



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

Examen de Doctorado

Título de la tesis:

**Desarrollo exportador y competitividad: el caso del
aguacate mexicano**

que, para obtener el grado de:
Doctor en Ciencias de la Administración,
presenta

Carlos Morales Troncoso

Tutores:

Dra. María Cristina Alba Aldave

Dr. Alfredo Díaz Mata

Dr. Alfonso Carlos Merino González

México, D. F., Ciudad Universitaria, Diciembre de 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Quiero dejar testimonio de mi reconocimiento a las autoridades de la Facultad de Contaduría y Administración y del Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México que me permitieron acceder a niveles superiores de educación.

A los doctores María Cristina Alba Aldave, Alfonso Carlos Merino González y Alfredo Díaz Mata, mis tutores, por su tiempo y dedicación en beneficio de mi persona y de la presente investigación, demostrando siempre un elevado espíritu universitario.

A los doctores Carlos Igor Irazoque Palazuelos y Hortensia Lacayo Ojeda, por sus valiosas observaciones en el proceso de revisión de la tesis.

A la doctora Nadima Simón Domínguez, por sus sabios consejos.

A las maestras Laura Mata Amezcua, Alma Navarro Vega y Clotilde Hernández Garnica, por su amistoso estímulo y apoyo.

A mi alumna y colaboradora, María de los Angeles Sánchez Olguín, por su incansable paciencia y singular tenacidad en la recopilación y análisis de informaciones para las innumerables versiones preliminares de este trabajo.

A mis colegas y alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Al licenciado Jesús Alejandro Álvarez del Toro, Representante No-Gubernamental del Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate, por su valioso apoyo.

Al gremio de productores, empacadores y exportadores de aguacate de Michoacán, por su buena disposición para ofrecer los datos necesarios para estructurar la presente tesis.

Y, por supuesto, a mi amada familia y seres queridos quienes con su amor contribuyen a ennoblecer todos mis proyectos y mi vida misma.

Tabla de contenido

ANTECEDENTES	4
PRESENTACIÓN	8
I MARCO CONCEPTUAL	14
1. Desarrollo exportador y ventaja comparativa revelada	14
• Desarrollo exportador	14
• Concepto de ventaja comparativa revelada	16
• Desempeño exportador según la participación en los principales mercados importadores	17
2. Competitividad	19
• La influencia de Porter	19
• La crítica a la competitividad	25
• Competitividad de los países y regiones	28
• Competitividad en México	35
3. Competitividad y Prosperidad	47
4. Inequidades dentro de la mundialización	52
II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	57
III OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	66
IV JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	68
• Conveniencia	68
• Relevancia social	69
• Implicaciones prácticas	71
• Valor teórico	71
• Utilidad metodológica	72
V NATURALEZA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	74
VI PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS	77
VII DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	78
1. Examen de las estadísticas de comercio exterior y determinación del índice de ventaja comparativa revelada para definir la naturaleza del desempeño exportador de un producto genérico	78

Objetivo 1	78
Objetivo 2	85
Objetivo 3	86
Objetivo 4	94
Objetivo 5	99
Objetivo 6	106
2. Metodología y resultados de la investigación de campo	108
• Antecedentes	108
• 1ª Etapa - Unidad de análisis	118
• 1ª Etapa - Universo	121
• 1ª Etapa - Tamaño y selección de la muestra	122
• 1ª Etapa - Diseño del cuestionario	123
• 1ª Etapa - Realización de las entrevistas	125
• 1ª Etapa - Análisis de los datos	126
• 2ª Etapa	130
VIII HALLAZGOS Y CONCLUSIONES	141
Índice de tablas	145
Índice de Gráficos	147
Referencias	148
Anexos	155

Índice de tablas

Tabla 1	Volumen y valor de las exportaciones mexicanas de aguacate	15
Tabla 2	Valor de las exportaciones mexicanas de frutos comestibles, capítulo 08 de la TIGIE	16
Tabla 3	Índice de competitividad del crecimiento (GCI), 2003-05	30
Tabla 3 bis	Lista de economías en desarrollo que superan a México en el Índice de Competitividad de los Negocios, 2005	32
Tabla 4	Tabla de Resultados de la Competitividad Mundial, 2003-05	33
Tabla 5	Superficie territorial, principales países	35
Tabla 6	Población 2004, principales países	36
Tabla 7	Ingreso Nacional Bruto (INB) 2004; principales países (miles de millones de dólares, cifras redondeadas)	37
Tabla 8	Principales países exportadores de mercancías, 2004	38
Tabla 9	INB <i>per capita</i> 2004, principales países	54
Tabla 10	Volumen y valor de la exportación mexicana de aguacate a los EEUU	59
Tabla 11	Estimación de los ingresos brutos de productores de Michoacán, 2001-05	59
Tabla 12	Distribución de los 33 principales exportadores de aguacate, según sus características	63
Tabla 13	Comparación del valor total de la exportación de México con la correspondiente a la de frutos comestibles, capítulo 08 del Sistema Armonizado	79
Tabla 14	Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de los Sub-partidas que conforman el Capítulo 08 de la TIGIE, 2004.	81
Tabla 15	Frutos comestibles en los que México destaca por tener un alto índice VCR y una exportación superior a los 10 millones de dólares en 2004	85
Tabla 16	Desempeño exportador global de frutos mexicanos seleccionados, 2004	86
Tabla 17	Aguacates, consumo aparente en México (miles de toneladas)	90
Tabla 18	Precios promedio de aguacates <i>Hass</i> en los diferentes eslabones de la cadena doméstica, 2001-05	91
Tabla 19	Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) del aguacate mexicano	92
Tabla 20	Participación del aguacate mexicano en cada uno de los diez principales países importadores	95
Tabla 21	Aguacates, consumo aparente en EEUU (miles de toneladas)	106
Tabla 22	Niveles de desarrollo socio-económico en los municipios michoacanos exportadores de aguacate a los EEUU	109
Tabla 23	Niveles de desarrollo socio-económico en los municipios michoacanos exportadores de aguacate a los EEUU	110
Tabla 24	Indicadores de bienestar del INEGI en 2000, en cada uno de los diez municipios exportadores de aguacate a los EEUU	111
Tabla 25	Índices de Desarrollo Humano (IDH) 2000, en cada uno de los	

	diez municipios exportadores de aguacate a los EEUU	113
Tabla 26	Estado de Michoacán: Indicadores sociodemográficos y económicos de marginación 2000	114
Tabla 27	Población total y número de hogares vs. número de predios y productores de aguacate, por municipio exportador	119
Tabla 28	Padrón de huertos y productores, al 31 de diciembre de 2005, por municipio exportador, y número de entrevistas a realizar	121
Tabla 29	Lista de personas entrevistadas durante la primera etapa de la investigación de campo	124
Tabla 30	Resumen de respuestas a la 2ª parte del cuestionario	127
Tabla 31	Evolución de la actividad de APEAM, por ciclo exportador	134
Tabla 32	Huertos certificados dentro del Programa de Exportación de aguacate Hass de México a los Estados Unidos de Norteamérica para el ciclo 15 de octubre 2005 al 15 de abril de 2006, por municipio exportador	135
Tabla 33	Empacadoras exportadoras asociadas a la APEAM para efectos del Programa de Exportación de Aguacate <i>Hass</i> de México a los EEUU	136
Tabla 34	Margen bruto total y por tonelada, generado por las empresas empacadoras-exportadoras asociadas a APEAM, 2001- 2005	137
Tabla 35	Estimación de los ingresos brutos por hectárea cosechada de productores de aguacate en el Estado de Michoacán (exportadores y no-exportadores) 2001-05	138
Tabla 36	Estimación de los ingresos brutos de los productores de aguacate asociados a APEAM, en comparación con los no-afiliados, 2005	138

Índice de Gráficos

Gráfico 1	Aguacates, producción mundial, principales países	57
Gráfico 2	Aguacates, producción y exportación mexicanas (080440.01)	58
Gráfico 3	Aguacates <i>Hass</i> , producción mexicana por Estados, 2004	58
Gráfico 4	Aguacates tipo <i>Hass</i> : comparación de precios promedio al productor vs. precios al exportador a EEUU, 2001-2005	60
Gráfico 5	Aguacates, producción y comercio mundiales - tendencias	87
Gráfico 6	Aguacates, principales países comerciantes (promedios 2000-2004)	88
Gráfico 7	Aguacates, rendimientos por ha., principales países (promedio 2000-2005)	89
Gráfico 8	Aguacates, tendencias de la producción y exportación mexicanas	90
Gráfico 9	Aguacates, destino de la exportación mexicana (080440.01)	93
Gráfico 10	Aguacates, valores promedio (FOB) de exportación mexicana	94
Gráfico 11	Aguacates tipo <i>Hass</i> , importación EEUU por país de origen 101	101
Gráfico 12	Aguacates, importación EEUU por país de origen (080440.0000)	102
Gráfico 13	Aguacates <i>Hass</i> , valor promedio de importación norteamericana (<i>customs value</i>)	103
Gráfico 14	Aguacates <i>Hass</i> , valor promedio fletes y seguros hacia EEUU	104
Gráfico 15	Aguacates <i>Hass</i> , valores promedio de importación EEUU (valores CIF)	105
Gráfico 16	Esquema para certificar un huerto de aguacate en el programa de exportación a los EEUU	131
Gráfico 17	Cadena productiva de producción-comercialización-exportación del aguacate	133

ANTECEDENTES

A lo largo de mi vida académica y profesional iniciada hace cuarenta años, he tenido la oportunidad de estar en contacto con muchas empresas mexicanas interesadas en la exportación. Algunas de ellas han tenido éxito en sus empeños por exportar regularmente, mientras que muchas otras (sobre todo las pequeñas y medianas) no lo han podido lograr. Desde entonces me he preguntado cuál será la razón fundamental para que algunas triunfen, y otras no, en los mercados extranjeros.

Hace algunos lustros, durante los primeros años de existencia del extinto Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE 1970-1985), la mayoría de la gente en el medio coincidíamos en que, uno de los elementos fundamentales para tener éxito en la exportación, era el precio de los productos que, a su vez, estaba íntimamente ligado con la paridad cambiaria. Cuando el tipo de cambio era propicio, los productos mexicanos resultaban más baratos que los de la competencia internacional y podían ser exportados sin mayor problema; por el contrario, una sobre-valoración del peso hacía poco factible la exportación, al impactar al alza el precio de exportación.

En paralelo en el tiempo, se comenzó a señalar, no sin razón, que el origen de un buen desempeño exportador, en efecto, dependía grandemente de un precio competitivo, pero que éste no sólo radicaba en la paridad, sino también en temas ligados a la productividad, fuera ésta de la mano de obra, la materia prima, el capital o la tecnología.

Posteriormente, en los ochentas, se pusieron de moda los conceptos de “creación de valor” y de “estrategia competitiva” de las empresas, sustentadas en “ventajas competitivas”. Le corresponde al prestigiado profesor Michael Porter el mérito de haber acuñado toda esta nueva terminología y de haber concebido el concepto de “cadena de valor” para incrementar la competitividad de las empresas, tan en boga todavía.

Unos años más tarde, en 1990 para ser precisos, el mismo profesor Porter publicó su famoso libro *“La ventaja competitiva de las naciones”*, donde trató de esclarecer el por qué algunos países eran más competitivos que otros en determinadas industrias o productos.

Coincidentemente, se encontraban en plena ebullición los temas de la “globalización” de las economías y de la “competitividad” de los países mismos, en foros internacionales tan renombrados como el de Davos, en Suiza.

Por otro lado, México se ha venido caracterizando en años recientes y muy especialmente desde la entrada en vigor del TLCAN en 1994, por el creciente número de tratados de libre comercio y acuerdos de asociación y complementación económica que ha establecido con sus principales socios comerciales.

México también se ha distinguido en estos últimos años como un destacado exportador, situándose anualmente entre los primeros quince países exportadores del mundo y ocupando la segunda posición entre los países en vías de desarrollo, sólo superado por China, de acuerdo con las estadísticas que anualmente publica la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Por ello, es correcto afirmar que el reciente desempeño exportador de México ha sido notable. Tal vez por esta razón, algunos califican a México de “potencia exportadora” Empero, se constatan algunos síntomas desalentadores en este panorama de aparente éxito del comercio exterior del país; entre éstos, destacan los siguientes:

- una malsana y creciente dependencia de un solo mercado, el de los EEUU;
- una participación muy importante de la industria maquiladora en el total de exportación de manufacturas, que ya significa más que la exportación de la industria no maquiladora;
- una notable concentración de las corrientes de exportación en los grandes grupos industriales mexicanos y en las multinacionales establecidas en México; y, como corolario,
- una mínima participación de las pequeñas y medianas empresas en esa destacada exportación mexicana.

Infortunadamente para el caso mexicano, ahora, en los primeros años del siglo XXI, las economías del mundo ya no centran tanto su atención en el simple comportamiento de sus exportaciones, sino mas bien en lo que parece ser el nuevo paradigma del crecimiento económico y del desarrollo y progreso integrales de los países: la *competitividad*.

Todo mundo habla, en el extranjero y en México, de la necesidad de elevar los niveles de *competitividad* para beneficiarse de las oportunidades creadas por los crecientes procesos de globalización de las economías. En presencia de estos innegables procesos, resulta ahora que se tiene éxito en los mercados globalizados sólo si se es competitivo.

Pero, ¿de qué es realmente de lo que se está hablando? El término mismo, *competitividad* no es preciso y existe una cierta ambigüedad en la forma en que cada quien lo entiende.

¿Qué es lo que realmente se quiere decir cuando se insiste en la imperiosa necesidad de elevar la competitividad? ¿Esa competitividad se refiere a productos en particular, o a ciertas industrias y empresas, o bien a determinadas regiones o ciudades o a cada uno de los países? ¿Competitividad es sinónimo de desempeño exportador? ¿O, acaso, siendo diferentes, están íntimamente vinculados? ¿La competitividad es un fin en sí misma o sólo un medio para satisfacer otras necesidades en la sociedad? Y, en este último supuesto, ¿cuáles? ¿Acaso la competitividad no es sino una forma de contribuir al desarrollo humano, que es algo más trascendente e importante?

Estas inquietantes preguntas me fueron llevando a interesarme cada vez más en el tema de la relación entre desempeño exportador, competitividad y desarrollo humano. Me he preguntado muchas veces ¿cómo es posible que siendo México una “potencia exportadora”, buena parte de los mexicanos vivan en condiciones de pobreza y aun de marginación?

El buen desempeño exportador de México puede ser atribuido a –y aun confundido con– la *competitividad* de su sector exportador; pero el ser competitivo tendría que implicar un impacto positivo en la elevación de los niveles de bienestar de la mayoría de los mexicanos ¿O es que, tal vez, a México sólo se le pueda calificar de buen exportador pero no de país competitivo?

Por todo ello, el tema de la presente investigación se fue centrando en torno de esas provocadoras y esenciales cuestiones referidas al caso mexicano. Pero, para poder comprender mejor esa vasta y compleja problemática, era conveniente concentrar la atención en un solo sector de la actividad económica.

De esta forma, se seleccionó el sector de alimentos, debido a que el comercio agroalimentario mexicano con el mundo es un buen ejemplo de interesantes contrastes, derivados de los procesos de globalización. Por un lado, existen notables desequilibrios en la balanza comercial de algunos rubros que sitúan a México como importador neto de granos, oleaginosas y lácteos, por ejemplo. Por otro lado y en sentido opuesto, otros alimentos mexicanos –algunas frutas, por ejemplo–, acusan un desempeño exportador muy distinguido, tanto por el lugar que ocupan al nivel mundial cuanto por la participación que alcanzan en las corrientes globales de exportación¹.

Así, y justo por tratarse de un rubro con un desempeño exportador muy positivo, se decidió seleccionar el caso de los frutos comestibles mexicanos para analizarlo con el debido detenimiento.

