

DIFERENCIARSE PARA EXPORTAR



XAVIER VILLAVICENCIO CÓRDOVA

Profesor de Economía de la Producción Agrícola y Desarrollo Rural en la maestría en Agronegocios Sostenibles de la ESPAE.

La desaceleración del crecimiento global, la apreciación del dólar y el establecimiento de barreras no arancelarias, generan una serie de preocupaciones y desafíos para los exportadores ecuatorianos, quienes buscan reinventarse constantemente para mitigar los efectos de estos acontecimientos y acceder a consumidores cada vez más exigentes.

Un informe de la FDA señala que en los últimos 20 años las importaciones de Estados Unidos de productos alimenticios crecieron más del doble y la tasa de crecimiento del consumo en el segmento de snacks saludables ha sido del 5% anual.

Asimismo, según el portal ConnectAmericas, en dicho país los segmentos de mercado más relevantes para alimentos saludables son en primer lugar los “baby boomers”, personas mayores de 50 años que poseen más del 70% del ingreso disponible. Este grupo aprecia la importancia de mantener hábitos alimenticios saludables y ha mostrado un declive sostenido en el consumo de alimentos que contengan azúcares añadidos, colorantes artificiales y gluten. La generación “millennial”, jóvenes entre los 15

y 33 años, es otro sector con gran potencial debido a su predisposición a probar nuevos productos como frutas tropicales, granos no tradicionales y comidas exóticas en general. Ellos buscan elementos tales como certificaciones orgánicas, empaquetado reciclable o biodegradable y productos que apoyen la sostenibilidad a un precio justo.

Estos datos adquieren especial relevancia en los tiempos actuales, en los que es necesario darle mayor valor agregado a nuestra oferta exportable para satisfacer a estos segmentos. Sin embargo, a medida que más actores se incorporen en estos mercados, el sector se volverá cada vez más competitivo y será necesario diseñar estrategias innovadoras para distinguirse de la competencia.

Las innovaciones futuras en el sector de alimentos vendrán por atributos diferenciadores: sabores más originales, ingredientes con alto contenido de nutrientes, proteínas y antioxidantes, nuevos empaques y compromiso con la sostenibilidad, además de explotar los canales de distribución online y un uso cada vez más intensivo de tecnologías relacionadas a la Industria 4.0 que permitan tener un mayor control

sobre los procesos productivos, logísticos y de fidelización con los clientes.

Esto debe venir acompañado de una alta profesionalización en los hábitos para hacer negocios en un medio donde los jefes de compras de las grandes cadenas son funcionarios con agendas muy apretadas, que atienden diariamente docenas de citas y ofertas de exportadores del mundo entero. Es necesario siempre tener una historia original e interesante que contar del producto que estamos ofreciendo, tener presencia en redes sociales, participar en ferias especializadas y poseer una página web de gran calidad en el idioma del mercado destino.

Indudablemente, la tarea no es sencilla para el emprendedor y requiere un alto grado de preparación e inversión en capacidades gerenciales y técnicas, así como en nuevas tendencias de mercado en un entorno cada vez más especializado y competitivo. ■



UN INFORME DE LA FDA SEÑALA QUE EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS LAS IMPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS CRECIERON MÁS DEL DOBLE.

EL AUTOR
XAVIER VILLAVICENCIO es Ph.D. en Economía Agrícola y máster en Economía. Fue agregado comercial en los Estados Unidos y subsecretario de Agroindustrias y Procesamiento Acuicola.