



Artículo de reflexión

Desafíos del comercio global de alimentos: ¿cómo potenciar la competitividad y la seguridad alimentaria?

Challenges of global food trade: ¿how to boost competitiveness and food security?

Farah Alabí-Hernández*

Universidad Dr. José Matías Delgado, Facultad de Agricultura e Investigación Agrícola, Antiguo Cuscatlán, El Salvador

*Autor de correspondencia: Fara Alabí-Hernández; fsalabih@ujmd.edu.sv

Recibido: 17/07/2025 Aceptado: 24/09/2025

Resumen

Este artículo tiene como objetivo representar a grandes rasgos la complejidad del comercio internacional de alimentos y lo estimulante que resulta para las empresas latinoamericanas el incursionar y progresar en un campo pleno de oportunidades. Para lograr ese objetivo se recurre la revisión de documentos que con relevancia, pertinencia y actualidad se encontró en publicaciones especializadas y repositorios académicos, para luego proceder a organizar las ideas en el artículo que aquí se presentan. A partir de la reflexión se encuentra que el mercado internacional de alimentos, influenciado por la agroindustria y la globalización, necesita un conocimiento profundo de técnicas de mercadeo y logística; así como de profesionales especializados en la adaptación y posicionamiento de productos. La gestión comercial actúa como un enlace estratégico, optimizando logística, comunicación y segmentación para competir globalmente y satisfacer los gustos y necesidades de los consumidores. Para lograr optimizar los resultados, es crucial realizar un análisis sistemático de la gestión comercial basado en la estrategia de negocio, evaluando el entorno industrial y ajustando la lógica empresarial. Herramientas como el modelo de cadena de valor de Porter y el análisis FODA ayudan a tomar decisiones informadas y fortalecer la posición de una empresa agroindustrial. La agroindustria y el subsiguiente comercio internacional de alimentos es vital para la seguridad alimentaria global y permite a los países acceder a una variedad de productos. América Latina y el Caribe son importantes exportadores, con numerosos acuerdos comerciales que facilitan el acceso a mercados, reducen barreras y promueven la transferencia tecnológica. Para operar en este comercio, se deben seguir normativas específicas en inocuidad y etiquetado. Las políticas nacionales deben actualizarse para mejorar comercio y sostenibilidad, ayudando a enfrentar desafíos globales. Sintetizar tales conceptos y dinámicas viene a ser el objetivo de este artículo.

Palabras clave: agroindustria, mercadeo, logística, comercio internacional de alimentos.

Abstract

This article aims to broadly represent the complexity of international food trade and how stimulating it is for Latin American companies to enter and progress in a field full of opportunities. To achieve this objective, we reviewed relevant, pertinent, and timely documents found in specialized publications and academic repositories and then organized the ideas into the article. Based on this reflection, it is clear that the international food market, influenced by agribusiness and globalization, requires in-depth knowledge of marketing and logistics techniques, as well as professionals specialized in product adaptation and positioning. Commercial management acts as a strategic link, optimizing logistics, communication, and segmentation to compete globally and satisfy consumer tastes and needs. To optimize results, it is crucial to conduct a systematic analysis of commercial management based on business strategy, assessing the industrial environment, and adjusting business logic. Tools such as Porter's value chain model and SWOT analysis help make informed decisions and strengthen an agribusiness company's position. Agribusiness and the subsequent international food trade are vital to global food security and allow countries access to a variety of products. Latin America and the Caribbean are important exporters, with numerous trade agreements that facilitate market access, reduce barriers, and promote technology transfer. To operate in this trade, specific regulations regarding food safety and labeling must be followed. National policies must be updated to improve trade and sustainability, helping to address global challenges. The objective of this article is to summarize these concepts and dynamics.

Keywords: agro-industry, marketing, logistics, international food trade

1. Introducción

Los antecedentes del comercio internacional de alimentos datan de la Edad Antigua. Es bien conocido que el Egipto Antiguo fue un importante exportador de granos y legumbres (1); y que el comercio en el Mediterráneo dio pie al desarrollo de culturas y civilizaciones que hoy recordamos con admiración (2).