Gracias a la asesoría de mis tutores, se convino, además, que era necesario seleccionar un producto en particular, dentro del conjunto de frutas, para efectuar una investigación en profundidad y, para ello, se formularon, entre otras, las siguientes interrogantes: ¿Dentro del elenco de frutas, cuáles son aquellas que tienen un mejor desempeño exportador? ¿Qué parámetros pueden utilizarse para mejor identificarlas? ¿Cuáles son las características de ese desempeño exportador?

Al responder a estos cuestionamientos, se advirtió que sólo una docena de frutos comestibles que, en su conjunto, representan alrededor del 95% del total de la exportación mexicana de ese renglón, acusaba un comportamiento muy positivo en los mercados de exportación; y, dentro de esa lista de doce productos, pareció

¹ Afirma Felipe Torres Torres: “Durante el período de posguerra, la economía mexicana transitó por distintas etapas en la producción de alimentos, tanto en los destinados para el consumo interno, como en los de exportación. De ser un país con autosuficiencia alimentaria, se ha ubicado en la actualidad en la categoría de importador neto de alimentos (Torres, 1997 pag. 65)

adecuado concentrarse en el caso específico del aguacate, debido a que México es el primer productor y exportador de este fruto, a nivel mundial.

Finalmente y como consecuencia de todo lo anterior, se acuñó el título definitivo de la presente investigación: **Desarrollo exportador y competitividad: el caso del aguacate mexicano**. Es justo reconocer, empero, que para llegar a la anterior definición, el autor se vio altamente beneficiado por la rica discusión sostenida, a lo largo del proceso de elaboración del presente trabajo, con los tutores, asesores, profesores y colegas de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

PRESENTACIÓN

La presente investigación está estructurada según el capitulado que se presenta enseguida.

El **Capítulo I** se refiere al marco conceptual dentro del cual se inscriben los temas de desarrollo exportador y competitividad.

El desarrollo exportador está directamente conectado con la teoría económica clásica acerca del comercio internacional y de la ventaja comparativa.

Por otra parte, se percibe que el concepto de competitividad goza de una creciente popularidad tanto en medios académicos como empresariales, políticos y económicos, en general; esto, a pesar de la existencia de posturas ideológicas encontradas respecto a su impacto en el crecimiento económico y su controvertida contribución al desarrollo humano. Por ello, se discuten brevemente las proposiciones originales acerca de la competitividad y las principales corrientes críticas acerca de su validez e importancia.

También se advierte la existencia de una clara conexión entre desarrollo exportador y competitividad; esta última más compleja y vinculada con el tema de la elevación de los niveles de ingresos y/o prosperidad de los habitantes de un país, región o ciudad.

La prosperidad tiene que ver, a su vez, con la acumulación de riqueza, los niveles de bienestar y la calidad de vida; por oposición, el tema de la pobreza se liga con el anterior.

Referidos, pues, los temas desarrollo exportador, competitividad y elevación del nivel de ingresos al ámbito de los productores de aguacate *Hass* en el Estado de Michoacán, se plantea en la presente investigación una forma de vincular articuladamente esta trilogía y de permitir, al mismo tiempo, identificar algunos puntos de cruce o separación de esos tres parámetros.

El **Capítulo II** describe el planteamiento del problema a investigar.

El cultivo y venta de aguacate es una actividad económica de gran relevancia para México. Se trata de un producto en donde se ocupa la primera posición mundial, tanto al nivel de producción como de exportación. La variedad más comúnmente exportada es la que se denomina *Hass*. El Estado de Michoacán es el principal productor de este tipo de aguacates en el país, con alrededor del 96% del total nacional. Al mismo tiempo, es la única entidad federativa de México autorizada para exportar a los Estados Unidos de Norteamérica.

Se constata que, como consecuencia de la apertura gradual del mercado norteamericano iniciada en 1997, las exportaciones michoacanas de aguacate *Hass* se han incrementado notablemente en los últimos años, haciendo de este mercado el primer destino del total de la exportación mexicana de este producto.

De sólo 10,600 toneladas vendidas en 1997, se ha pasado a una impresionante cifra de 145 mil toneladas en 2005; es decir, se ha multiplicado casi 14 veces el volumen exportado en sólo 8 años. Los ingresos por exportación han crecido aun más considerablemente, al pasar de 12.7 millones de dólares, en 1997, a 258.3 millones en 2005; es decir, se han multiplicado por más de 20 veces en el lapso señalado. Esto se ha traducido en una importante derrama económica para la región michoacana productora de aguacate.

En este panorama de bonanza económica, es evidente que todos los agentes económicos involucrados en la cadena del sistema de producción-comercialización-exportación de aguacate han sido directa o indirectamente beneficiados, en mayor o menor medida. Entre éstos pueden identificarse principalmente a: productores, empacadores, exportadores, viveristas, proveedores de insumos, prestadores de servicios, jornaleros, cortadores, transportistas e industriales.

Sin embargo, se sospecha que los exportadores michoacanos (sean éstos productores/exportadores o simplemente empacadores/exportadores) han sido directa y mayormente beneficiados que los productores que sólo abastecen los mercados domésticos. Por otro lado, es evidente que el número de productores es mucho mayor que el de los empacadores/exportadores. En efecto, en el primer caso se trata fundamentalmente de personas físicas que, en el caso michoacano, suman poco más de 13 mil, mientras que, en el segundo, sólo se trata de decenas de personas jurídicas

El problema a investigar consiste, pues, en conocer con mayor objetividad la situación en la que se encuentra actualmente el gremio de productores-comercializadores-exportadores de aguacate *Hass* en Michoacán para poder determinar si, como consecuencia de esas importantes corrientes de exportación al mercado norteamericano, los productores en general han sido beneficiados en sus niveles de ingresos en igual, menor o mayor medida que los productores/exportadores o que los empacadores/exportadores.

El **Capítulo III** define los objetivos y las preguntas de la investigación.

El objetivo general quedó definido de la siguiente manera:

Determinar si, como consecuencia de un desempeño exportador altamente exitoso del aguacate mexicano en los mercados mundiales y, particularmente, en el de los EEUU, se puede afirmar que México es competitivo en ese producto.

Para ello, se establecieron los objetivos específicos siguientes:

- Analizar el comportamiento de las exportaciones mexicanas del rubro de frutos comestibles (capítulo 08 del Sistema Armonizado), de 1994 a 2005; determinando el índice de ventaja comparativa revelada, al nivel de seis dígitos del Sistema Armonizado, e identificando los frutos específicos en los que México tiene un índice positivo.
- Dentro del listado de esos productos así identificados, precisar aquellos en los que México destaca en las exportaciones mundiales, precisando el nivel de su participación relativa en las corrientes globales de exportación.
- Tomar el caso del aguacate (080440 del mencionado Sistema Armonizado) como ejemplo para ahondar en el análisis de un producto específico que sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros productos.
- Identificar los 10 principales países compradores de aguacate, al nivel mundial, y ubicar la participación del aguacate mexicano en sus corrientes globales de importación, definiendo a cuáles de esos 10 países se exporta regularmente y cuál es la penetración del fruto mexicano en cada uno de ellos.
- Tomar el caso del mercado norteamericano como ejemplo para ahondar en el análisis del comportamiento de un producto (el aguacate) en un mercado en particular (el de los EEUU), que sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros mercados.
- Como consecuencia de todo lo anterior, proponer un método sistematizado de análisis para determinar y calificar el desempeño exportador de un producto genérico con buen desempeño exportador en los mercados mundiales que, además, pueda ser calificado como producto competitivo, al nivel global.

La pregunta central de investigación a la cual se pretende responder en la presente tesis es la siguiente:

¿Se puede afirmar que México es competitivo, al nivel mundial, en el caso del aguacate? ¿Por qué sí? o ¿Por qué no?

Habida cuenta de que, en la presente investigación, los términos *competitivo* y *competitividad* no está referido a las empresas en lo individual, ni a una industria en particular, ni tampoco a un país en general, sino a un bien básico que es producido por muchos agricultores y comercializado internacionalmente por unas cuantas empresas, otras preguntas relevantes son las siguientes:

¿existe o no una forma de determinar la competitividad internacional de un producto básico o genérico, como es el caso del aguacate?

¿puede ésta determinarse unívocamente?

¿qué otras condiciones, además de un buen desempeño exportador, son necesarias para poder calificar a un producto genérico como competitivo?

El **Capítulo IV** se refiere a las razones que justifican una investigación de la naturaleza de la que aquí se presenta; para ello, se analizan los siguientes puntos:

- Conveniencia
- Relevancia social
- Implicaciones prácticas
- Valor teórico
- Utilidad metodológica

El **Capítulo V** define la naturaleza y los alcances de la investigación.

En lo que corresponde a la naturaleza de la presente investigación, se puede afirmar que reviste las siguientes características:

- Mixta, ya que es cualitativa y cuantitativa, a la vez.
- Descriptiva en la primera etapa de la investigación de campo y concluyente en la segunda.
- No experimental, debido a que por su naturaleza misma, no se pueden manipular deliberadamente las variables
- Transeccional o transversal, en virtud de que la recolección de datos e informaciones se realizó durante un tiempo único y no se pudo hacer referencia a datos e informaciones similares recopiladas en el pasado.
- Correlacional o causal ya que se busca relacionar el desarrollo exportador con el incremento en los niveles de ingresos de los productores.

En cuanto a sus alcances, conviene recordar que, con la creciente y cada vez más sofisticada competencia internacional presente en casi todos los mercados del mundo, es indispensable que los exportadores mexicanos, sus organizaciones gremiales y las agencias gubernamentales vinculadas con el tema, estén bien conscientes de la posición competitiva actual que tienen los productos que ya se están vendiendo o tratan de venderse en los mercados extranjeros, sea en términos de simple desempeño exportador, ventaja comparativa revelada o competitividad.

De esta forma, las estrategias de fomento y desarrollo de las exportaciones, diseñadas por el sector privado o contenidas en los planes gubernamentales, deben tomar como punto de partida el nivel actual de competitividad para fijar objetivos y metas no sólo cuantificadas en términos macro- económicos, sino con dimensiones de desarrollo social de los agentes involucrados en la cadena de producción-comercialización-exportación.

Por lo tanto, los alcances y aportación de la presente investigación son en el sentido de contribuir a **un conocimiento más objetivo de la verdadera posición competitiva de México como exportador de frutos comestibles, utilizando, para ello, algunos instrumentos de medición del desarrollo exportador y ejemplificando, con el caso de los aguacates, la forma de analizar con detalle lo que puede estar ocurriendo con otros productos que también tienen un desempeño exportador notable y una dimensión socioeconómica considerable.**

El **Capítulo VI** plantea la hipótesis de la presente investigación.

Tomando en cuenta la coincidencia de opiniones de varias instituciones y autores que han definido la competitividad no sólo en términos del buen desempeño exportador sino de su repercusión en los niveles de ingreso y/o bienestar de la población en general en un país determinado; y considerando, por ello, que el buen comportamiento de las exportaciones es una condición necesaria, pero no suficiente, para ser competitivo, en la presente investigación, se trata de probar o rechazar la siguiente hipótesis:

En el caso del aguacate michoacano, existe una clara y directa relación entre desarrollo exportador y elevación de los niveles de ingreso de los productores, en los municipios autorizados para exportar a los EEUU.

El **Capítulo VII** se refiere al diseño de la investigación.

En primer lugar, se da cuenta de la tarea de análisis detallado de las estadísticas disponibles para determinar si, en el caso del aguacate, se está en presencia de un producto básico o genérico con un desempeño exportador sobresaliente, tanto al interior del conjunto de bienes al que pertenece (Capítulo 08 del Sistema Armonizado, denominado *frutos comestibles, cortezas de cítricos, melones o sandías*), cuanto en el ámbito mundial del comercio exterior de aguacates, así como en cada uno de los diez principales países importadores del globo.

Una vez definida la situación del desempeño exportador del aguacate mexicano en los mercados mundiales en años recientes, se describen las etapas seguidas en el proceso de la investigación de campo, que pueden ser resumidas de la siguiente forma.

La primera etapa, llevada al cabo durante abril y mayo de 2006, consistió en el diseño de un cuestionario estructurado y la realización de 63 encuestas a productores, independientemente de que estén exportando o no. El propósito de estas encuestas era recoger la opinión de los productores michoacanos de aguacate *Hass*, en el conjunto de los diez municipios debidamente autorizados para exportar hacia los EEUU hasta fines del 2005, respecto de su propia situación económica actual, en relación a la que tenían en 2000.

La segunda etapa de la investigación de campo fue realizada durante julio y agosto del mismo año y se centró en la obtención y el análisis detallado de informaciones gremiales de circulación restringida para determinar cuantitativa y unívocamente la forma en que se han distribuido los pingües ingresos derivados del reciente éxito exportador a los EEUU. Asimismo, con el propósito de incorporar algunos elementos de juicio cualitativos, se realizó una nueva ronda de entrevistas a fondo con algunos actores clave en la cadena, tales como: productores-exportadores a los EEUU, directivos de emparadoras-exportadoras autorizadas para exportar a dicho mercado, dirigentes gremiales y funcionarios públicos.

Como resultado de ambas etapas, se pudo finalmente llegar a una serie de conclusiones en torno al tema de la investigación, que se contienen en el siguiente y último capítulo.

El **Capítulo VIII** presenta los principales hallazgos de la investigación y contiene las conclusiones a las que se llegó durante la misma.

En resumen, se concluye que, en el caso del aguacate *Hass* de Michoacán, sí se está en presencia de un producto básico o genérico con un desempeño exportador sobresaliente pero cuyos resultados económicos se han concentrado en una minoría de empaadores y productores, sin haber alcanzado a impactar a todos los demás, en especial a los pequeños que, en razón de su tamaño quedan en franca desventaja frente a sus congéneres.

Por ello, debe rechazarse la hipótesis formulada en el sentido de la existencia de una clara y directa relación entre buen desarrollo exportador y elevación de los niveles de ingreso y/o bienestar de los productores en los municipios michoacanos autorizados para exportar a los EEUU.

Como colofón y resultante de la intensa experiencia tenida a lo largo de la investigación aplicada a un producto en particular, se estructuró una metodología *ad hoc* consistente en 30 parámetros para el análisis de casos semejantes al analizado aquí y que se presenta en el Anexo 1 de este trabajo con el título de:

Parámetros empleados para determinar la posible competitividad de un producto genérico de un país en particular

I MARCO CONCEPTUAL

1. Desarrollo exportador y ventaja comparativa revelada

El desarrollo exportador puede medirse de múltiples formas; desde la simple valoración de los flujos de exportación, sea en valor monetario o en volumen, hasta la determinación del llamado índice de ventaja comparativa revelada, o bien la cuantificación de la participación en las corrientes del comercio mundial o en las de un mercado en particular, pasando por varios esquemas de análisis, diseñados por algunas agencias especializadas de las Naciones Unidas.

El objetivo de todo ese tipo de mediciones es poder disponer de elementos de juicio objetivos y cuantitativamente precisos para determinar el comportamiento de la exportación de un país, en general, o de una rama industrial específica o, más concretamente, de un producto en particular, como es el caso de la presente investigación.

- Desarrollo exportador¹

La forma más elemental de determinar el desempeño exportador de un producto es atendiendo al crecimiento del volumen y valor de sus ventas al exterior, tanto en términos absolutos como en términos relativos.

A lo largo de la presente investigación, se analiza el comportamiento de las exportaciones a partir de 1994, debido a que es éste el primer año de vigencia del TLCAN y que, por otro lado, no es, sino a contar de 1997, cuando se inicia la gradual apertura del mercado norteamericano al aguacate mexicano, cuyas importaciones habían permanecido prohibidas, por razones fitosanitarias, desde principios del siglo XX.

El desarrollo exportador del aguacate mexicano, 080440 en la nomenclatura del Sistema Armonizado y 080440.01 en la clasificación de la actualmente vigente Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación, TIGIE, (DOF, 2002), ha sido excepcionalmente destacado en los últimos años.

