

La temporada de palta/aguacate colombiano de este año ha sido compleja hasta el momento, con la continua crisis de la cadena de suministro, el aumento de los costos para los productores, la sobreoferta y la inflación que siguen impactando a los mercados mundiales.

Jorge Restrepo, director ejecutivo de [Corpohass](#), explicó Portal Frutícola cómo Colombia está ampliando sus mercados de exportación en respuesta a estos desafíos y, en particular, por qué tiene los ojos puestos en el mercado estadounidense.

Estados Unidos es un mercado atractivo gracias a su tamaño y proximidad, en particular en la Costa Este. Además, como mencionó Restrepo, la misión del Hass Avocado Board es convertir el aguacate en la fruta favorita de los estadounidenses, por lo que se ha realizado un esfuerzo colectivo para promover su consumo, provocando un aumento de la demanda.

Sin embargo, las estrictas regulaciones fitosanitarias han dificultado su acceso en comparación con su homólogo europeo.

Restrepo explicó que Europa "no solo es el mercado que la industria ha seguido por inercia, sino que además (...), las condiciones del mercado son diferentes en cuanto a los controles de enfermedades, por lo que es más fácil exportar a Europa que a Estados Unidos".

En agosto de 2017, tras diez años de negociaciones, Estados Unidos autorizó el acceso de Colombia a su mercado, comenzando las exportaciones en noviembre del mismo año.

En julio de 2019, hubo un aumento sustancial de tierras autorizadas para el cultivo y exportación de aguacates colombianos al mercado estadounidense y actualmente, hay 286 tierras autorizadas que suman un total de 9400 hectáreas.

"Estados Unidos es un mercado muy importante para Colombia, es el más grande del mundo en términos de volumen", dijo Restrepo.

Consultado sobre si Estados Unidos es un mercado más interesante para Colombia que Europa, Restrepo respondió: "Sí, yo diría que en el corto, mediano y largo plazo, el mercado más importante para Colombia debe ser Estados Unidos por su cercanía, frescura, tiempos de tránsito, el tamaño del mercado, su conexión con Colombia y su facilidad para el comercio".

Sin embargo, también sugirió que Colombia depende, en cierta medida, de Europa, ya que, sin ella, el mercado colombiano de la palta/aguacate se hundiría. Europa es el "mercado natural" de Colombia, o "zona de confort", que ha representado aproximadamente el 95 por ciento de las exportaciones de aguacate colombiano en el pasado, comentó Restrepo.

Más oferta que demanda

En la actualidad, las nuevas regiones productoras y el aumento de la producción en otros países han creado más competencia para Colombia y el exceso de oferta en el mercado europeo ha provocado más oferta que demanda y precios bajos.

Además, la inflación ha hecho que la palta/aguacates dejen de ser un producto imprescindible para los europeos. "Los aguacates no forman parte de la cesta de la compra familiar básica... si hay inflación, la gente sacrifica fácilmente (la compra de) aguacates", añadió Restrepo.

Por lo tanto, Europa se está convirtiendo en un mercado menos atractivo que Estados Unidos, que "tiene todas las ventajas", según Restrepo.

Para que Colombia siga aumentando sus exportaciones a EE.UU., Restrepo reconoció la necesidad de educar a los productores y exportadores colombianos para que se dirijan a EE.UU. y corten gradualmente los lazos con Europa.

A diferencia de Europa, que en algunos casos sigue programas específicos y precios pre acordados en distintas épocas del año, el mercado estadounidense no debe ser visto sólo como útil en los picos de demanda, por ejemplo, para las celebraciones del Cinco de Mayo, sino como un mercado permanente y consistente.

"Los productores no deben verlo (a Estados Unidos) sólo como un mercado momentáneo, sino como uno a largo plazo que fluctúa de mes en mes", afirmó Restrepo.

Por un lado, es necesario que las empacadoras y los exportadores transmitan a los productores que quieren exportar fruta a EE.UU., explicando las razones, para que los productores entiendan el potencial de EE.UU.

"Por otro lado, los productores necesitan que se les den datos numéricos concretos y estadísticas que muestren el tamaño del mercado, los tiempos de tránsito, los precios, los intereses de los importadores y la estabilidad de los precios, ya que EE.UU. es un mercado menos volátil que Europa"

Según Restrepo, también es responsabilidad de Corpohass utilizar campañas, mensajes, grupos de discusión y jornadas académicas para educar a los productores.

En conclusión, el mercado estadounidense presenta muchas oportunidades para las palta/aguacates colombianos y por ahora, el reto es lograr que los productores salgan de su "zona

de confort" y entren en el plan de trabajo de Estados Unidos.