

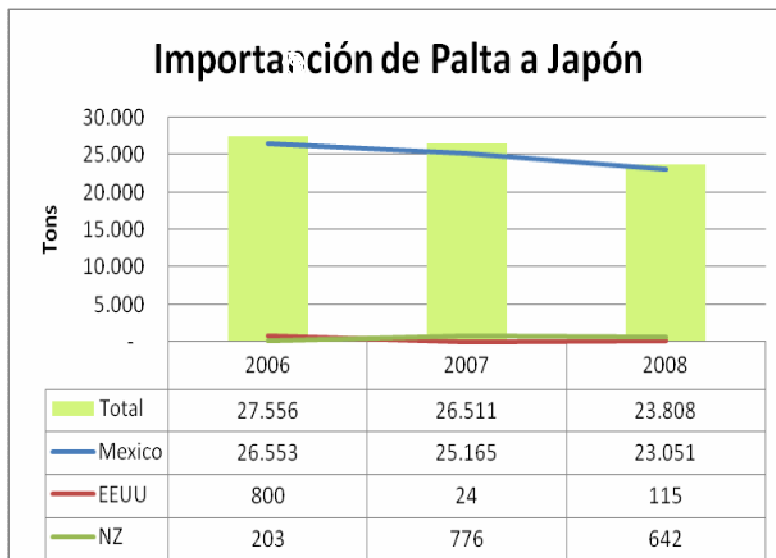


Oportunidad del mercado Japonés para la Palta Chilena

A fines de los años 80 el consumo de la palta en Japón era casi nula y su importación sólo llegaba a las 3.000 toneladas anuales, muy distintas a las 23.808 toneladas registradas el 2008. El principal país proveedor de palta a Japón es México ocupando casi más del 93%. Las diversas campañas realizadas por este país para introducir esta fruta al mercado de Japón, ayudaron que el concepto de la palta y su relación con México se lograra posicionar con éxito en este mercado.

Sin embargo, el día de hoy los japoneses ya no solo utilizan esta fruta para cocinar comida mexicana sino que ya es un ingrediente mas para consumirla habitualmente en dieta nipona.

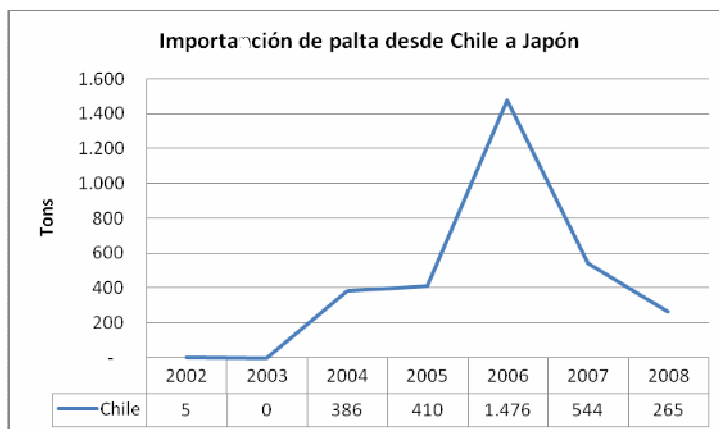
Cuadro1. Importación total y por país de palta a Japón.



La exportación de la palta chilena a Japón comenzó con solo 5 toneladas en el 2002 y luego de 4 años, en el 2006, la importación llegó a las 1.476 toneladas. Lamentablemente en el 2008 esta cifra disminuyó bruscamente a las 265 toneladas. La disminución de la importación de la palta no es solo el caso de Chile, sino que afectó a todos los países proveedores (como se puede observar en el Cuadro 1). Analizando el volumen total importado, se aprecia que entre el 2006 y 2008 ocurre una disminución desde 29 mil toneladas a 23 mil toneladas.



Cuadro 2. Importación de Palta de Chile hacia Japón.



Dado esta circunstancia, México esta realizando campañas para promocionar el consumo y la exportación de su país. Entre las acciones de marketing que esta llevando a cabo la Asociación de productores y exportadores de aguacates del Estado de Michoacán destaca los diversos seminarios en Tokyo y Osaka, promociones en supermercados y la contratación de una actriz para presentar ideas de recetas en eventos y en sus blog.

Oportunidad de mercado

Hasta ahora Chile solo había sido una opción para reemplazar en algunos periodos de baja oferta de producto mexicano. Sin embargo, en opinión de importadores con quienes esta oficina Agrícola ha podido conversar, habría una gran chance para la palta Chilena debido a su mayor calidad comparativa en los periodos en que la producción y la calidad de la palta mexicana disminuye. Este período correspondería al lapso entre Septiembre a Diciembre. Cabe destacar que justamente en Diciembre se encuentran algunas de las semanas de más alto consumo de palta en el mercado japonés. Dado a la habitualidad del consumo de la palta, los consumidores japoneses son cada vez más exigentes a la hora de adquirir la fruta. Lo anterior le da la ventaja a Chile poder exportar productos de mejor calidad en periodos de septiembre a fin de año.

No obstante lo anterior, cabe destacar que la palta chilena es desconocida en este país quedando a la sombra de las campañas de promociones mexicana. Se considera importante realizar actividades para poder ofrecer al consumidor información de todo tipo tales como antecedentes básicos sobre el país, la industria de palta en Chile, variedad y característica, etc., y fundamentalmente sobre la seguridad del producto, tema de mayor interés para el consumidor japonés.