En efecto, según el volumen exportado, se observa que de casi 33 mil toneladas que se enviaron al exterior en 1994, se pasó a un poco más de 229 mil en 2005; es decir, las exportaciones se multiplicaron siete veces, en números redondos, aunque con altibajos, lo que equivale a una tasa media de crecimiento anual (TMCA) del 21.4%. En términos del valor monetario de esas exportaciones durante el mismo lapso, se

¹ A lo largo de la presente investigación, se emplean indistintamente las expresiones desempeño, desarrollo o comportamiento exportador para referirse al desenvolvimiento de las exportaciones.

registra una TMCA del 26.9%, tal como puede verse en la tabla que se presenta a continuación.

Tabla 1 Volumen y valor de las exportaciones mexicanas de aguacate

Año	Miles de toneladas	% de crecimiento respecto al año anterior	Miles de dólares	% de crecimiento respecto al año anterior
1994	32.9	nd	29,535	nd
1995	54.6	66.0	34,466	16.7
1996	78.6	44.0	42,774	24.1
1997	49.8	(36.6)	42,968	0.5
1998	67.6	35.7	53,951	25.6
1999	55.9	(17.7)	58,632	8.7
2000	90.1	61.2	73,688	25.7
2001	73.0	(19.0)	78,030	5.9
2002	96.3	31.9	102,606	31.5
2003	124.2	29.0	203,314	98.2
2004	136.5	9.9	219,033	7.7
2005	229.1	84.5	407,582	86.1
TMCA 05/94		21.4		26.9

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la SAGARPA (SIAP), Secretaría de Economía (SIAVI) y de Bancomext (WTA)
nd = no disponible

Como se advierte en la tabla anterior, de un valor, en números redondos, de 29.5 millones de dólares en 1994, se registraron ventas de exportación por 407.6 millones en 2005; es decir, el valor se ha multiplicado casi 14 veces en el lapso considerado, lo que equivale a una TMCA del 26.9%. Comparando este crecimiento con el obtenido para el tonelaje exportado durante el mismo período (21.4%), se constata que el valor creció más aceleradamente que el volumen, por lo que puede afirmarse que se registraron aumentos del valor promedio de la exportación, durante el lapso analizado.

Desde otro punto de vista, al contrastar este crecimiento del valor monetario de la exportación de aguacate con el registrado por el conjunto de todos los frutos comestibles que integran el capítulo 08 de la TIGIE (ver Tabla 2), se constata que, mientras el segundo apenas ha multiplicado por tres su valor en el lapso 1994-2005, el aguacate se ha multiplicado casi catorce veces, en números redondos, como ya se dijo.

En efecto, la exportación de todo el capítulo 08 registra una tasa de crecimiento promedio anual de sólo 11% que, comparada con la obtenida para el aguacate (26.9%), resulta mucho más modesta. Adviértase, además, que la exportación de aguacate representa ya, en 2005, la cuarta parte del valor total exportado por el conjunto de frutos comestibles que constituyen el capítulo de referencia. Finalmente, en las cifras correspondientes al multicitado capítulo 08 se registran dos caídas, en 1997 y 2000, mientras que el aguacate no tiene sino incrementos anuales durante el lapso considerado. Todas estas cifras pueden observarse en la siguiente tabla.

Tabla 2 Valor de las exportaciones mexicanas de frutos comestibles, capítulo 08 de la TIGIE

Año	Miles de dólares	% de crecimiento con respecto al año anterior
1994	512,557	-
1995	626,996	22.3
1996	658,606	5.0
1997	650,855	(1.2)
1998	749,365	15.1
1999	812,555	8.4
2000	772,369	(5,0)
2001	777,535	0.7
2002	784,255	0.9
2003	1,120,406	42.9
2004	1,337,828	19.4
2005	1,614,109	20.6
TMCA 05/94		11.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía (SIAVI) y de Bancomext (WTA)

En resumen, atendiendo al desarrollo de la exportación mexicana de aguacate, tanto en cantidades físicas como en valor monetario, se puede afirmar contundentemente que se está en presencia de un producto genérico² que acusa un excelente desempeño exportador en los últimos años.

- Concepto de ventaja comparativa revelada

Otra forma de medir el desarrollo exportador, consiste en la determinación de las ventajas comparativas reveladas “que son indicadores prácticos para determinar, en forma indirecta, las ventajas comparativas que tiene un país” (Arias y Segura, 2003, pag. 1)³ En este sentido, conviene recordar que,

“ventaja comparativa y ventaja absoluta no se refieren a lo mismo y pueden conducir a errores de interpretación. La *ventaja absoluta* la tienen los países con menores costos de producción, y la *ventaja comparativa* la tienen aquellas economías con un menor *costo de oportunidad* de los recursos. Un país que tenga *desventaja absoluta* se beneficia del comercio de aquellos productos para los cuales tiene ventaja

² Se habla de producto “genérico” para significar cualquier producto de los sectores agropecuario, pesquero, forestal o minero, sin mayor procesamiento, y en cuya producción participan fundamentalmente personas físicas; en este tipo de productos casi no existen marcas comerciales, a pesar de que pueden encontrarse ocasionalmente esfuerzos de algunas empresas por diferenciar su producto, sea por ese camino o bien por el uso de denominaciones de origen o de promoción de ciertas variedades del producto en cuestión, tal como ocurre en el caso específico del aguacate en donde la variedad denominada *Hass* es la que prima en el comercio internacional. Otros sinónimos que podrían emplearse son: “materias primas” o “productos básicos”; en inglés, se podría utilizar el término “commodity” para denominar a este tipo de productos.

³ “Varios autores han usado datos sobre comercio para medir la ventaja comparativa (Liesner, 1958; Balassa, 1965; Vollrath, 1991; Scott y Vollrath, 1992, entre otros), sin embargo Balassa fue el primero en llamar a este tipo de análisis *ventaja comparativa revelada*” (Arias y Segura, 2003, pag.3)

comparativa. De esta forma, todos los países se benefician de la especialización y del comercio internacional, al disfrutar de una producción mundial mayor, de mejor calidad y a un menor costo de oportunidad” (Arias y Segura, 2003, pag.2).

Al aplicar la fórmula para el cálculo del índice de ventaja comparativa revelada propuesta por Vollrath⁴, la cifra que se obtuvo para el aguacate, que se comentará con todo detalle en el Apartado 1 del Capítulo VII de la presente investigación, resultó excepcionalmente alta (8.31 en 1994) debido, por un lado, a que México no importa este fruto en lo absoluto y, por el otro, a que este producto mexicano se sitúa en la primera posición mundial de exportación, con alrededor de una tercera parte del total vendido al nivel global.

- Desempeño exportador según la participación en los principales mercados importadores

Una tercera forma de determinar el desempeño exportador de un producto, es recurrir al análisis de la participación que éste tiene en los principales mercados del mundo. Para ello, se tienen que identificar, primero, cuáles países ocupan las primeras posiciones mundiales como importadores y, luego, determinar cuál es la participación del producto bajo estudio en esos flujos de compra.

En el caso específico del aguacate, los diez principales países importadores del mundo son, según estadísticas de *Agrostat Agriculture* (FAO, 2006) y del Centro de Comercio Internacional, *Trade Maps y Product Maps* (CCI, 2006), los siguientes, en orden descendiente: EEUU, Francia, Japón, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Canadá, España, Australia y Suecia.

En su conjunto, esos 10 países representaron el 86.5% del valor total de la importación global que, en 2004, ascendió a 707.9 millones de dólares.

Como se verá con detalle en el Capítulo VII de la presente investigación, México exporta regularmente a cuatro de estos mercados (EEUU, Francia, Japón y Canadá), teniendo una participación de *quasi* monopolio en dos de ellos (Japón y Canadá); en los otros dos, (EEUU y Francia), su participación en los flujos de importación es importante –34% y 18%, respectivamente, en 2004–, aunque enfrenta una importante y creciente presencia de sus principales competidores.

En otros tres mercados europeos (Holanda, Alemania y España) la participación mexicana es marginal, ya que no alcanza sino entre 2% y 3% del total de las importaciones.

Finalmente, en los otros tres países restantes (Reino Unido, Australia y Suecia) el aguacate mexicano no está presente, simple y llanamente.

⁴ “El índice más utilizado en el cálculo de las ventajas comparativas reveladas, por sus atributos teóricos, es el *índice de ventaja comparativa revelada (VCR)*” de Vollrath, 1991 (Arias y Segura, 2003, pag.3)

En resumen, se puede afirmar que el desempeño exportador del aguacate mexicano en los diez principales países importadores acusa comportamientos disímboles. En dos de ellos es sobresaliente; en otros dos es satisfactorio y en los seis restantes es muy pobre. Por esta razón, el desempeño exportador del aguacate mexicano, de acuerdo a estos parámetros, sólo es muy bueno en dos mercados pero no lo es al nivel mundial.

2. Competitividad

La *competitividad* en su acepción gramatical es, según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española, la “capacidad de competir” o bien, la “rivalidad para la consecución de un fin” Por su parte, el adjetivo *competitivo* denota lo perteneciente o relativo a la competición y significa “capaz de competir” (REA, 2006) Ambas palabras, sustantivo y adjetivo, existen mucho antes de que se les adjudicara una significación especial dentro del ámbito de los negocios y la economía.

- La influencia de Porter

Sin duda alguna, quien más contribuyó a popularizar el nombre *competitividad* y el calificativo *competitivo(a)* en el contexto empresarial fue el destacado profesor Michael E. Porter⁵. Los títulos de tres de sus obras más célebres así lo demuestran: *Estrategia Competitiva*, *Ventaja Competitiva* y *La Ventaja Competitiva de las Naciones*⁶

La primera obra (*Estrategia Competitiva*) ofrece un conjunto de técnicas analíticas para examinar el estado actual de los sectores industriales y su posible evolución en el futuro. Así, se puede comprender mejor la competencia existente en un sector industrial en particular y determinar la posición que una empresa ocupa en ese marco competitivo; como consecuencia de esta determinación, las empresas interesadas pueden definir una estrategia competitiva para elevar su participación en el mercado y, con ello, su competitividad y su rentabilidad. Algunos de los escenarios tipificados y descritos por Porter para el análisis de los sectores o ramas industriales, respecto de los cuales las empresas deben definir su estrategia, son: industrias, sectores o ramas, *fragmentados*, *nacientes*, *en transición a la madurez*, *en decadencia* o con una *perspectiva global* (Porter, 1982).

La segunda obra mencionada (*Ventaja Competitiva*) se basa en la precedente y tiene que ver con conceptos que se han vuelto paradigmáticos en los medios empresariales. Entre otros, que el fracaso o éxito de cualquier empresa depende de su ventaja competitiva sostenida (Porter, 1987)

De esta forma, la ventaja competitiva, al nivel de una empresa en particular, es la ventaja relativa que dicha empresa tiene, dentro de su industria, para crear y ofrecer mayor valor a sus clientes, que el que es ofrecido por sus competidores. Esta ventaja deriva de la forma en la que la empresa se organiza para realizar una serie

⁵ Tal vez, en deliberada evocación del tradicional concepto de ventaja *comparativa*, del economista clásico David Ricardo.

⁶ Publicadas originalmente por la casa editorial Free Press de la ciudad de Nueva York en 1980, 1985 y 1990, respectivamente. Las versiones traducidas al español de las dos primeras fueron realizadas en México por la Compañía Editorial Continental, S.A. (CECSA) en 1982 y 1987, respectivamente; la tercera, en Buenos Aires por Javier Vergara Editor en 1991.

de actividades internas que, en su conjunto, conforman lo que Porter denomina la *cadena de valor*⁷. (Porter, 1987)

Continúa afirmando Porter (Porter, 1987):

- “La estrategia competitiva es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector industrial, la arena fundamental en la que ocurre la competencia” (pag.19)
- “La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa es capaz de crear para sus compradores, que exceda el costo de la empresa por crearlo” (pag. 20)
- “En términos competitivos, el valor es la cantidad que los compradores están dispuestos a pagar por lo que una empresa les proporciona. El valor se mide por el ingreso total, es un reflejo del alcance del producto en cuanto al precio y de las unidades que puede vender. Una empresa es lucrativa, si el valor que impone excede a los costos implicados en crear el producto” (pag. 54)

Porter concluye que, por todo lo anterior, una empresa es rentable sólo si el valor es superior a la suma de los costos totales para ofrecerlo, teniendo la empresa la opción de aplicar, además, cualquiera de tres estrategias genéricas, identificadas y descritas por él mismo: *liderazgo en costo*, *diferenciación* o *enfoque* o una combinación de ellas (Porter, 1987)

Ambas obras citadas hacen referencia, pues, al concepto de competitividad referido a las empresas en lo particular, dentro del sector de su actividad.

Finalmente, en la tercera obra citada –*Ventaja Competitiva de las Naciones*–, Porter se propone analizar las razones que explican el por qué algunos países son más competitivos que otros en una cierta industria y, al efecto, desarrolla una poderosa herramienta de examen analítico para conocer la posición que ocupan unos países con respecto de otros. Para ello, crea su ahora famoso, “*diamante de competitividad*” que permite sistematizar el análisis de la competitividad de un país en una cierta industria (Porter, 1991).

Así, a partir del concepto de “valor” (diferencia entre costos totales y valor total para el cliente), el profesor Porter estructura toda una teoría de la “ventaja competitiva” en su ya mencionada trilogía de publicaciones⁸. Según él, el concepto de competitividad –definida siempre con relación a los competidores–, como una legítima aspiración no sólo de las empresas sino de los países mismos, describe y resume el acontecer de los negocios actuales en el esquema del neoliberalismo y de la creciente apertura de los mercados, comúnmente llamada *globalización*⁹.

⁷ Esta *cadena de valor* está conformada por cinco actividades primarias y cuatro de apoyo. Las primeras son: logística de entrada (*inbound logistics*), operaciones (*operations*), logística de salida (*outbound logistics*), mercadotecnia y ventas (*marketing and sales*) y servicios (*services*). Las segundas son: abastecimientos (*supplies*), desarrollo de tecnología (*technology development*), recursos humanos (*human resources*) e infraestructura de la empresa (*firm infrastructure*)

⁸ “*Estrategia Competitiva*”, “*Ventaja Competitiva*” y “*La Ventaja Competitiva de las Naciones*”

⁹ En la presente investigación, se utilizan indistintamente los términos *globalización* y *mundialización*. El primero, una traducción literal del inglés; y, el segundo, más castellano y menos común en México.

Dejando a un lado, por el momento, las ideas de Porter, es evidente que, entre las actividades lucrativas que desarrolla el ser humano –es decir, cualquier tipo de negocio lícito–, un objetivo fundamental que se persigue, independientemente del tipo de empresa o de empresario que se trate, es la generación de utilidades que permitan crecer y prosperar en un ambiente crecientemente agresivo, sofisticado y, ahora, mundializado o globalizado. Estas utilidades sólo pueden obtenerse legítimamente de la diferencia entre el precio de venta y los costos y gastos totales; es decir, el margen bruto de utilidad, en términos contables.

En ese contexto, es conveniente no perder de vista el hecho de que el desempeño –exitoso o frustrado– de las empresas reside en el ámbito de la microeconomía; es decir, en la actuación individual de cada una de las empresas que conforman una industria determinada, donde compiten, dentro del macro-marco de una cierta realidad económica, tecnológica, política, jurídica, social, cultural y natural del país (o los países) en el que operan.

Para delimitar su propia actividad, cada empresa puede optar por circunscribir su actuación sea dentro de un ámbito local, regional, nacional o internacional; pero, independientemente del espacio geográfico que elija para desempeñarse, la competencia puede provenir, no sólo de dicho espacio, sino de cualquier parte del planeta, debido a la casi total apertura actual de los mercados en la mayoría de los países que, no por ello, deja de ser tema de controvertido debate¹⁰.

