveniencia son más accesibles y es común encontrarlas en trayectos pequeños del trabajo a sus casas. Así como las tiendas especializadas en frutas y verduras. Por último, la venta *e-commerce*, por televisión, catálogos o páginas web es muy frecuente en el país.

El aguacate Hass mexicano

La principal ventaja comparativa que representa la producción de aguacates Hass en México con relación a sus competidores mundiales se encuentra relacionada con los tiempos de cosecha y los pisos térmicos. México produce aguacate Hass en altitudes entre 2.000 y 2.600 metros sobre el nivel del mar en los estados Michoacán, Jalisco y Nayarit, permitiendo así una producción durante todo el año. Por otro lado, la producción en Colombia se encuentra sujeta a la altitud y el clima donde se encuentre el cultivo. En los climas cálidos se producen “cosechas tempranas” durante los meses de octubre y enero, mientras que las “cosechas tardías” se producen en climas fríos entre diciembre y mayo. No obstante, los tiempos de cosechas tempranas y tardías varían dependiendo del departamento donde se ubique el cultivo, generando una ausencia de producción en los meses de junio y agosto.

Tabla 3. Principales Municipios productores de aguacate Hass en Colombia

Zonas	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Oriente - Antioquia												
Norte - Tolima												
Eje Cafetero												
Suroeste												
Popayán												
Norte del Valle												

Fuente: ProColombia (2019)

Otra ventaja competitiva que representa México con relación a sus competidores son las hectáreas cultivadas; Michoacán cuenta con 150.000 hectáreas de aguacate Hass, Jalisco con 20.000 y Nayarit con 5.000. Colombia por su parte, presenta un cultivo de 62.000 hectáreas en los departamentos de Antioquia, Bolívar, Caldas, Cesar, Quindío, Santander, Risaralda, Tolima y Valle del Cauca. Además de 11.000 localizadas en otros municipios, sumando un total de 73.000 hectáreas cultivadas de aguacate Hass.

De acuerdo con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Colombia, el país representa una ventaja significativa: alrededor del 73% del área sembrada en el país se encuentra en edad productiva y el restante en etapa de desarrollo. Esto indica que la producción de aguacate Hass puede atravesar un incremento progresivo durante los próximos años (Minagricultura, 2019).



Conclusiones

La firma del protocolo de admisibilidad del aguacate Hass colombiano hacia el mercado japonés representa una gran oportunidad para los productores colombianos que quieran abrir mercados en otras regiones, especialmente dentro de la región asiática. Sin embargo, es claro la gran responsabilidad que esto conlleva. Es importante el conocimiento acerca de estos mercados, así como también el entender el comportamiento del precio, el perfil del consumidor y los principales canales de distribución, que varían entre los países, con el fin de que la experiencia de la exportación de este fruto beneficie a ambas partes y promueva la comercialización entre los mismos.

Por último, vale aclarar que cada mercado, como son los casos de China, Corea y Japón, son mercados distintitos entre sí, ya que cada uno cuenta con sus propias regulaciones, por lo que Colombia maneja diferentes tratados y acuerdos con estas super potencias asiáticas. El acompañamiento de las cooperativas e instituciones como es el caso de Corpohass y el ICA es fundamental para habilitar nuevos predios y registros con el fin de ofrecer un producto de calidad a los compradores internacionales, brindar conocimiento de las oportunidades en el exterior, así como también resaltar la importancia del control fitosanitario y finalmente la promoción de trabajo en conjunto entre productores, comercializadores y exportadores.

Por otro lado, es importante destacar la participación y los esfuerzos por parte de las empresas colombianas comercializadoras de la variedad Hass en los mercados internacionales, en el cumplimiento de los protocolos fitosanitarios, los cuales buscan garantizar no solamente una protección en territorio extranjero sino también asegurar una homogeneidad en la producción de la variedad Hass en Colombia para responder de manera conjunta a las exigencias de los consumidores en el exterior.¹

¹ Para la realización del presente estudio agradecemos la orientación brindada por parte de la profesora Adriana Roldán Pérez (Ph.D) de la Universidad EAFIT, así como también al personal docente y estudiantes

Referencias:

