El E-commerce impulsa crecimiento de aguacate mexicano en China

China se ha estado posicionando como el próximo gran destino para muchas categorías de productos frescos. Para los aguacates mexicanos no ha sido diferente. APEAM, la asociación de productores, empacadores de aguacate de México indicó que vieron un crecimiento del 300% en ventas respecto al período promocional de 2018 en Tmall, una plataforma de e-commerce que distribuye el producto.

China

> China es un mercado con mucho potencial para los aguacates de México a pesar de la gran distancia (los envíos tardan de 20 a 30 días en llegar por barco).

“Hemos aprendido que, cuando se trata de aguacate, México es, con mucho, el origen más mencionado en las redes sociales y en la prensa. Los temas principales que interesan a la población china son los beneficios para la salud, para la belleza; se menciona mucho como el alimento ideal para los bebés que están aprendiendo a comer frutos en papilla”, explicaron. Pese a ello, aún existe un gran desconocimiento en términos de consumo.

“Aún se desconoce mucho la forma de escogerlo y prepararlo. En la vida diaria del consumidor chino el aguacate es aún algo raro y exótico y muchas veces no saben cómo consumirlo”, señalaron. “De ahí la importancia de la educación para desarrollar el consumo y la cultura del aguacate. Los consumos que hemos observado son en el desayuno y almuerzo o como refrigerio en batidos antes o después de un entrenamiento físico”, añadieron.

En lo que concierne al embalaje del producto, desde Apeam señalaron que “los chinos han prestado atención a los embalajes multi-pack con llamativos diseños y con producto maduro, listo para comer”.En esa línea, es algo a tener en cuenta al momento de ingresar al mercado.

Caso Tmall

Héctor Zhang, Jefe de Importaciones de la Unidad de Alimentos Frescos de Tmall, del Grupo Alibaba, le informó a Apeam que “en la campaña de [promoción] 3 días se cumplió el objetivo de vender 500 mil unidades de aguacates mexicanos; el aguacate de México ocupó el segundo lugar del volumen de las ventas de frutas en Tmall, y, se rompió el récord de ventas de aguacate”. Además, “en las 2 horas de transmisión en vivo en el Consulado General de México en Hong Kong, se vendieron 100 mil aguacates mexicanos, lo cual representó el triple del objetivo planteado por los organizadores y las cajas de promoción se agotaron”.

Lo anterior ayuda a demostrar el potencial que tiene China como mercado para esta categoría. Y a ha movilizado el interés de Tmall por realizar una nueva campaña de promoción del aguacate mexicano en vísperas del año nuevo chino (segunda quincena de enero de 2020).

Otros mercados

Desde la asociación indicaron que **“el mercado de Estados Unidos continúa con un consumo a la alza, al igual que los mercados internacionales”.** En ese sentido, continúan dentro de lo proyectado. En lo que concierne a variaciones en las proyecciones, señalaron que no ha habido cambios significativos en lo estimado.

“La temporada se ha desarrollado sin ningún contratiempo. Del inicio de la temporada, semana 27 a la semana 40, tenemos un registro de 297.547 toneladas exportadas, con un saldo promedio de 21.790 toneladas por semana”.

Crecimiento

Los envíos a EE.UU. en toneladas reportados por APEAM, que es el socio cooperador con instancias de México y de ese país para la exportación del aguacate mexicano (Michoacán es el único estado que lo hace) en la temporada 2018-2019 fueron 914.530 toneladas. Lo anterior implicó un aumento de 5.23% en el volumen enviado respecto de la temporada pasada. A su vez, en cuanto a hectáreas cosechadas, en la temporada 2018-19 fueron 1.047.730 hectáreas.

Fuente: Portalfrutícola.com