Por otro lado, no basta con que la empresa sea competitiva en sí sino que, para tener éxito internacional o simplemente doméstico, debe inscribir su actuación dentro de un ámbito que trasciende su propio campo de acción y en el cual su desempeño es simplemente un eslabón del ejercicio de producir y ofrecer mayor valor que sus competidores. En ese ámbito externo a la empresa misma están incluidos, además de ella misma, sus proveedores, sus canales de distribución y aún las expectativas de sus propios clientes y consumidores.

Al final, triunfan en los mercados las empresas que pueden ofrecer el mejor producto o servicio, al menor precio en el lugar y tiempo adecuados. Esto implica, entre otras muchas cuestiones importantes:

- tener la habilidad de innovar, desarrollando la tecnología adecuada como consecuencia de actividades de investigación y desarrollo,
- crear y promover diseños atractivos,
- concebir y ofrecer una acreditada marca (*brand equity*)
- ser capaz de producir a menores costos que sus competidores
- distribuir físicamente el producto en las condiciones más eficientes, aun en mercados extranjeros distantes

¹⁰ Simplemente considérese lo que está actualmente aconteciendo con la ronda Doha de negociaciones de la OMC

Cuando una empresa no es capaz de distinguirse favorablemente respecto de sus competidores, ve disminuir su rentabilidad y, casi seguramente, su participación en los mercados; en el caso extremo, acaba por dejar de existir con las negativas consecuencias implícitas para todas las partes legítimamente interesadas en ella: propietarios, directivos y trabajadores, proveedores, clientes, prestadores de servicios especializados, el fisco y la comunidad en general.

A todo este complejo conjunto de atributos positivos de la actuación de las empresas en los mercados ha dado en llamársele *competitividad* en la jerga común y corriente que, sin lugar a dudas, deriva de las ideas de Porter. Por extensión del concepto de *competitividad* directamente aplicable a una empresa, frecuentemente se habla de *competitividad* de un sector de actividad económica o de un gremio en particular, tal como se hace en el presente trabajo.

Siguiendo el orden de ideas hasta aquí expresadas, puede concebirse que las empresas que conforman un sector prosperen, si son lucrativas, porque son *competitivas*; o, por el contrario, vean disminuida su rentabilidad, porque no lo son, y vayan desapareciendo gradualmente hasta que el sector mismo ya no exista, porque ya no haya empresas que lo conformen.

Por este infortunado camino es que, en México, se han debilitado significativamente algunos sectores productivos –con la consecuente pérdida de empleos y deterioro de las posibilidades de desarrollo– y, de seguir las cosas como van, seguramente algunos otros tenderán a desaparecer, impactados por la adicional complejidad de la creciente competencia mundial de países altamente competitivos, en particular algunos en vías de desarrollo del Oriente y de la propia América Latina.

Baste un ejemplo para ilustrar lo anterior. A pesar de que México es importante productor de manzanas, especialmente en el norte del país, recientemente los productores mexicanos de jugos de frutas han venido prefiriendo comprar el concentrado de esa fruta, producido y exportado exitosamente por Chile, en vez de adquirir las manzanas frescas en México; la decisión tiene un fundamento empresarial lógico: como fabricante de jugos, es más conveniente adquirir el producto procesado chileno que el producto fresco mexicano, tanto por costo como por calidad y aseguramiento de los abastecimientos.

Pero, es evidente, que lo que acontecerá, si las cosas siguen así, es que los agricultores y las empresas en general que se dedican a la producción de manzanas tenderán a desaparecer, como proveedores de los fabricantes de jugos de su propio país, por ineficientes y faltos de competitividad. Esta hipotética, pero probable, situación –el fracaso del conjunto de productores de esa fruta– tendría impactos negativos mayores que la simple desaparición de una empresa en particular, dentro de un sector.

En este sentido, la afirmación de David Ibarra es muy pertinente:

“los países quedan librados a que la inversión foránea y la extranjerización de las mejores empresas nacionales aporten los recursos para sostener.....el andamiaje

económico del reformismo neoliberal,.....mientras las estructuras sociales.....siguen derrumbándose” (Ibarra, 2004, pag. 11)

Por su lado, Felipe Torres dice:

“Las políticas macroeconómicas que se establecieron en nuestro país desde hace más de una década otorgaron a la producción de alimentos un lugar subordinado en las estrategias de desarrollo. La concepción es que las ventajas comparativas de México radican en aquellos renglones que permiten una inserción más rentable en el comercio internacional con otro tipo de productos, antes que generar internamente lo que el mercado nacional demanda.

En la administración salinista se abandona el objetivo de autosuficiencia alimentaria y se sustituye por el de abasto de alimentos para la población. Ello significa buscar al proveedor más barato, es decir las fuentes externas de aprovisionamiento, desplazando con ello a los productores nacionales, ya que el mercado mundial está dominado por la producción subsidiada de alimentos” (Torres, 1997, pag.65)

Así, pues, es conveniente tener en consideración el hecho de que la competitividad se puede ubicar y dimensionar en varios planos:

- para una empresa específica, siempre dentro de su sector (Porter, 1982 y 1987);
- para un sector en particular de un país, con respecto a la competencia global (Porter, 1990); o bien,
- para los países mismos o para una región en particular (FEM 2006 e IMD 2006)¹¹

Aunque podría decirse que la presente investigación versa sobre la segunda de las dimensiones de la competitividad, debido a que se trata del sector de frutos comestibles¹² y, específicamente, de uno de ellos –el aguacate–, debe hacerse una salvedad importante: no se trata aquí del análisis de la competitividad de las empresas que conforman un sector industrial –que es lo que propone Porter–, sino de la del conjunto de los productores-agricultores de un producto básico o genérico.

Por ello, el centro de atención no son las empresas mismas, sino las personas físicas quienes, aunque ocasionalmente puedan dar nacimiento a una persona jurídica, en su gran mayoría, actúan individualmente y es innegable que constituyen un grupo social numeroso dentro de una región en especial de México (diez municipios del Estado de Michoacán). En este sentido, también podría tratarse de la

¹¹ Esta vertiente de la competitividad se verá con detalle en el apartado denominado Competitividad de los países y regiones de este mismo capítulo donde es interesante observar que el IMD ya mide ahora, además de la competitividad de 52 países, la de 8 regiones que, a veces, se ubican por encima del puntaje que se otorga a sus propios países: Zhejián, Baviera, Cataluña, Isla-de-Francia, Ródano-Alpes, Maharashtra, Lombardía y Sao Paulo.

¹² Entendido como el conjunto de productos que conforman el Capítulo 08 del Sistema Armonizado, desglosándolo al nivel de seis dígitos de dicho Sistema; es decir, Capítulo, Partida y Subpartida y centrando la atención en un fruto en particular: el aguacate (080440)

tercera dimensión de la competitividad: referida a una región específica que se especializa en la producción de un fruto en particular.

De cualquier forma, la presente investigación se encamina hacia la competitividad referida al gremio de productores y exportadores de aguacate y, al mismo tiempo, alude a los diez municipios en donde se asientan los huertos que conforman la totalidad de la producción autorizada para ser exportada al mercado estadounidense. En ningún caso, pues, se trata de la competitividad de una empresa en lo individual.

- La crítica a la competitividad

Evidentemente las proposiciones de Porter no despertaron ningún interés crítico de los economistas mientras se circunscribieron al ámbito de las empresas y sus estrategias competitivas particulares para tener éxito dentro del sector de su actividad, sea al nivel doméstico o en un panorama mundial.

Sin embargo, en cuanto Porter incursionó en el tema de competitividad referida a los países, se comenzó a generar una corriente crítica que no estaba de acuerdo con sus proposiciones en torno a las bondades de la competitividad de las naciones en los mercados mundiales, como parámetro de su buen desempeño económico.

Uno de los primeros y más severos críticos fue el también famoso economista Paul Krugman, quien manifiesta en su célebre artículo, publicado en *Foreign Affairs* en 1994, *Competitiveness: A Dangerous Obsesión*, que su escrito prueba tres puntos¹³:

“Primero que los argumentos acerca de la competitividad son, en tanto que materia empírica, casi completamente infundados. Segundo, trata de explicar el por qué el definir el problema económico como uno de competencia internacional resulta tan atractivo para tanta gente. Finalmente, argumenta que la obsesión con la competitividad no sólo está equivocada sino que es peligrosa, tergiversando las políticas domésticas y amenazando el sistema económico internacional”. (Krugman, 1994, pag. 1)

También es digna de mención la opinión de Howard Davies y Paul Ellis quienes en su artículo *Porter's Competitive Advantage of Nations: Time for the Final Judgement?* plantean, en traducción libre del autor, que aunque Porter tenía la pretensión de que su libro constituyera un puente entre la literatura teórica acerca de la administración estratégica y la de la economía internacional y así constituir las bases para políticas nacionales mejoradas acerca de la competitividad, Porter presentó sus argumentaciones de manera confusa. En particular, en lo referente:

“al objeto de análisis que resultó un enredo entre la explicación para la productividad al nivel nacional y la correspondiente al éxito en las participaciones de mercado, al nivel de industria” (Davies y Ellis, 2000, pag. 1190)

Además de esta crítica, los autores también ponen en tela de juicio lo adecuado de pretender sustituir el concepto de *ventaja comparativa* por el de *ventaja competitiva*. Y, por si fuera poco, también argumentan sólidamente en relación al sustento teórico y empírico del célebre engendro porteriano: el *Diamante de la Competitividad*, con sus cuatro elementos fundamentales y dos complementarios¹⁴.

Por otro lado, Reinert afirma que:

¹³ Traducción libre del autor.

¹⁴ Se trata de: la *dotación de factores*, la *existencia y rivalidad entre empresas competidoras*, las *industrias relacionadas y de apoyo* y la presencia de una importante *demanda doméstica* como elementos fundamentales y de la *actuación del gobierno* y el *papel de la suerte o casualidad*, como elementos complementarios.

“La oposición al término *competitividad* parece caer en dos categorías: El primer grupo pone en tela de duda que la competitividad sirva de base para el sistema económico mundial. El segundo cuestiona la validez del concepto tal cual. La primera categoría está representada por el Grupo de Lisboa.....que plantea algunos cuestionamientos acerca de la viabilidad de largo plazo de un planeta gobernado por lo que uno de ellos llama *El evangelio de la Competitividad*¹⁵. El grupo de la segunda categoría consiste principalmente de economistas neo-clásicos que consideran el término sin significado.” (Reinert, 1994, pag. 2)

Pero también han existido corrientes crítica implícitas ya que, apoyándose en la aportación porteriana del *Diamante de la Competitividad*, se han dado a la tarea de calificarlo como inacabado y han propuesto mejoras para tener una interpretación más integral de la competitividad. Es éste el caso de Dong-Sung Cho y Hwy-Chang Moon de la Universidad Nacional de Seúl, quienes en su libro *From Adam Smith to Michael Porter. Evolution of Competitiveness Theory* en vez de proponer cuatro dimensiones para medir la competitividad, sugieren nueve factores (Dong-Sung & Hwy-Chang, 2000).

En resumen, durante la presente investigación ha sido inevitable referirse a los conceptos del profesor Porter en relación a la competitividad, debido a que, además de haberlos introducido como neologismos al mundo de los negocios, deliberadamente los vincula al desempeño exportador en los mercados mundiales, que es justo el tema central de la presente tesis.

Sin embargo, eso no significa, de ninguna manera, que se esté tomando partido a favor de las proposiciones de Porter sino que sólo se pretende aportar una modesta contribución a la nutrida polémica actual, con un enfoque diferente del controvertido tema de la competitividad, ofreciendo nuevos ángulos de análisis, hasta ahora no examinados detenidamente.

En efecto, esta investigación pretende demostrar si en efecto, tal como lo afirman varios autores (Porter entre otros), la competitividad se traduce en elevación del nivel de vida de los habitantes de un país o región.

En particular, en el caso de la aplicación de estos conceptos de competitividad a un producto básico o genérico –en vez de empresas, industrias o países– y al examen del impacto de un desempeño exportador sobresaliente en los niveles de ingresos de los miles de productores directamente involucrados en la cadena producción-comercialización-exportación –en vez de una simple medición, en términos macroeconómicos, del incremento en el PIB o el INB *per capita* en un país, región o ciudad en particular.

¹⁵ Se trata de Riccardo Petrella autor de *L'evangile de la competitivité* en la edición de septiembre de 1991 de *Le Monde Diplomatique*, Paris

- Competitividad de los países y regiones

Hasta aquí ha quedado planteado el tema de competitividad, tal como lo concibió originalmente Porter en sus varias acepciones, trátase de las empresas, de las industrias o sectores o de los países. Ahora, teniendo en consideración que el tema central de la presente investigación es la competitividad de un producto básico o genérico¹⁶ (el aguacate, que se inscribe dentro de la rama de frutos comestibles), para efectos de determinar la naturaleza de su desempeño exportador y su posible competitividad global, conviene referirse al tema de dicha competitividad, con un enfoque que vaya de lo general a lo particular. Primero, a la de los países para ubicar a México en el panorama mundial; después, comentar acerca de lo que, en el ámbito doméstico de México, se ha dicho y hecho en la materia; y, subsecuentemente en el Capítulo II, centrar la atención en los frutos comestibles para, finalmente, versar sobre la competitividad del aguacate, en particular.

En este entendido, se hacen, a continuación, algunos comentarios sobre los aspectos más relevantes de la competitividad de los países y de la posición global que ocupa México.

En este tema de la competitividad de los países, las dos organizaciones más conocidas y consultadas son: el Foro Económico Mundial¹⁷ (WEF, por sus siglas en inglés, *World Economic Forum*), en Davos, y el Instituto Internacional para el Desarrollo de la Gerencia (IMD, por sus siglas en inglés, *Internacional Institute for Management Development*), en Lausana, ambas en Suiza.

De acuerdo con lo publicado en los Informes de Competitividad Mundial (FEM, 2006), el Foro reúne anualmente, en Davos, a empresarios, funcionarios y académicos que se esfuerzan por definir los factores críticos del desarrollo y buscan determinar la competitividad de más de cien naciones que, en su conjunto representan la casi totalidad (98%) del PIB mundial. Los resultados obtenidos son publicados, también anualmente, en su Informe de Competitividad Global (*Global Competitiveness Report*)

Los participantes en ese Foro, bajo la dirección de los profesores Jeffrey Sachs y John McArthur, han identificado hasta ahora tres pilares fundamentales para medir el Índice de Competitividad del Crecimiento (*Growth Competitiveness Index, GCI*) que, a su vez, está conformado por varios subíndices especializados en cada uno de los tres siguientes aspectos:

- la calidad del entorno macro-económico (Subíndice de Ambiente Macroeconómico)
- el estado de las instituciones públicas (Subíndice de Instituciones Públicas)
- los aspectos tecnológicos (Subíndice de Tecnología)

¹⁶ Tema que no ha sido comentado específicamente por Porter.

¹⁷ Fundado en 1971 por el Dr. Klaus Schwab como una fundación no lucrativa.

Para la elaboración del mencionado Índice (GCI) no sólo se utilizan los llamados datos duros (estadísticos) sino que éstos se complementan con los resultados que se obtienen anualmente de la Encuesta de Opinión de los Directivos (*Executive Opinion Survey*)

Es importante recordar aquí que, en lo que respecta al Subíndice Tecnológico, el Foro divide a los países participantes en dos categorías: los “auténticos” innovadores (“*core innovators*”) que sólo son 25 y cuya característica distintiva es que tengan más de 15 patentes registradas en los Estados Unidos por cada millón de habitantes¹⁸ y el resto de los países sujetos a examen por parte del Foro.

Por supuesto que esos 25 países son los más desarrollados: EEUU, Japón, doce países miembros de la Unión Europea (Suecia, Finlandia, Alemania, Holanda, Luxemburgo, Dinamarca, Bélgica, Francia, Austria, Reino Unido, Irlanda e Italia), Suiza, Noruega, Islandia, los cuatro Tigres Asiáticos (Taiwán, Singapur, Corea y Hong Kong), Israel, Canadá, Australia y Nueva Zelanda.