- Asmar Soto, S. (2020, 27 enero). Exportaciones de aguacate Hass llegan a Japón, a pesar del contagio del covid-19. *Agronegocios*. <https://www.agronegocios.co/agricultura/exportaciones-de-aguacate-hass-llegan-a-japon-a-pesar-del-covid-19-2998266>
- Consejería Presidencial para la Estabilización y la Consolidación. (2018, abril). Sustitución de cultivos: Llegó la hora del cacao. Gobierno de Colombia, Portal Para la Paz. <http://www.posconflicto.gov.co/sala-prensa/noticias/2018/Paginas/20180418-sustitucion-de-cultivos-llego-la-hora-del-cacao.aspx>
- El Observatorio de la Complejidad Económica. (2021, febrero). Perfil de la economía de Japón. <https://oec.world/es/profile/country/jpn>. <https://oec.world/es/profile/country/jpn>
- *Información sobre Ceratitis capitata*. (s. f.). Agrológica. <https://www.agrologica.es/informacion-plaga/mosca-fruta-ceratitis-capitata/608a32a600e47/>
- ICA. (2019). *Requisitos Fitosanitarios para la exportación de frutos de aguacate Hass (Persea americana) Desde Colombia hacia Japón*.
- López Alonso, E. (2020, 22 enero). *Las 10 tendencias del consumo que triunfan en Japón y que imitaremos*. El Periódico. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20200122/japon-tendencias-consumo-aecoc-7815695>
- Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. (2019). *Cadena de aguacate: Indicadores e instrumentos*. <https://sioc.minagricultura.gov.co/Aguacate/Documentos/2019-12-30%20Cifras%20Sectoriales.pdf>
- Ministerio De Comercio Exterior y Turismo de Perú. (2012). *Plan de Desarrollo de Mercado Japón*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/plan_exportador/Penx_2025/PDM/Japon/06_02.html
- Ministerio de Industria y Comercio. (2019, 12 septiembre). <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/en-el-2019-exportaciones-de-aguacate-crecen-37-6>. Prensa Ministerio de Industria y Comercio. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/comercio/en-el-2019-exportaciones-de-aguacate-crecen-37-6>
- MAFF. (25 de Mayo de 2013). Summary of PRA results regarding designation of quarantine pests.
- Muñoz Isaza, S. (2018). Opportunities and Challenges for the Colombian Hass Avocado in Countries with Admissibility Processes in progress. 25.
- Myo, M. A., & Yoon, S. C. (2013). Traceability in a Food Supply Chain: Safety and Quality Perspectives . Food Control, 2.
- Oficina Comercial de Chile en Japón, ProChile. (2015). *Estudios de Canales de Distribución: Supermercados en Japón*. ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores. https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2016/04/Canal_Japon_Supermercados_2015.pdf
- Oficina Comercial de Chile en Japón, ProChile. (2017). *Estudio de Mercado Palta en Japón*. ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores. https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2018/02/pmp_palta_japon.pdf
- Oportimes. (2020, 10 julio). *Exportaciones impulsan a Japón como la economía más diversificada*. <https://www.oportimes.com/exportaciones-japon-economia-mas-diversificada/>
- Peñuela, M. (2020, 3 junio). Colombia: El cuarto país exportador de aguacate en el mundo. *IALIMENTOS* <https://www.revistaialimentos.com/colombia-el-cuarto-pais-exportador-de-aguacate-en-el-mundo/>
- Portal Frutícola. (2020, 19 mayo). *Westfalia Fruit envía aguacates colombianos a Japón*. Portal FruitCola. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2020/03/19/westfalia-fruit-envia-aguacates-colombianos-a-japon/#:~:text=Se%20export%C3%B3%20un%20contenedor%20con,al%20pa%C3%ADs%20dijo%20la%20compa%C3%B1a%20ADa.>
- ProColombia. (2019, 16 septiembre). *De acuerdo con el Dane y el análisis de ProColombia, a junio del presente año ese indicador llegó a US\$ 52,9 millones. Según la firma de investigación de mercados, Euromonitor, el consumo de aguacate aumenta anualmente 3% a nivel mundial*. PROCOLOMBIA NOTICIA. <https://procolombia.co/noticias/exportaciones-de-aguacate-crecen-376-con-relacion-2018#:~:text=Según%20la%20firma%20de%20investigación,anualmente%203%25%20a%20nivel%20mundial.>
- Procolombia. (2019, 7 noviembre). *Las 24 jornadas de viaje de los primeros aguacates colombianos en Japón*. Noticias ProColombia. <https://procolombia.co/noticias/las-24-jornadas-de-viaje-de-los-primeros-aguacates-colombianos-en-japon>
- RCN Radio Economía. (2019, 7 noviembre). Primera exportación de aguacate Hass a Japón, lista para salir. *RCN Radio*. <https://www.rcnradio.com/economia/primera-exportacion-de-aguacate-hass-japon-lista-para-salir>