
Cítricos en Japón/Inteligencia de mercados**El mercado latinoamericano y Japón**

Por: Legiscomex.com

Abril 9 del 2014

Los países de Latinoamérica se destacan en el sector de cítricos debido a que su nivel de producción es alto. En general los bienes producidos en esta región se caracterizan por su buena calidad y por los diferentes nutrientes que los componen. Estas particularidades hacen que las frutas provenientes de esta zona sean competitivas en el mercado.

Sin embargo, como ya se ha mencionado, el camino que deben recorrer los países para ingresar al mercado nipón no es fácil, en gran medida por las fuertes regulaciones y la estricta normativa que enmarca a este sector, adicionando que los consumidores son muy exigentes a la hora de adquirir los alimentos.

En el 2013, los países latinoamericanos que registraron exportaciones de cítricos a Japón fueron Chile y México, con USD12,9 millones y USD1,37 millones respectivamente. Entre los productos que se comercializaron se encuentran los limones, las mandarinas y las toronjas.

Chile juega un rol importante durante el verano, ya que en esta época del año es uno de los principales proveedores que abastece el mercado japonés.

Adicional a los países ya mencionados, Argentina también tiene la posibilidad de llegar como proveedor de cítricos dulces a Japón, gracias al acuerdo de apertura que se logró después de las negociaciones que realizó el Gobierno argentino en el país nipón.

Después de los acuerdos, se estableció que Argentina tendrá un cupo anual para exportar alrededor de 20.000 toneladas de naranjas y mandarinas. Se espera que este envío pueda darse a partir de junio del presente año, según el plan de acción. Para que esto se lleve a cabo, se deben implementar las herramientas necesarias que permitan mantener fría la mercancía durante el transporte de un país a otro, el cual dura aproximadamente 42 días vía marítima, según la Cámara de Exportadores de Citrus de Argentina.

Las expectativas que tiene el Gobierno argentino son positivas a pesar de que los aranceles son medios, pues si se tiene una gran acogida en el mercado y se logra obtener una demanda creciente, los gravámenes no serían ningún problema para la industria argentina.

Otros países que pueden llegar al mercado nipón son Cuba, Costa Rica Perú y Brasil, pues tienen una buena producción de cítricos. Sin embargo, las naciones deben tener la capacidad de acondicionar su producción a las exigencias de Japón, en cuanto a los requisitos y normativas que se deben cumplir para que el país asiático permita el ingreso de la mercancía.