En la actualidad el comercio internacional de alimentos es pilar fundamental de la economía global y de la satisfacción de las necesidades de la población mundial. Empresas e individuos convergen al proceso de mercado en un escenario globalizado, se constituye de las complejidades agregadas por distintas regiones en continua interacción.

Como resultado del escenario anteriormente planteado resultan retos y oportunidades que únicamente se logran aventajar mediante la asimilación y empleo de conocimientos especializados en distintas áreas.

Ello también depende del constante monitoreo y adaptación organizacional a los cambiantes desafíos que demandan estrategias para mejorar la competitividad en los mercados, y la implementación de políticas de seguridad alimentaria combinadas con la necesidad de un desarrollo sostenible armonizado con el medio ambiente.

Este artículo tiene como objetivo representar a grandes rasgos la extraordinaria complejidad del comercio internacional de alimentos y lo estimulante que resulta para las economías latinoamericanas el incursionar y progresar en un campo pleno de oportunidades. La fundamentación de datos y conocimientos abordadas se encuentran debidamente citadas a lo largo del documento, a cuyo final se encuentra la bibliografía consultada.

2. Materiales y Métodos

Para la elaboración de este artículo se recurrió a una amplia revisión bibliográfica, y conocimientos derivados de la formación académica que sustenta la reflexión que se procura contextualizar y proyectar.

Los documentos revisados se encuentran disponibles en Internet, guardando la precaución de estar alojados en sitios especializados y académicamente acreditados. La revisión documental dio pie a la conformación de ejes temáticos y a la posterior integración analítica de los mismos. De la evidencia que aporta la cotidianeidad, y de la abundante información científicamente recopilada sobre la producción, manejo y comercialización de alimentos, confluyen al objetivo de analizar los desafíos que los actores económicos deben asumir en los mercados globales.

Con ese objetivo en mente se delinearon los conceptos transversales a la temática, y la interconexión entre ellos existente. Tal ejercicio suscitó la búsqueda de material que cumpliese con los criterios de relevancia, pertinencia y actualidad en repositorios académicos como fuente, para luego proceder a organizar las ideas en el artículo que aquí se presentan. Parte, pues, de las posturas tomadas por expertos en distintas áreas para conformar una visión a la que gobierno, empresariado, y academia pueden aportar en aras de mejorar la oferta alimentaria en cantidad, calidad, y diversidad.

Se han revisado datos estadísticos recopilados por distintas agencias, experiencias difundidas en el ámbito en que se entrelazan: agroindustria, mercadeo, logística, y el comercio internacional de alimentos.

El proceso de revisión documental implicó una amplia consulta bibliográfica y su consecuente integración a fin de estructurar el artículo. Los conceptos clave se seleccionaron por su connotación dentro del fenómeno en estudio, y retroalimentaron la búsqueda de material relevante en repositorios académicos.

3. Resultados y Discusión

El mercado internacional de alimentos, marcado por la agroindustria y la globalización, requiere de un profundo conocimiento del mercado internacional; así como de un perfil y funciones altamente especializadas por parte del mercadólogo, llamado a liderar la adaptación y posicionamiento de productos en plazas heterogéneas.

En tal sentido, la gestión comercial actúa como elemento integrador de conocimientos; optimizando la logística, comunicación y segmentación garantes de la competitividad global de la empresa, por un lado, y la satisfacción de necesidades del consumidor por el otro. En tales esfuerzos, la honesta aplicación de herramientas cognitivas como el modelo de cadena de valor de Porter y el análisis FODA permite tomar decisiones informadas y optimizar el potencial de la empresa agroindustrial su potencial. Una propuesta comercial estructurada y ajustada a las particularidades del comercio global es esencial para comunicar eficazmente el valor del producto, establecer condiciones claras y generar confianza, facilitando así el éxito en la comercialización de alimentos.

El comercio internacional de alimentos es un componente esencial para garantizar la seguridad alimentaria global, ya que permite al mundo el acceder a una creciente variedad y cantidad de productos, superando limitaciones de producción local y estabilizando los precios en los mercados internacionales (3).