Estos países, que se ubican en la frontera tecnológica, continúan innovando regularmente, como resultado de sus actividades de investigación científica y desarrollo tecnológico, tanto gubernamentales como empresariales y académicas y, con ello, propician el que sus empresas sean más competitivas en la arena internacional. En el resto de los países –la mayoría en términos numéricos–, la innovación se da incipientemente y, por ello, casi todos se encuentran frecuentemente obligados a depender de los avances tecnológicos realizados por los países más adelantados, copiando y/o adaptando la tecnología que consideran indispensable.

Pero, volviendo al tema del Índice de Competitividad del Crecimiento (GCI, por sus siglas en inglés), México se situó, en 2005, en la posición global número 55, habiendo bajado tres niveles con respecto al año inmediato anterior. Sólo dos países latinoamericanos superan a México; se trata de Chile y Uruguay, que se ubican en las posiciones número 23 y 54, respectivamente. En el caso de Chile, es importante notar que se encuentra por encima de seis países desarrollados: Luxemburgo, Irlanda, Israel, Hong Kong, España y Francia.

En la tabla que se muestra a continuación, se presentan los primeros treinta países en orden decreciente según su GCI en 2005. Es interesante hacer notar que la lista de estos primeros 30 países en términos de competitividad está integrada casi exclusivamente por países desarrollados, salvo por las siguientes cuatro excepciones: Emiratos Árabes Unidos, Qatar, Chile y Malasia.

Sin embargo algunos países desarrollados, todos ellos actualmente miembros de la Unión Europea¹⁹, se ubican por debajo de la trigésima posición: Bélgica (31),

¹⁸ La fuente de información empleada es la Oficina de Patentes y Marcas de los EEUU

¹⁹ Constituida actualmente por 25 países miembros

Eslovenia (32), Chipre (34), Malta (35), República Checa (38), Hungría (39), República Eslovaca (41), Lituania (43), Letonia (44), Grecia (46) e Italia (47).

Tabla 3 Índice de competitividad del crecimiento (GCI), 2003-05

País	Rango 2003	Rango 2004	Rango 2005	Calificación 2005
Finlandia	1	1	1	5.94
EEUU	2	2	2	5.81
Suecia	3	3	3	5.65
Dinamarca	4	5	4	5.65
Taiwán	5	4	5	5.58
Singapur	6	7	6	5.48
Islandia	10	10	7	5.48
Suiza	8	8	8	5.46
Noruega	6	6	9	5.40
Australia	14	14	10	5.21
Holanda	12	12	11	5.21
Japón	9	9	12	5.18
Reino Unido	11	11	13	5.11
Canadá	15	15	14	5.10
Alemania	13	13	15	5.10
Nueva Zelanda	18	18	16	5.09
Corea	29	29	17	5.07
EAU	16	16	18	4.99
Qatar	-----	-----	19	4.97
Estonia	20	20	20	4.95
Austria	17	17	21	4.95
Portugal	24	24	22	4.91
Chile	22	22	23	4.91
Malasia	31	31	24	4.90
Luxemburgo	26	26	25	4.90
Irlanda	30	30	30	4.86
Israel	19	19	27	4.84
Hong Kong	21	21	28	4.83
España	23	23	29	4.80
Francia	27	27	30	4.78
México	47	48	55	3.92
Total de países	102	104	117	

Fuente: Elaboración propia con base en datos del FEM

Más recientemente, el índice que se comenta (CGI) se complementó y enriqueció, gracias a una aportación del multi-referido Michael E. Porter, con uno nuevo, denominado Índice de Competitividad de los Negocios (BCI, por sus siglas en inglés, *Business Competitiveness Index*), que pretende analizar en forma sistemática los fundamentos micro-económicos de la competitividad y el desarrollo económico de los países (Porter, 2004).

La importancia de incluir este índice, en complemento del ya existente, se fundamenta en el hecho de que, mientras la estabilidad política y las reformas de política macroeconómica son dimensiones importantes y necesarias para el desarrollo económico, no son suficientes, por sí mismas, para crear las condiciones que permitan mayor prosperidad nacional. Es indispensable que ésta se sustente en la operación y la estrategia de las empresas en lo individual que, por definición, se ubican en un entorno micro-económico y sectorial (Porter, 2004).

Por otra parte, existe suficiente evidencia empírica acerca del hecho de que, en el régimen capitalista, son las empresas y no el Estado las que generan riqueza, por el camino de la obtención de utilidades y, con ellas, contribuyen a la prosperidad nacional y a la elevación del nivel de vida de sus ciudadanos. Este concepto de generación de riqueza es totalmente independiente del régimen de propiedad que revistan las empresas mismas (Garelli, 2003, pag. 702-713)

El Índice de Competitividad de los Negocios que ahora se comenta (BCI, por sus siglas en inglés) está, a su vez compuesto de dos elementos: las operaciones y estrategias empresariales y la calidad del entorno de negocios nacional (Porter, 2004)

La posición que ocupó México en 2005 en este clasificador mundial de la competitividad de las empresas es la número 60, habiendo descendido siete lugares con respecto a 2004. Es interesante destacar que cinco países latinoamericanos superan a México en este índice: Chile, Brasil, Costa Rica, Colombia y El Salvador.

En el caso mexicano, los principales obstáculos para hacer negocios resultaron el acceso al financiamiento, la excesiva burocracia y las regulaciones fiscales, entre otros (CECIC, 2005)

En general, México se encuentra por debajo del conjunto de países desarrollados – incluyendo en esta categoría a los diez nuevos miembros de la Unión Europea²⁰– y siendo superado, además, por los 22 en desarrollo que se muestran en la siguiente tabla.

²⁰ Polonia, Hungría, República Checa, República Eslovaca, Eslovenia, Chipre, Malta, Estonia, Lituania y Letonia

Tabla 3 bis Lista de economías en desarrollo que superan a México en el Índice de Competitividad de los Negocios, 2005

País	Posición 2005
1 Malasia	23
2 Sudáfrica	28
3 Chile	29
4 India	31
5 Emiratos Árabes Unidos EAU	33
6 Túnez	35
7 Tailandia	37
8 Jordania	43
9 Qatar	44
10 Ghana	45
11 Kuwait	47
12 Brasil	49
13 Costa Rica	50
14 Turquía	51
15 Mauricio	52
16 Jamaica	53
17 Bahrein	54
18 Botswana	55
19 Colombia	56
20 China	57
21 El Salvador	58
22 Indonesia	59
México	60

Fuente: Elaboración propia con base en datos del *World Competitiveness Report 2005-2006*, Foro Económico Mundial 2005, Davos, Suiza

En el tema de la competitividad de los países, además del Foro de Davos, es conveniente tomar en consideración al *International Institute for Management Development, IMD*, que se estableció en enero de 1990, como resultado de la fusión de dos escuelas de negocios; el IMI, que había sido fundado en Ginebra por Alcan, en 1946, y el IMEDE, fundado en Lausana en 1957, por Nestlé. El IMD ofrece actualmente educación para empresas grandes y medianas, así como para personas físicas. Además, cuenta con un centro especializado en competitividad, denominado *World Competitiveness Center* que, de manera similar a lo que hace el Foro Económico Mundial de Davos, también se dedica a medir el nivel de competitividad de los países y, a partir de 2004, de algunas regiones (IMD, 2006)

Esta institución publica anualmente la Tabla de Resultados de la Competitividad Mundial (*The World Competitiveness Scoreboard*) de 51 países y, a partir de la edición 2004, de 9 regiones pertenecientes a 8 países: China, Alemania, España, Francia, India, Italia, Reino Unido y Brasil. En total, pues, se clasifican a 60 economías, según el puntaje que obtienen sobre una escala de 0 a 100. Los EEUU ocuparon la excelencia, en 2004 y 2005, al obtener 100 puntos.

La posición que ocupó México en la Tabla correspondiente a 2005 fue la 56ª, habiendo conservado el mismo rango que tenía en 2004 y descendido de la 53ª, que

es la que tenía en 2003. En términos de calificación, México apenas obtuvo 41.483 puntos, sólo superado, en sentido negativo, por Polonia, Argentina, Indonesia y Venezuela.

Los países en desarrollo que se situaron por encima de México en la mencionada Tabla fueron, en orden descendente: Chile (19), Tailandia (27), Malasia (28), China (31), India (39), Jordania (44), Sudáfrica (46), Colombia (47), Turquía (48), Filipinas (49), Brasil (51), Rusia (54) y Rumania (55) En la siguiente tabla, se presentan los primeros 30 países o regiones, en orden descendente respecto de su puntuación en 2005.

Tabla 4 Tabla de Resultados de la Competitividad Mundial, 2003-05

País o Región	Posición 2003	Posición 2004	Posición 2005	Calificación 2005
EEUU	1	1	1	100.000
Hong-Kong	10	6	2	93.073
Singapur	4	2	3	89.679
Islandia	8	5	4	85.349
Canadá	6	3	5	82.648
Finlandia	3	8	6	82.627
Dinamarca	5	7	7	82.545
Suiza	9	14	8	82.534
Australia	7	4	9	81.975
Luxemburgo	2	9	10	80.311
Taiwán	17	12	11	78.317
Irlanda	11	10	12	77.846
Holanda	13	15	13	77.400
Suecia	12	11	14	76.261
Noruega	15	17	15	76.157
Nueva Zelanda	16	18	16	75.459
Austria	14	13	17	74.328
<i>Baviera</i>	31	20	18	74.101
Chile	26	26	19	72.184
<i>Zhejiang</i>	38	19	20	69.721
Japón	25	23	21	68.652
Reino Unido	19	22	22	68.518
Alemania	20	21	23	67.842
Bélgica	18	25	24	67.456
Israel	33	33	25	67.304
Estonia	22	28	26	66.710
Tailandia	30	29	27	66.012
Malasia	21	16	28	65.844
Corea	37	35	29	64.239
Francia	23	30	30	64.203
México	53	56	56	41.483

Fuente: Elaboración propia con base en datos de *IMD World Competitiveness Yearbooks* 2003, 2004 y 2005, Lausana, Suiza

Ahora, con referencia a las nueve regiones calificadas por el IMD, ocho de ellas, al pertenecer a economías desarrolladas, también se situaron arriba de México. Estas regiones son, también en orden descendente de su ubicación en la Tabla de referencia: Baviera (Alemania, 18), Zhejiang (China, 20), Cataluña (España, 32), Isla-

de-Francia (Francia, 33), Ródano-Alpes (Francia, 34), Escocia (Reino Unido, 35), Lombardía (Italia, 41), Maharashtra (India, 42) La novena y última región considerada por el IMD es San Pablo (Brasil, 43) que, pesar de pertenecer a un país en vías de desarrollo, también superó a México.

La conclusión general a la que puede llegarse en este tema de la competitividad de las economías del mundo (sean éstas de países o de regiones) es que a México se le califica muy pobremente en el concierto de las naciones, tanto por parte del Foro Económico Mundial de Davos como por el IMD de Lausana. Esta baja calificación contrasta notablemente con la destacada posición que México ocupa en otros parámetros internacionales (extensión territorial, población, ingreso nacional bruto y comercio exterior), lo que evidencia una brecha notable entre su potencial socio-económico y su competitividad internacional, tal como se presenta con detalle en el siguiente apartado.

- Competitividad en México

En contraste con lo que se acaba de asentar, se observa que, de acuerdo a otros parámetros, México se ubica entre las primeras posiciones mundiales. En efecto, en superficie territorial, población, ingreso nacional bruto y exportación, México se sitúa en los lugares 14, 11, 10 y 13, respectivamente, tal como se muestra en las siguientes tablas.

Tabla 5 Superficie territorial, principales países

	País	Miles km2
1	Federación Rusa	17,075
2	Canadá	9,971
3	China	9,597
4	EEUU	9,364
5	Brasil	8,547
6	Australia	7,741
7	India	3,288
8	Argentina	2,780
9	Kazajstán	2,717
10	Sudán	2,506
11	Argelia	2,382
12	Congo, República Democrática	2,345
13	Arabia Saudita	2,150
14	México	1,958
15	Indonesia	1,905
16	Libia	1,760
17	Irán, República Islámica	1,633
18	Mongolia	1,567
19	Perú	1,285
20	Chad	1,284
21	Níger	1,267
22	Angola	1,247
23	Malí	1,240
24	Sudáfrica	1,221
25	Colombia	1,139
26	Etiopía	1,104
27	Bolivia	1,099
28	Mauritania	1,026
29	República Árabe de Egipto	1,001
30	Tanzania	945
	Total primeros 30	103,144
	Total mundo	133,567
	Porcentaje primeros 30	77.2%

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Mundial (WDR, 1999/2000)

Tabla 6 Población 2004, principales países

Posición	País	Millones	Habitantes por km2
1	China	1,297	139
2	India	1,080	363
3	EEUU	294	32
4	Indonesia	218	120
5	Brasil	179	21
6	Pakistán	152	197
7	Federación Rusa	143	8
8	Bangla Desh	141	1,079
9	Nigeria	140	154
10	Japón	128	351
11	México	104	54
12	Alemania	83	237
13	Filipinas	83	278
14	Vietnam	82	252
15	Turquía	72	93
16	Etiopía	70	70
17	Egipto (República Árabe)	69	69
18	Irán (República Islámica)	67	41
19	Tailandia	62	122
20	Francia	60	109
21	Reino Unido	59	247
22	Italia	58	196
23	República Democrática del Congo	55	24
24	Myanmar	50	76
25	Corea (República de)	48	488
26	Ucrania	48	83
27	Sudáfrica	46	38
28	Colombia	45	44
29	España	41	83
30	Polonia	38	125
	Total primeros 30 países	5,012	
	Población mundial 2004	6,345	
	% primeros 30 países	79.0%	

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Mundial (WDR, 2006)

**Tabla 7 Ingreso Nacional Bruto (INB) 2004; principales países
(miles de millones de dólares, cifras redondeadas)**

Posición	País	INB	INB según la Paridad del Poder de Compra (PPP, por sus siglas en inglés)
1	EEUU	12,151	11,655
2	Japón	4,750	3,838
3	Alemania	2,489	2,310
4	Reino Unido	2,016	1,869
5	Francia	1,859	1,759
6	China *	1,677	7,170
7	Italia	1,504	1,604
8	Canadá	906	978
9	España	876	1,035
10	México	703	995
11	India *	675	3,347
12	Corea (República de)	673	982
13	Brasil *	552	1,433
14	Australia	541	588
15	Países Bajos	515	507
16	Federación Rusa *	487	1,324
17	Suiza	356	261
18	Bélgica	323	226
19	Suecia	321	267
20	Turquía *	269	551
21	Austria	262	258
22	Indonesia	248	753
23	Arabia Saudita	242	325
24	Noruega	238	177
25	Polonia	232	482
26	Dinamarca	219	170
27	Hong Kong	184	216
28	Grecia	184	244
29	Finlandia	171	154
30	Sudáfrica	165	500
	Total primeros 30 países	35,788	
	Total mundial 2004	39,834	
	% primeros 30 países	89.8%	

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Mundial (WDR, 2006)

* No miembros de la OECD

Tabla 8 Principales países exportadores de mercancías, 2004

Posición	País	Valor, miles de millones de dólares	Parte del total mundial	% anual de crecimiento 2004/2003
1	Alemania	912.3	10.0	21
2	EEUU	818.8	8.9	13
3	China	593.3	6.5	35
4	Japón	566.8	6.2	20
5	Francia	448.7	4.9	14
6	Holanda	358.2	3.9	21
7	Italia	349.2	3.8	17
8	Reino Unido	346.9	3.8	13
9	Canadá	316.5	3.5	16
10	Bélgica	306.5	3.3	20
11	Hong Kong, China*	265.5	2.9	16
12	Corea, República	253.8	2.8	31
13	México	189.1	2.1	14
14	Federación Rusa	183.5	2.0	35
15	Taipei, China	182.4	2.0	21
16	Singapur*	179.6	2.0	25
17	España	178.6	2.0	14
18	Malasia	126.5	1.4	21
19	Arabia Saudita	126.2	1.4	35
20	Suecia	122.5	1.3	20
21	Suiza	118.5	1.3	18
22	Austria	117.4	1.3	21
23	Irlanda	104.3	1.1	12
24	Tailandia	97.4	1.1	21
25	Brasil	96.5	1.1	32
26	Australia	86.4	0.9	21
27	Emiratos Árabes Unidos	82.8	0.9	23
28	Noruega	81.8	0.9	21
29	Dinamarca	76.8	0.8	15
30	India	75.6	0.8	32
	Total primeros 30	7,755	84.7	
	Total mundo	9,153	100.0	

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2005)

*incluye una importante proporción de re-exportaciones

Esta brecha entre los niveles de los cuatro indicadores macroeconómicos señalados anteriormente y el de la competitividad de México evidencia un pobre desempeño como país, en términos de competitividad.