Como sustancial exportadora de alimentos a nivel global, América Latina y El Caribe (LAC) juegan un papel vital en la alimentación del mundo; tanto en cantidad, como en diversificación. Encontrando en la oferta de la región materias primas (commodities) como soja, maíz y carnes; o una alta variedad de productos de valor. Contribuyendo así a la nutrición global y a la estabilidad del suministro alimentario (4).

Los países de América Latina y El Caribe conforman una amplia red de acuerdos. Los acuerdos multilaterales se subscriben en amplios marcos como la Organización Mundial del Comercio (OMC), y se orientan a potenciar el comercio entre regiones, países, sectores y productos. Los acuerdos preferenciales comprenden ventajas a los países específicos que los consignan, en ciertos sectores o productos.

Los diversos tratados comerciales constituyen una valiosa herramienta a considerar en la estrategia comercial de las empresas; en el sentido que permiten una visión amplificada de conveniencias en la diversificación de sus exportaciones, a raíz de la comprensión de los escenarios que plantean el comercio Sur-Norte y el Sur-Sur, y los accesos que a los mismos comportan los acuerdos que facilitan el acceso a mercados internacionales, reducen barreras arancelarias y no arancelarias, y promueven la transferencia tecnológica, fortaleciendo su competitividad en un entorno global cada vez más exigente (5).

Para operar exitosamente en el comercio internacional de alimentos es imprescindible considerar aspectos regulatorios y normativos de cada país importador sobre inocuidad,

calidad y etiquetado de los productos (6). Cuyo cumplimiento no solo abre los mercados; sino que también inspira la confianza del consumidor (7).

En su conjunto, el comercio internacional de alimentos promueve el desarrollo económico de los países exportadores, y la satisfacción de los consumidores en los importadores. En el contexto actual, se constituye en pilar fundamental para enfrentar desafíos globales como el cambio climático, la volatilidad de los mercados y la inseguridad alimentaria.

Como ejemplo valga el mercado de frutas y hortalizas en la Unión Europea (UE), una región agroindustrial caracterizada por su producción significativa y dinámica comercial intensa. En 2023, su producción de hortalizas creció cerca de un 2% respecto a 2022 (8), mientras que la de frutas disminuyó ligeramente debido a factores climáticos (9). Solo las exportaciones españolas en 2023 alcanzaron un valor de 16,334 millones de euros (10). A pesar de ello, la Unión Europea (UE) mantiene una balanza comercial negativa en el sector agroindustrial, importando grandes volúmenes de productos siempre y cuando se cumplan prácticas sostenibles, y calidad garantizada para garantizar la seguridad alimentaria (11). Precisamente a ello responden los acuerdos comerciales como el alcanzado con Mercosur: eliminar barreras arancelarias y facilitar el acceso a los mercados (12).

El mercado de frutas y hortalizas en Estados Unidos es otro escenario notable. Su alta demanda interna impulsa la producción nacional estimada en 68,7 millones de toneladas de alimentos; Sin embargo, la transformación tecnológica, la migración del campo a la ciudad, y el uso de capitales en otros sectores económicos promueven sus importaciones alimentarias desde una amplia variedad de orígenes (13). Para parametrizar la oportunidad que ello representa se puede citar que: en 2024, las importaciones de frutas y hortalizas proyectaban crecimientos anuales por encima del 2% para la próxima década; destacando productos como aguacates, berries y cítricos originarios de México, Chile y Perú (14).

Latinoamérica es un proveedor clave para el mercado estadounidense. En 2024, la región acumulaba el 80% del valor total de importaciones de frutas, con México aportando la mitad de este volumen (15). Las exportaciones españolas de frutas y hortalizas a Estados Unidos lograron un aumento del 20% respecto al año anterior (15) lo que indica potencial de crecimiento todavía por resolver.

Viendo hacia el Oriente encontramos el mercado de frutas y hortalizas de Japón, caracterizado por un mercado altamente diversificado, con una alta demanda de frutas frescas y orgánicas, incluyendo variedades exóticas como el durián y la guayaba. En 2024, aunque el volumen de importación de frutas frescas disminuyó un 2.5%, el valor aumentó por el alza en precios unitarios, reflejando la disposición del mercado nipón a continuar consumiendo la producción latinoamericana (16). Perú (17) y Chile (18), por ejemplo, han incrementado sus exportaciones hacia Japón, destacando productos como la uva fresca, palta y cítricos.