A pesar de la existencia formal de algunos programas gubernamentales dirigidos hacia el tema de competitividad, es obvio que los resultados distan de ser satisfactorios.

Enseguida se hace sucinta referencia a las principales acciones gubernamentales actualmente existentes en México que, aunque incipientemente instrumentadas, ponen de manifiesto el interés por el tema.

En primer término, dentro del ámbito gubernamental, es menester mencionar al **Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006** del actual gobierno (GF, 2001) en donde existe una referencia precisa a la competitividad, dentro del Capítulo de Crecimiento con Calidad, que se desglosa así:

- Solidez macroeconómica
- Competitividad
- Desarrollo incluyente
- Desarrollo económico regional equilibrado
- Desarrollo sustentable

En el tema de Competitividad, las acciones específicas que se contemplan son las siguientes:

- Promover el desarrollo y la competitividad sectorial
- Crear infraestructura y servicios públicos de calidad
- Formación de recursos humanos y una cultura empresarial
- Impulsar una nueva cultura laboral y una reforma del marco laboral que amplíe las oportunidades de desarrollo de los trabajadores
- Promover una inserción ventajosa del país en el entorno internacional y en la nueva economía
- Promover el uso y aprovechamiento de la tecnología de la información
- Consolidar e impulsar el marco institucional y la mejora regulatoria que simplifique la carga administrativa de las empresas
- Promover mayores flujos de inversión extranjera directa
- Fortalecer el mercado interno
- Instrumentar una política de desarrollo empresarial

Anualmente, el Gobierno Federal da cuenta de lo logrado en los llamados “Informes de Ejecución”, que normalmente se refieren a los temas de financiamiento, formación empresarial para la competitividad y articulación e integración económica regional y sectorial (GF, 2004).

Destaca también la llamada **Política Económica para la Competitividad** que, administrada por la Secretaría de Economía, habla de la necesidad de transitar de una “*competitividad artificial*” a una “*competitividad real*”, sustentada en elementos de tipo estructural.....entendiendo por competitividad real aquella que está sustentada en la productividad de la economía. A su vez, una economía productiva implica hacer uso eficiente de los recursos (humanos y naturales) y el capital, con lo que se puede elevar la productividad de las empresas (que) es medida por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de recursos humanos, naturales y de capital (SE, 2004)

Los objetivos de dicha política son:

- Impulsar a la competitividad y fortalecimiento del mercado interno de forma simultánea
- Desarrollar un país innovador y escalamiento de la producción
- Desarrollar un entorno congruente con los objetivos de la política industrial
- Consolidar las reformas estructurales

Para lograr dichos objetivos, se creó el **Consejo Presidencial para la Competitividad** que diseñó dos tipos de estrategias: estructurales y sectoriales; dentro de las primeras, se ubican:

- Consolidación de las condiciones macroeconómicas, que permita a las empresas planear hacia el largo plazo.
- Desarrollo de capital humano capaz de innovar y desarrollar nuevas tecnologías en nuestro país.
- Desarrollar una infraestructura física moderna que impulse el flujo de las mercancías en los procesos de comercio exterior a costos y en tiempos competitivos.
- Establecer un marco normativo y regulatorio adecuado a las nuevas condiciones del país y a los requerimientos de las empresas.
- Simplificación administrativa que permita la eliminación de costos innecesarios y pérdida de tiempo por parte de las empresas para dar cumplimiento de sus obligaciones.
- Política fiscal competitiva que incluya el otorgamiento de incentivos y exenciones a nuevas inversiones y a niveles competitivos internacionalmente.
- Seguridad pública en los procesos de traslado de mercancías en el país.
- Promoción del desarrollo tecnológico, que aunado al impulso al factor humano, generen las oportunidades de incorporar los más modernos sistemas y tecnologías en los diferentes procesos productivos.
- Reformas estructurales: laboral, energética, educativa y financiera.

Dentro de las segundas, se encuentran los denominados **Programas Sectoriales para la Competitividad**, de los cuales se da cuenta en el Cuarto Informe de Ejecución 2004 (GF, 2004) y que son los siguientes cinco:

- Programa para la competitividad de la industria automotriz
- Programa para el desarrollo de la industria de *software* (PROSOFT)
- Programa para la industria electrónica y de alta tecnología
- Programa para la competitividad de la cadena fibras-textil-vestido
- Programa para la competitividad de la industria del cuero-calzado

En el caso específico del sector agropecuario, corresponde a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) ocuparse del tema de la competitividad. El esquema de atención a los diferentes gremios de productores de un bien determinado es el denominado **Sistema Producto** que ha quedado formalizado en los términos del artículo 3, Fracción XXXI de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable (LDRS) como (SAGARPA, 2001):

“el conjunto de elementos y agentes concurrentes de los procesos productivos de productos agropecuarios, incluidos el abastecimiento de equipo técnico, insumos y servicios de la producción primaria, acopio, transformación, distribución y comercialización”

Afirma la SAGARPA que,

“en este sentido, el Sistema Producto es equivalente a la Cadena Productiva. El Sistema Producto opera a través de Comités que son mecanismos de planeación, comunicación y concertación permanente entre los actores económicos, o eslabones de la cadena, que integran el Sistema Producto”

De acuerdo con la mencionada Ley (LDRS), los objetivos de los **Sistema Producto** (SP) son:

- Integrar y coordinar a los agentes económicos con los diferentes niveles de gobierno.
- Incrementar la competitividad en el sector rural.
- Mejorar el bienestar social y económico de los agentes de los SP.

Y continúa afirmando la SAGARPA que (SAGARPA, 2001):

“Para alcanzar el objetivo fundamental planteado, el Sistema Producto se integra bajo la siguiente ruta crítica:

- Diagnóstico previo de la cadena.
- Identificación de Agentes Económicos del Sistema Producto.
- Sensibilización de los Integrantes de los Sistemas Producto.
- Constitución de Consejos y Comités estatales.
- Taller de Análisis y Diagnóstico.
- Protocolo de integración de Sistemas Productos.
- Elaboración del Plan Rector.

Es precisamente en la fase de los Talleres de Análisis y Diagnóstico que se conforman mesas de trabajo por parte de todos los actores del Sistema Producto, fundamentalmente en las áreas de:

Producción
Comercialización
Organización
Investigación y Transferencia de Tecnología
Financiamiento y Seguro”

Por otra parte, con la denominación de **Fomento a los agronegocios**, la SAGARPA establece (SAGARPA, 2006):

“Los Agronegocios siempre han sido considerados como proyectos muy grandes con altas necesidades de capital, por tanto se entiende que solo tienen acceso o hacen este tipo de negocios empresas también muy grandes, sin embargo a partir de la presente administración en la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), se establece que esto no necesariamente es cierto, tratando de conceptualizar el término agronegocio podemos decir que es todo aquel proyecto rentable que repercute en una actividad agroalimentaria y que da un valor agregado.

Así pues por poner un ejemplo, si en un Sistema Producto o en una región hay un factor que incide negativamente en la productividad y competitividad de la producción, como es la falta de tecnología de punta, una semilla mejorada, la falta de transporte o de bodegas, etc., ese es una oportunidad de negocio en el sector agroalimentario y no necesariamente puede requerir de grandes inversiones”

“Para tal efecto el área de Promoción de Agronegocios tiene los siguientes objetivos:

- Identificar y promover proyectos de agronegocios de alto impacto que incrementen la competitividad de los Sistemas Producto, que brinden valor agregado y aquellos que permitan generar oportunidades en el medio rural.
- Impulsar un proceso autogestivo de los agentes económicos involucrados para la identificación de oportunidades de negocios de alto impacto para impulsar la competitividad de los Sistemas Producto y el desarrollo regional.
- Conformar un Consejo Nacional de Agronegocios integrado mayoritariamente por la sociedad, que se apropie del programa, lo lidere, que sea un órgano consultivo e impulse el desarrollo de los proyectos de inversión.
- Desarrollar una metodología que permita a los agentes económicos de los Sistemas Producto identificar de manera semántica las oportunidades de negocio y proyectos de inversión de alto impacto en los SP y en las regiones.
- Lograr que los Sistemas Producto se apropien del programa y de los proyectos identificados.
- Identificar oportunidades de negocio y proyectos de inversión en las diferentes regiones”

De acuerdo con los criterios de la SAGARPA, las organizaciones que apoyan los agronegocios son:

- Financiera Rural (FINRURAL)
- Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)
- Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural (FOCIR)
- Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT)
- Fideicomiso de Riesgo Compartido (FIRCO)
- Nacional Financiera (NAFIN)
- Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA)
- Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP)
- Servicio de Información y Estadística Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) y

- Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA)²¹

Pero, a pesar de este aparatoso andamiaje de instituciones, programas y sistemas, sorprendentemente la SAGARPA afirma que:

“los Sistema Producto no tienen identificados los factores productivos que inciden en la competitividad” (SAGARPA, 2004)

Ahora, pasando al nivel de las iniciativas privadas, merecen especial mención las acciones de análisis conceptual que lleva al cabo el Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC)²² que ha venido trabajando en lo que denomina un *Modelo de Competitividad Sistémica* que comprende varios niveles de la competitividad: el macro, a nivel de país; la territorial y estatal, con un enfoque de espacio geográfico; la sectorial, conformada por clusters de empresas; y la micro, constituida por las empresas mismas, tomadas individualmente (CECIC, 2004)

También es digno de mención el Instituto Mexicano para la Competitividad, AC (IMCO) que, en su página electrónica, se autodefine como:

“un centro privado de investigación aplicada dedicado al estudio de los temas que afectan la competitividad de las empresas del país en un contexto de economía abierta de mercado. El IMCO es una asociación civil, independiente, a-partidista y no-lucrativa que opera con base en los donativos que recibe de benefactores privados.

Fundado en 2003, el Instituto tiene como fin, competir con éxito en el mercado de las ideas, preparando y difundiendo análisis y propuestas prácticas de políticas públicas objetivas y bien fundamentadas, y que sirvan para sistemáticamente mejorar la competitividad de la economía mexicana y de las empresas que a ella concurren. Para lograr este propósito, el Instituto busca informar e influir a los que participan en el desarrollo, debate y adopción de las políticas públicas que más impacto tienen sobre la capacidad del país para atraer y retener inversiones.

En este orden de ideas, IMCO mantiene abierto el diálogo con funcionarios del gobierno federal y legisladores; con empresarios y líderes de sindicatos; con académicos e investigadores de otras instituciones de investigación aplicada; con los medios y, en general, con la sociedad civil del país y de otros países con los cuales México tiene relaciones económicas significativas.

IMCO tiene un pequeño staff profesional que es responsable de desarrollar las publicaciones, reportes y presentaciones que difunde el Instituto, todos ellos con estudios de postgrado de algunas de las mejores instituciones del mundo, generalmente en las disciplinas económicas y administrativas. Varios de los

²¹ Las direcciones electrónicas de estas instituciones son las siguientes: www.finrural.gob.mx; www.fira.gob.mx; www.focir.gob.mx; www.bancomext.gob.mx; www.firco.gob.mx; www.nafin.gob.mx; www.infoaserca.gob.mx; www.inifap.gob.mx; www.siap.sagarpa.gob.mx; y www.senasica.sagarpa.gob.mx

²² Institución Asociada (*Partner Institute*) del Foro Económico Mundial de Davos para la elaboración del Capítulo México,

miembros del cuerpo profesional han ocupado puestos de alto nivel en empresas privadas y en el gobierno del país.

Además, IMCO cuenta con una red de relaciones con individuos e instituciones del país y del extranjero, lo cual le permite multiplicar sus capacidades institucionales y ser un actor informado aun en temas que no están estrechamente vinculados con los temas económicos que más estrechamente competen al IMCO, pero que pueden tener efectos trascendentes sobre la competitividad sistémica de México. Además, y especialmente en aquellos casos en los que se requieren conocimientos expertos del tipo que no tienen los miembros de su staff profesional, IMCO subcontrata proyectos de investigación a terceros.

¿Por qué se requiere una institución como el IMCO en el México actual?

Una institución como IMCO hacía falta por varias razones. Primero, porque al hacerse más plural el sistema político, el diseño de las políticas públicas requiere el acuerdo de personas que tienen perspectivas muy variadas sobre los fines de estas políticas y la forma de alcanzarlos. Segundo, porque al haberse integrado la economía del país con la economía global, es imperativo identificar riesgos competitivos e interpretar las consecuencias que tendría adoptar o no políticas públicas relacionados con estos mismos riesgos. Tercero, porque muchos de los temas relacionados con la competitividad sistémica de México, requieren análisis que permitan entender y hacer objetivas las implicaciones más significativas de estos temas.

- Identificar tendencias y anticipar los retos competitivos que de ellas derivarán
- Diagnosticar cómo estos retos afectarán el desempeño de la economía y de sus principales sectores económicos
- Desarrollar propuesta de solución que sean prácticas y de alto impacto y que atiendan las problemáticas competitivas que se hayan identificado y permitan potenciar la capacidad competitiva intrínseca de la economía
- Promover las propuestas planteadas con éxito en el mercado de las ideas del país

Los recursos humanos y materiales a disposición de IMCO, así como su diseño organizacional e institucional se alinean a estos propósitos” (IMCO, 2006).

El IMCO también indica en la misma página electrónica, al definir su Misión y Visión, que:

“el reto de competitividad para la economía mexicana va más allá de la superación de los rezagos en el desarrollo y aprovechamiento eficiente de nuestros recursos naturales, materiales y humanos. En este sentido, las posibilidades de éxito competitivo de México dependen fundamentalmente del reconocimiento certero de las propias fortalezas y debilidades relativas, así como de la acción estratégica en anticipación de las tendencias del mercado mundial.”

“Claramente, el fin último que subyace en el reto competitivo no puede ser otro que el de lograr el desarrollo económico sustentable, esto es, el mejoramiento sostenible en el largo plazo de las condiciones de bienestar de toda la población” (IMCO, 2006)

Por otro lado, en su publicación *Hacia un pacto de competitividad*, el IMCO afirma que:

“se necesita construir una política de estado transexenal en la que se concentre toda la energía para lograr acuerdos y hacer seguimientos de cómo va el país en materia de competitividad.”

“El verdadero reto está en capitalizar las oportunidades que se le brindan al país a través de la economía globalizada y que se están escapando, a fin de que el país crezca a un ritmo mayor al de su propio crecimiento demográfico, es decir, que la productividad per cápita crezca, y con ello, se saque de la pobreza a la inmensa mayoría de la población ” (IMCO, 2004, pag. 14).

Finalmente, en su publicación *Análisis de la Competitividad en México* IMCO declara que son cuatro las instituciones del Ejecutivo Federal con alta incidencia en la competitividad (IMCO, 2005, pag. 59); a saber:

- La Comisión Federal de Competencia (CFC)
- La Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER)
- La Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) y
- La Comisión Reguladora de Energía (CRE)

Otra organización empresarial que retoma sistemáticamente el tema de la competitividad y de la necesidad de elevarla para alcanzar otros objetivos socioeconómicos es el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE) que, en su *Carta del Presidente*, afirma:

“México emprendió un proceso de liberación de su economía, para responder a la demanda de generar empleos, atraer inversiones e incursionar en el mundo del comercio internacional, conquistando nuevos mercados, sustentados en la **competitividad** de nuestras empresas, productos y servicios.