Las ventanas de oportunidad que se van presentando para el comercio de frutas y hortalizas demandan, para su aprovechamiento, la capacidad para soportar transporte y tiempo en anaquel; para lo cual, aplicar tecnologías de almacenamiento que controlen la temperatura, humedad y ventilación es fundamental.

Mantener una humedad relativa adecuada evita la marchitez, mientras que la refrigeración a temperaturas óptimas reduce la respiración y el deterioro. Además, es crucial eliminar productos dañados, sobremaduros o infectados antes del almacenamiento para evitar la propagación de enfermedades y acelerar el deterioro del lote (19).

Asimismo, se recomiendan pretratamientos como el curado de tubérculos y raíces para cicatrizar heridas y eliminar infecciones, así como el uso de recubrimientos cerosos en ciertas frutas para reducir la pérdida de humedad y prolongar su frescura. La correcta manipulación e higiene durante el transporte y almacenamiento también es vital para evitar contaminaciones microbianas o químicas, utilizando recipientes limpios, ventilados y sistemas de rotación FIFO (First In, First Out) para asegurar que los productos más antiguos se consuman primero (20). En conjunto, estas prácticas contribuyen a extender la vida útil de frutas y hortalizas, reduciendo las pérdidas postcosecha y asegurando un suministro continuo y seguro para el consumidor final.

Para finalizar es necesario hacer énfasis en que de la agroindustria depende alimentar a la humanidad con productos continuamente adaptados a la evolución de las preferencias; que para ello se debe producir en armonía con el medio ambiente y con las normativas que modulan el comercio de alimentos; y que las diversidades culturales convergentes en la globalización de nuestra época plantean horizontes en incesante expansión. Es tarea de la empresa y la academia el equipar a las sociedades con las herramientas para asumir los retos que de ello devienen.

4. Conclusiones

La agroindustria, como piedra angular del mercado global de alimentos se concatena con otras disciplinas científicas y empresariales para presentar la oferta alimentaria que sostiene al mundo. De ello deriva la importancia de promover cada uno de los eslabones que componen la cadena productiva; en el entendido que la fortaleza del conjunto depende: del grado de desarrollo de cada uno de sus componentes, y de la gestión comercial como ente integrador. La gerencia del comercio internacional precisa de conocimientos especializados en distintas áreas, incluido los aspectos legales y normativas que permitan operar en los mercados; pero también, de una inteligencia de mercado que continuamente identifique oportunidades y amenazas en el escenario en que la empresa ha decidido actuar.

Individual y colectivamente, los países de América Latina y El Caribe ostentan una amplia red de acuerdos de índole multilateral y preferencial. Identificar y aprovechar estos esquemas resulta en un ambiente propicio para procurar la expansión de las fronteras comerciales. En consecuencia, es necesario atender los aspectos regulatorios y normativos que procuran la inocuidad, calidad y etiquetado de los productos. Debida atención ha de ponerse en las particularidades que a estos respectos plantea cada país importador.

Bibliografía

1. EL-BILASSI, O. La Transformación de la Agricultura Egipcia: Claves de la Competitividad. In.: Revista española de economía agraria, 1995, p. 121-142. https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/Revistas/pdf_reea%2Fr172_06.pdf
2. SAĞLAMER, G. El mar Mediterráneo: cuna de la civilización. In.: Crónica ONU, 2013. <https://www.un.org/es/chronicle/article/el-mar-mediterraneo-cuna-de-la-civilizacion>
3. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA, *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2021*. Edtion ed.: FAO, 2021. ISBN 978-92-5-134989-2. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/f3263899-ae2a-4e99-bf98-2628bff6c945/content>
4. PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO. Seguridad alimentaria y nutricional: camino hacia el desarrollo humano. 2016. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/sv/UNDP_SV_Seguridad-Alimentaria.compressed.pdf
5. SANTAMARÍA, V., Banco Interamericano de Desarrollo, Oportunidades y desafíos del comercio agroalimentario entre los países del Sistema de la Integración Centroamericana y la Comunidad del Caribe. 2024. <https://publications.iadb.org/es/oportunidades-y-desafios-del-comercio-agroalimentario-entre-los-paises-del-sistema-de-la-integracion-centroamericana-y-la-comunidad-del-caribe>
6. FAO y OMS, *Codex Alimentarius Commission Procedural Manual*. Edtion ed.: FAO & WHO, 2025. ISBN 978-92-5-139597-4. <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd4216en>
7. BANCO MUNDIAL, ¿Qué es la seguridad alimentaria?, 2022, <https://www.bancomundial.org/es/topic/agriculture/brief/food-security-update/what-is-food-security>
8. STATISTA, Verdura fresca: producción en la Unión Europea, 2023, <https://es.statista.com/estadisticas/968252/ranking-del-tipo-de-verdura-fresca-mas-producida-en-la-union-europea/>
9. COMISIÓN EUROPEA EU agricultural outlook 2024-35: A resilient sector adapts to climate change, sustainability concerns, and shifting consumer demand - European Commission 2025/06/25/ 2025. https://agriculture.ec.europa.eu/media/news/eu-agricultural-outlook-2024-35-resilient-sector-adapts-climate-change-sustainability-concerns-and-2024-12-11_en

10. FEPPEX.Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas viva, La exportación hortofrutícola española creció un 8% en volumen y un 5% en valor en 2024 superando los 17.700 millones de euros. 2024. <https://www.fepex.es/noticias/detalle/exportacion-hortofruticola-2024>
11. COMISIÓN EUROPEA, Acciones de la UE para mejorar la seguridad alimentaria mundial, 2025, https://agriculture.ec.europa.eu/index_es
12. LATORRE, M., HIDEMICHI, Y. y OLEKSEYUK, Z. El Impacto Económico del Acuerdo Unión Europea-Mercosur en España. In.: Facultad de Estudios Estadísticos de la Universidad Complutense de Madrid,, 2021. [https://comercio.gob.es/es-es/publicaciones-estadisticas/Documents/Impacto_EU-MCS_VF_v4\(corregido\).pdf](https://comercio.gob.es/es-es/publicaciones-estadisticas/Documents/Impacto_EU-MCS_VF_v4(corregido).pdf)
13. MCCULLOUGHPATRICK, P.,Reporte de volatilidad. Estados Unidos: ProducePay, 2024. <https://producepay.com/es/resources/2024-volatility-report/>
14. SALINAS, G. y MAGAÑA, D. Latinoamérica: clave en el comercio hortofrutícola de Estados Unidos. In Vision Magazine Latinoamerica. 2025. <https://latinoamerica.visionmagazine.com/2025/03/latinoamerica-clave-en-el-comercio-hortofruticola-de-estados-unidos/>
15. GRAND VIEW RESEARCH.U.S. Fruits & Vegetables Market Size & Share Report, 2030. 2023. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/us-fruit-vegetables-market>
16. OBSERVATORIO DE COMPLEJIDAD ECONÓMICA. Frutas tropicales en el Comercio de Japón. In., 2024. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/tropical-fruits/reporter/jpn>
17. AGRARIA Perú rompe récord en exportación de frutas a Japón. Agencia Agraria de Noticias, 2024. <https://agraria.pe/noticias/peru-rompe-record-en-exportacion-de-frutas-a-japon-35530>
18. REDAGRÍCOLA Envíos de frutas frescas chilenas a Japón aumentan un 30% - Redagrícola 2025. <https://redagricola.com/envios-de-frutas-frescas-chilenas-a-japon-aumentan-un-30/>
19. VELÁZQUEZ, C., ARIAS, H. y TOLEDO, J. Manual de Manejo Postcosecha de Frutas Tropicales. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2007 2007. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/a111220e-d670-46ba-bf6ef15d62f507b2/content>
20. FAO y CEPAL, *Manual “Buenas Prácticas Agrícolas para el Productor Hortofrutícola”*. Edtion ed. Chile, 2012. ISBN 978-92-5-305693-4. <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/5e3902ba-cea5-4029-ad97-dcf21cc1ec4e/content>