Un aspecto fundamental de nuestra estrategia y uno de los motores fundamentales de nuestro crecimiento es el comercio internacional. Es impostergable aumentar la **competitividad** de nuestras empresas, darle un mayor impulso a nuestro sector exportador y estimular el crecimiento de nuestra planta productiva.

La **competitividad** tiene que ser una prioridad para todos; para el buen desarrollo del país se requiere una **estabilidad política y macroeconómica, además de un sistema legal transparente que garantice el Estado de Derecho.**

El reto es grande pero la actitud del empresario es la parte fundamental de este proceso, y estoy convencido de que trabajando conjuntamente lograremos crear las condiciones que se requieren para que México se mantenga en la senda del crecimiento, que el comercio exterior vuelva a ser el pivote del desarrollo y que se generalice el bienestar entre nuestra población” (COMCE, 2006)

Finalmente, dentro del elenco de iniciativas privadas, es interesante advertir que, en la convocatoria que hizo el empresario Carlos Slim denominado Acuerdo Nacional

para la Unidad²³ en septiembre de 2005, se habla de cinco grandes objetivos nacionales y dentro del señalado con el numeral 2, se indica la necesidad de “promover la producción competitiva y con calidad” (Slim, 2005)

En conclusión, puede decirse que, salvo por los programas sectoriales mencionados anteriormente, pareciera que en México no se le da la debida importancia al tema de la medición y el monitoreo de la competitividad sectorial y, en consecuencia, no se asignan los recursos necesarios –ni por parte del sector público, ni del privado– ni tampoco se organizan de forma adecuada las instituciones para realizar regularmente esta importante tarea.

En el caso de los productos del sector agropecuario, es la SAGARPA a quien debería corresponder esta atribución; pero como ya se vio anteriormente, esta dependencia reconoce su desconocimiento de los factores productivos que inciden en la competitividad.

En cualquier caso, no se debe soslayar la importancia de medir y conocer objetivamente el nivel de competitividad de un sector, una rama o un producto en los mercados del mundo.

Esta dimensión es de particular relevancia social, además de la económica, cuando están involucrados miles de productores que dependen de una actividad específica, como es el caso del aguacate en Michoacán. A partir de ese conocimiento se puede decidir mejor acerca de planes y programas de desarrollo en las arenas mundiales. Sin conocer en dónde se está actualmente, resulta difícil decidir hacia dónde se quiere ir.

Queda, pues, por definir, en los siguientes capítulos de la presente investigación, qué herramientas pueden ser utilizadas para determinar con la mayor objetividad posible y de manera unívoca cuál es el desempeño exportador de un producto genérico y cuál su impacto en el nivel de ingresos de los productores, que es el tema central del presente trabajo.

En este sentido, el Anexo 1 es una propuesta metodológica para efectuar este tipo de determinaciones, en el caso de productos básicos o genéricos.

²³ Mejor conocido como Acuerdo de Chapultepec

3. Competitividad y Prosperidad

Ahora, tratemos de identificar el nexo existente entre el concepto de competitividad y el tema de prosperidad de los individuos²⁴. Hagamos un breve recuento de los principales conceptos institucionales en torno a la competitividad.

Existen múltiples definiciones de competitividad pero, para los efectos del presente trabajo, conviene destacar las siguientes, en orden cronológico y traducción libre del autor:

Definir una agenda de acción que fomente el desarrollo económico y eleve los niveles de vida para todos los norteamericanos (CC, 1986)

La competitividad es el grado en el que una nación puede, bajo condiciones de libre comercio y mercado, producir bienes y servicios que pasan la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y expandiendo de modo simultáneo el ingreso real de su población en el largo plazo (OECD, 1992)

La habilidad de un país para lograr altas tasas de crecimiento sostenido del PIB *per capita* (FEM, 1996, pag. 19)

Un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y las políticas que constituyen la habilidad de una nación para crear y mantener un ambiente que apoya la creación de más valor para sus empresas y de mayor prosperidad para su gente (IMD, 2003, pag. 712)

Para entender la competitividad, el punto de partida debe situarse en las fuentes de la prosperidad de una nación. El nivel de vida de una nación está determinado por la productividad de su economía, que se mide por el valor de bienes y servicios producidos por unidad de recursos humanos, naturales y de capital de dicha nación. La productividad depende tanto del valor de los productos y servicios de esa nación, medidos por los precios que pueden obtenerse en los mercados abiertos así como por la eficiencia con la que pueden ser producidos. La verdadera competitividad es pues medida por la productividad. La productividad le permite a una nación mantener salarios altos, una moneda fuerte y atractivos rendimientos al capital y con ello un elevado nivel de vida (Porter y Ketels, 2003, pag.7)

El Consejo Nacional de Competitividad define la competitividad nacional como todos esos factores que tienen un impacto en la habilidad de las empresas en Irlanda para competir en los mercados internacionales de modo que ofrezcan a la gente de Irlanda la oportunidad de mejorar su calidad de vida (NCC, 2006)

Se constata que, en todas las definiciones anteriores, existen referencias expresas al impacto en los ingresos y/ o niveles de vida de los ciudadanos. Esta constatación permite suponer que la competitividad no es un fin en sí misma sino una manera de

²⁴ Se habla de "prosperidad" de manera general, a sabiendas que en la literatura se utilizan una serie de conceptos similares o equivalentes, tales como: crecimiento del PIB per capita, elevación de los ingresos de la población, incremento en los niveles de vida, erradicación de la pobreza, expansión del ingreso real, mejores estándares de vida, crecientes y sostenibles, etc.

contribuir a la prosperidad de un país, en general; es decir, de sus empresas, instituciones y habitantes, en particular²⁵.

Por otro lado, es notorio que existe una clara preocupación mundial por el combate a la pobreza y la desigualdad de oportunidades. Así lo evidencian, entre muchos otros hechos: los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la Organización de Naciones Unidas, algunos Informes Anuales del Banco Mundial y el acuerdo logrado entre cerca de 700 líderes mundiales en Davos, en enero de 2005, cuando se coincidió en señalar que la pobreza era una de las seis prioridades mundiales siendo su existencia “éticamente inaceptable”, por lo cual se requerían acciones urgentes que la redujeran ya que era “fundamental para cualquier otro propósito” (FEM, 2005)

En cuanto a los llamados **Objetivos del Milenio de la ONU**, el que lleva el numeral 1, se denomina “*Erradicar la pobreza extrema y el hambre*” y tiene dos metas fundamentales²⁶:

- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a 1 dólar por día
- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan hambre (ONU, 2000).

En lo que se refiere a los Informes del Banco Mundial, conviene destacar que, el correspondiente a 2000/2001, lleva como subtítulo ***Lucha contra la pobreza*** y en él se afirma, entre otras muchas cosas, lo siguiente:

”La pobreza es consecuencia de procesos económicos, políticos y sociales que están relacionados entre sí y con frecuencia se refuerzan mutuamente, lo que agrava todavía más las privaciones que sufren los pobres. Los exiguos activos con que cuentan, la falta de acceso a los mercados y la escasez de oportunidades de empleo les impiden salir de su situación de pobreza material. Por esta razón, la creación de oportunidades –mediante la adopción de medidas que estimulen el crecimiento económico, consigan unos mercados más atentos a las necesidades de la población pobre e incrementen sus activos—es un factor clave para el alivio de la pobreza” (BM, 2000, pag. 1)

Por otro lado, en el correspondiente a la edición 2006 del mismo Informe, denominado ***Equidad y desarrollo***, su Presidente, Sr. Paul D. Wolfowitz, hace los siguientes comentarios en el Prefacio:

“Vivimos en un mundo caracterizado por la extraordinaria desigualdad de oportunidades, tanto dentro de las fronteras nacionales como entre diferentes países.

²⁵ De acuerdo con los resultados obtenidos en pruebas estadísticas de regresión y correlación simple entre desempeño exportador y desarrollo humano (según el *Índice de Desarrollo Humano* del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD) efectuadas por el autor, se puede afirmar que sí existe una relación significativa entre el crecimiento de las exportaciones y el índice de desarrollo humano, utilizando, como variable independiente (causa), el valor total de las exportaciones mexicanas en 1975, 1980, 1985, 1990, 1995, 2000 y 2002 y, como variable dependiente (efecto), el crecimiento del mencionado índice del PNUD durante los años señalados.

²⁶ Durante el quincuagésimo quinto periodo de sesiones de la Asamblea General de la ONU, fue aprobada la Resolución 55/2 denominada **Declaración del Milenio** durante la sesión celebrada el 13 de septiembre de 2000.

Incluso la misma oportunidad básica de la vida está distribuida en forma muy desigual: mientras que menos de la mitad del 1% de los niños nacidos en Suecia muere antes de cumplir el primer año, casi el 15% de todos los nacidos en Mozambique no lo consigue. En El Salvador, la tasa de mortalidad infantil es del 2% en el caso de los niños nacidos de madres con cierto nivel de instrucción, y del 10% si sus madres carecen de formación. En Eritrea, la cobertura de la inmunización es próxima al 100% en los niños del quinto más rico de la población, pero sólo del 50% en el quinto más pobre.

No podemos culpar a estos niños de las circunstancias en que se han visto obligados a nacer, pero sus vidas —y su capacidad de contribuir al desarrollo de sus respectivas naciones— dependen fuertemente de aquellas. Por esa razón, el *Informe sobre el desarrollo mundial 2006*, que hace el número 28 dentro de esta serie anual, destaca la importancia de la equidad en el proceso de desarrollo.

La *equidad* se define en función de dos principios básicos. El primero es la *igualdad de oportunidades*, a saber, que los logros de una persona a lo largo de su vida deberían estar determinados fundamentalmente por sus propios talentos y esfuerzos, más que por circunstancias predeterminadas como la raza, el género, los antecedentes sociales y familiares o el país de nacimiento. El segundo principio es la *ausencia de privación en los resultados*, en particular en los terrenos de la salud, la educación y el consumo” (BM, 2006, pag. xi)

En México, el tema de medición de la pobreza está ahora encomendado a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) que afirma:

“Desde el inicio de la presente Administración, la Secretaría de Desarrollo Social se planteó el objetivo de contar con medidas de pobreza oficiales que pudieran servir como punto de referencia para orientar la planeación de la política social, el diseño de sus programas y la evaluación de su efectividad.

Dado que no existía una definición oficial ampliamente aceptada, la Secretaría convocó en el 2001 a un grupo de siete reconocidos expertos nacionales independientes a conformar el Comité Técnico para la Medición de la Pobreza en México. Después de 10 meses de trabajo, el Comité propuso una metodología de medición de la pobreza²⁷

El Comité propuso la utilización de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), como fuente primaria de información para estimar la pobreza con base en la metodología acordada. Asimismo, el Comité utilizó como medida de bienestar el ingreso por persona (después de impuestos) reportado en las encuestas.

Cabe mencionar que la ENIGH tiene limitaciones como cualquier encuesta de este tipo, sin embargo, es realizada con el rigor estadístico de las mejores encuestas a

²⁷Los miembros académicos del Comité pertenecen a las siguientes instituciones: Centro de Estudios Sociológicos del Colegio de México; Departamento de Economía de la Universidad Iberoamericana, Departamento de Economía de la Universidad Autónoma Metropolitana, y a la División de Economía del Centro de Investigación y Docencia Económicas.

nivel mundial por lo que constituye la mejor herramienta con la que cuenta México para hacer este tipo de mediciones.

La Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) adoptó la metodología propuesta por el Comité. Siguiendo los criterios del Comité y utilizando la ENIGH 2000, la dependencia definió tres líneas de referencia para agrupar a la población por su nivel de ingreso:

1. *Umbral de Pobreza Alimentaria*: hogares cuyo ingreso por persona era menor al que se consideró como necesario para cubrir las necesidades de alimentación, equivalentes a 15.4 y 20.9 pesos diarios del 2000 por persona en áreas rurales y urbanas, respectivamente. En ese año el 18.6 por ciento de los hogares del país (24.2 por ciento del total de la población) contaba con un ingreso inferior a este punto de referencia.

2. *Umbral de Desarrollo de Capacidades*: hogares cuyo ingreso por persona era menor al necesario para cubrir las necesidades de alimentación (definidas de igual forma que en el grupo anterior), además del ingreso requerido para asumir los gastos en educación y salud, lo que equivalía a 18.9 y 24.7 pesos diarios del 2000 por persona en áreas rurales y urbanas, respectivamente. En ese año el 25.3 por ciento de los hogares a nivel nacional (31.9 por ciento del total de la población del país) contaba con un ingreso inferior a estos montos.

3. *Umbral de Desarrollo de Patrimonio*: hogares cuyo ingreso por persona era menor al necesario para cubrir las necesidades de alimentación y el consumo básico en salud, educación, vestido, calzado, vivienda y transporte público. Dicho ingreso era equivalente a 28.1 y 41.8 pesos diarios del 2000 por persona en áreas rurales y urbanas, respectivamente. En el año 2000, 45.9 por ciento de los hogares del país (53.7 por ciento del total de la población) contaba con un ingreso inferior a este punto de referencia” (SEDESOL, 2003, pags. 1-2)

A pesar de que el tema de la medición de la pobreza, bienestar o marginación es, pues, responsabilidad oficial de la SEDESOL, por su parte, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) ofrece ahora un producto (sic) denominado *Regiones Socioeconómicas de México* que es una versión mejorada y actualizada de lo que anteriormente se llamaba *Niveles de Bienestar en México* y cuyo principal propósito es brindar una solución al problema de estratificación óptima en muestreos multiparamétricos.

“Este producto ofrece un resumen comparativo de las entidades federativas, los municipios y las áreas geoestadísticas básicas (AGEB’s), que sintetiza en siete estratos distintos, información captada por el XII Censo General de Población y Vivienda 2000, relacionada con aspectos de bienestar, tales como educación, empleo, ocupación, vivienda y salud.” (INEGI, 2004)²⁸

En resumen, se puede afirmar que el tema de competitividad de los países está íntimamente vinculado a la elevación de los niveles de ingresos y prosperidad de los

²⁸Es justamente a partir de esta clasificación de las regiones socioeconómicas que se desarrolló, parcialmente, la investigación de campo descrita en el capítulo VII del presente trabajo.

habitantes. Es deseable elevar la competitividad para incrementar los niveles de vida de los individuos. Sin embargo, en ninguna de las definiciones presentadas en este apartado se hace referencia expresa a los tiempos ni al grado en que la competitividad impacta los niveles de ingreso, bienestar o nivel de vida.

Por otra parte, parece claro que una de las dimensiones de la competitividad tiene que ver con el desempeño del sector externo de las economías: En la medida en que las empresas y los productos de una país en particular sean capaces de competir exitosamente en los mercados mundiales, se supone que se está en presencia de un claro indicador de competitividad.

En estas circunstancias, al aplicar los conceptos anteriores —que están fundamentalmente referidos a países y empresas—, al examen detenido del caso de un producto básico o genérico como el aguacate, conviene no perder de vista el hecho de que, para poderlo calificar de competitivo, debe tratarse de un producto con una presencia exitosa en los mercados del mundo y que, al mismo tiempo, ese desempeño exportador destacado se traduzca en un impacto positivo entre los agricultores y/o las empresas involucrados en su producción y exportación.

De ser este el caso, se podría aseverar que se está en presencia de un producto verdaderamente competitivo.

Así, pues, en virtud de no tener una referencia teórica específica en relación al tiempo en que el buen desempeño exportador se traduce en elevación de los niveles de ingreso y bienestar, el examen a que se sujeta la situación particular del aguacate michoacano se sitúa en un horizonte de ocho años; de 1997, fecha de inicio de la gradual apertura del mercado norteamericano, al 2005.

4. Inequidades dentro de la mundialización

Es, pues, dentro del contexto de los conceptos presentados hasta aquí, actuales e inquietantes, que se sitúa el tema de la competitividad global del sector de frutos comestibles mexicanos y específicamente la del aguacate.

Una arista subyacente en todo lo dicho es la tan mentada globalización o mundialización de las economías. La discusión en torno a este tema es muy rica y, en cierta manera, polarizada; hay muchos que están definitivamente a favor, pero hay crecientes e importantes corrientes de opinión en su contra.

Algunos de los argumentos a favor insisten en afirmar que, a medida que el proceso de mundialización ha avanzado, las condiciones de vida —no sólo medidas por el PIB *per capita*, sino utilizando indicadores más amplios del bienestar²⁹— han mejorado apreciablemente en casi todos los países (FMI, 2003).

Sin embargo, los más beneficiados han sido los países avanzados y sólo algunos cuantos de los que se encuentran en vías de desarrollo. El hecho de que la brecha de ingresos entre los países de alto ingreso y los de bajo ingreso se haya ampliado es motivo de inquietud. El número de personas que, en el mundo entero, viven en pobreza extrema sigue siendo profundamente preocupante, a pesar de la mundialización de los mercados.

Cuando se advierte que de 213 países (o economías), sólo un poco más de la cuarta parte se clasifican como de altos ingresos, se percibe la gigantesca y preocupante situación actualmente prevaleciente en el planeta. En efecto, sólo 57 países —los que perciben 10,066 dólares o más de Ingreso Nacional Bruto, INB, por persona— son considerados de ingresos altos por parte del Banco Mundial (BM, 2006)

En el otro extremo, se ubican 63 países, denominados de ingresos bajos, que sólo alcanzan una cifra de hasta 825 dólares de INB *per capita*. Muchos de ellos constituyen el grupo de 50 países que viven en condiciones de pobreza, con casi nulas oportunidades de superación y son, por ello, considerados menos adelantados (LDC's, por sus siglas en inglés), por parte de la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, existiendo inclusive un Programa de Acción en su favor, para la década 2001-2010 (UNCTAD, 2006).

De acuerdo con esta misma fuente, en 2004, esos 50 países representaban un poco más del 11% de la población mundial (742 millones), pero solamente el 0.6% del producto interno bruto (PIB) mundial. Un ingreso *per capita* bajo, bajos niveles de recursos humanos y una alta vulnerabilidad económica son características de estos países que requieren ayuda específica para:

²⁹ En particular, los indicadores del desarrollo humano (IDH), elaborados por las Naciones Unidas

- Desarrollar su infraestructura física y sus recursos humanos
- Mejorar sus capacidades institucionales, y
- Reducir su desventaja competitiva en la economía global

En el medio, se encuentra el resto de los países con diferentes niveles de desarrollo pero sin acceder aun a la categoría de “desarrollados”. Por un lado, están los denominados de “ingreso medio bajo” que ascienden a 54 y que tienen entre 826 y 3,255 dólares de ingreso nacional bruto por habitante; por el otro, existen 40 países de “ingreso medio alto” con ingreso nacional bruto *per capita* entre 3,256 y 10,065 dólares, que es precisamente el grupo donde se encuentra México (BM, 2006)

En la tabla que se muestra a continuación se ubican, en orden descendente, las primeras 30 economías según su INB *per capita* y se sitúa a México en la posición número 45 que, comparada con la obtenida en los otros indicadores comentados anteriormente (territorio, población, INB y exportación de bienes), evidencia un problema subyacente en términos de desarrollo social.

Tabla 9 INB per capita 2004, principales países

Posición	País	INB por habitante, dólares	INB por habitante en Paridad del Poder de Compra (PPP, por sus siglas en inglés)
1	Luxemburgo	56,230	61,220
2	Noruega	52,030	38,550
3	Suiza	48,230	35,370
4	EEUU	41,400	39,710
5	Dinamarca	40,650	31,550
6	Islandia	38,620	32,360
7	Japón	37,180	30,040
8	Suecia	35,770	29,770
9	Irlanda	34,280	33,170
10	Reino Unido	33,940	31,460
11	Finlandia	32,790	29,560
12	Austria	32,300	31,790
13	Países Bajos	31,700	31,220
14	Bélgica	31,030	31,360
15	Alemania	30,120	27,950
16	Francia	30,090	29,320
17	Canadá	28,390	30,660
18	Australia	26,900	29,200
19	Hong Kong	26,810	31,510
20	Italia	26,120	27,860
21	Singapur	24,220	26,590
22	España	21,210	25,070
23	Nueva Zelanda	20,310	22,130
24	Kuwait	17,970	19,510
25	Chipre	17,580	22,330
26	Israel	17,380	23,510
27	Grecia	16,610	22,000
28	Bahamas	14,920	16,140
29	Eslovenia	14,810	20,730
30	Portugal	14,350	19,250
45	México	6,770	9,590

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Banco Mundial (WDR, 2006)

Los que están a favor de la globalización argumentan que esta brecha entre países ricos y pobres es un hecho preexistente a los recientes fenómenos de mundialización. Asimismo, que los países de menores ingresos no han podido integrarse a la economía mundial con la misma rapidez que los demás y, por lo tanto, no han aprovechado cabalmente las crecientes oportunidades de desarrollo económico derivadas de la apertura de los mercados, sobre todo de los países desarrollados. Estas oportunidades sub-aprovechadas derivan, en parte, de factores estructurales adversos que no pueden cambiarse fácilmente ni a corto plazo (UNCTAD, 2006)

Otros típicos argumentos a favor señalan que ningún país —menos aún los más pobres— debería quedar ahora aislado de la economía mundializada y los mercados

abiertos. Para posibilitar su crecimiento económico, se deben crear esquemas para aprovechar las oportunidades –por muy limitadas que éstas sean– del comercio exterior y de una integración más beneficiosa a la economía mundial y, así, contribuir a la elevación en el nivel y calidad de vida de la mayoría de sus habitantes, gracias, parcialmente, a los procesos de globalización. El Centro de Comercio Internacional de las Naciones Unidas, entre otros entusiastas patrocinadores de la globalización, afirma:

“Nuestro objetivo último es ayudar a estos países (en desarrollo y transición) a lograr un desarrollo humano sostenible gracias a las exportaciones y, especialmente, al aumento de su competitividad”. “En estos 40 años, la globalización ha traído el comercio a la puerta de nuestros hogares, pero sólo unos pocos países en desarrollo han conseguido aprovechar el potencial de crecimiento que encierran los intercambios comerciales. En el mundo de hoy, nuestro mandato tiene más vigencia que nunca. El comercio es ahora reconocido como vía de desarrollo, y muchas organizaciones lo respaldan en el marco de sus actividades. No obstante, el CCI sigue siendo la única organización internacional que concentra su acción exclusivamente en el fomento del comercio de las economías en desarrollo y en transición” (CCI, 2004)

Sin entrar en un examen detallado del debate acerca de la globalización, baste mencionar, dentro del vasto elenco de los argumentos en contra, la opinión de dos destacados mexicanos. Por un lado, la del ex Secretario de Hacienda de México y célebre economista, David Ibarra, quien afirma que:

“en América Latina, la abrupta apertura de fronteras y la abolición del proteccionismo sin el armazón institucional apropiado han desencadenado menor desarrollo económico, deterioro social y descrédito de la democracia” (Ibarra, 2004, pag. 7)

Por el otro, las aseveraciones de Fernando Paz en el sentido de que:

“La globalización en su período histórico más reciente, aproximadamente en los últimos veinticinco años, ha estado acompañada y ha sido apoyada por una política económica que las potencias centrales procuran establecer e impulsar en todos los demás países del mundo, sin tomar en cuenta sus diferencias históricas, culturales, políticas, sociales y desde luego económicas” (Paz, 2005, pag.101 Asimismo que “La globalización puede identificarse con la fase más reciente del capitalismo...” (siendo que) “El desarrollo desigual entre países, regiones y sectores es característico del sistema capitalista” (Paz, 2005, pags. 116-117)

Pero, además, todo esto resulta más inquietante cuando se constata que los países en sí no participan integralmente en los procesos de mundialización, sino que sólo algunas regiones y, consecuentemente, los habitantes de las mismas se benefician más directamente que otros, dentro de un mismo país. De hecho, Juan Castaingts afirma que:

“con el TLCAN, solamente se integraron algunas micro-regiones de México al tratado: la región fronteriza por efecto de la maquila; el corredor Saltillo-Monterrey; Guadalajara y sus alrededores; el corredor Querétaro-Aguascalientes; y la zona fabril

de México y sus alrededores que incluyen a Cuernavaca y Puebla” (Castaingts, 2000, pag. 96)

Resulta aterrador darse cuenta que alrededor de la mitad de los países que hay actualmente en el globo, con sus miles de millones de habitantes, se encuentran en condiciones de pobreza y subdesarrollo y ni siquiera figuran en los listados de las prestigiadas instituciones suizas que llevan la cuenta anual de la posición competitiva que ocupan los principales países competidores del globo. Por ello, cuando se habla de la competitividad de los países –que se ven obligados a enfrentarse entre sí en una descarnada y terrible contienda, como si se tratara de grandes corporaciones que sólo tienen en la mira las utilidades monetarias–, conviene preguntarse ¿qué pasará de seguir el mundo por este peligroso camino? ¿La malsana y creciente brecha entre ricos y pobres seguirá ensanchándose? ¿Acaso los países poco competitivos desaparecerán? ¿Habrá unos pocos triunfadores y muchos perdedores?

Como colofón, pues, a todo lo comentado en este Capítulo relativo al marco conceptual, puede decirse que, independientemente de polarizaciones intelectuales respecto del tema de competitividad, el fin último de ésta debe ser el elevar el nivel y la calidad de vida para la mayoría de los ciudadanos. De otra forma, no tiene sentido el querer aumentar los niveles de competitividad, *per se*, para que sólo unos cuantos salgan beneficiados, mientras que las mayorías permanezcan en la pobreza y marginación; o peor aun, empeoren su nivel de vida, como consecuencia de menores ingresos reales.

Por ello, la vinculación entre los conceptos de desempeño exportador, competitividad y niveles de ingresos debe mantenerse como un importante elemento de cohesión, racionalidad y aun justicia social.

Empero, sin tener la pretensión de una afirmación absoluta, en la abundante literatura especializada consultada durante la elaboración de la presente tesis, tanto en fuentes tradicionales como electrónicas, no se encontró ninguna evidencia de estudios que relacionen de modo específico esos tres elementos.

En este trabajo se intenta hacerlo, con el caso de un producto exitoso en los mercados internacionales y en cuya producción rural participan más de una decena de miles de agricultores mexicanos.

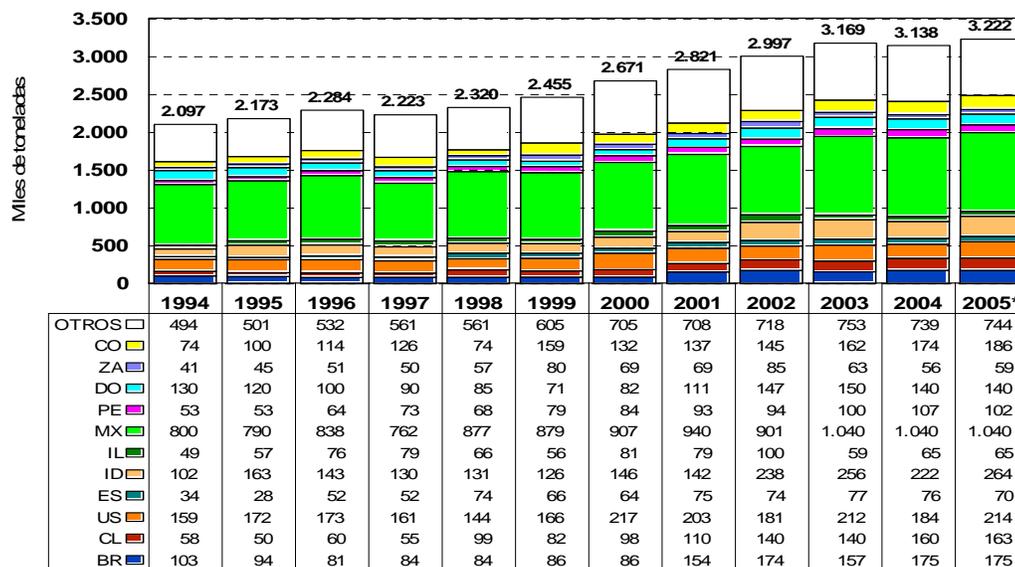
II PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La producción y exportación de aguacate reviste particular importancia dentro de las actividades agropecuarias de México y, especialmente, dentro de las del rubro de frutos comestibles. Se trata de un producto en donde se tiene el liderazgo mundial, tanto al nivel de producción como de exportación.

En efecto, de acuerdo con estadísticas de la FAO, México es el primer productor mundial de aguacate con un poco más de un millón de toneladas anuales en los últimos dos años para los que se dispone de estadísticas completas (2003 y 2004), lo que significa alrededor de la tercera parte del total mundial (FAO, 2006)

Gráfico 1 Aguacates, producción mundial, principales países

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

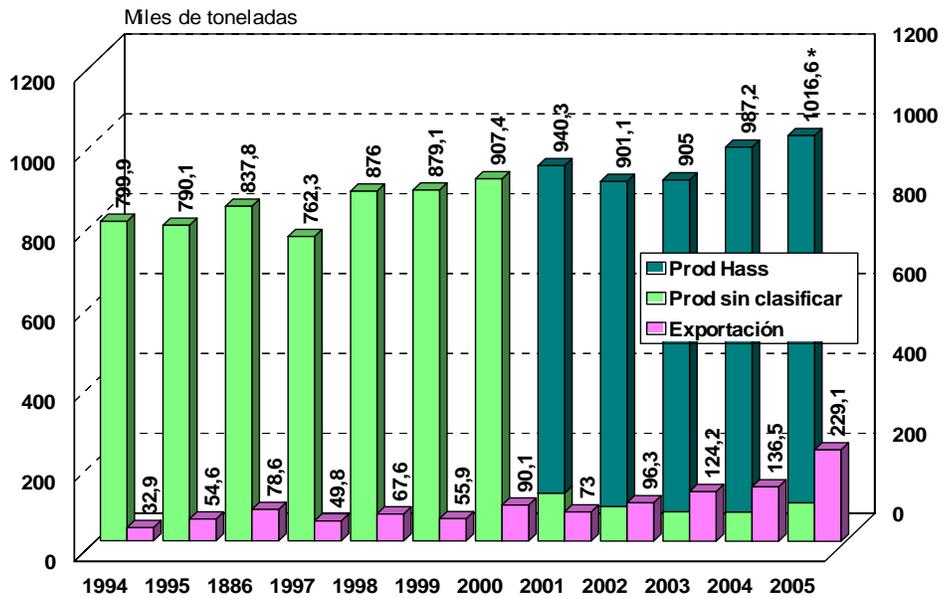
* cifras estimadas

Por el lado del comercio exterior y según estadísticas del Centro de Comercio Internacional de las Naciones Unidas, con más de 125 mil toneladas anuales exportadas durante los últimos años (2003 y 2004), México ocupa también la primera posición al nivel mundial con un 34% del total global exportado en el último año referido (CCI, 2006)

La variedad más comúnmente exportada, al nivel global, es la que se denomina *Hass*. La producción mexicana es casi exclusivamente de esta variedad que, de acuerdo con estadísticas de la SAGARPA, representó el 93%, en números redondos, del volumen total producido en 2004 en México. El Estado de Michoacán es el principal productor de este tipo de aguacates en México, con alrededor del 96% del total nacional.

Gráfico 2 Aguacates, producción y exportación mexicanas (080440.01)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006

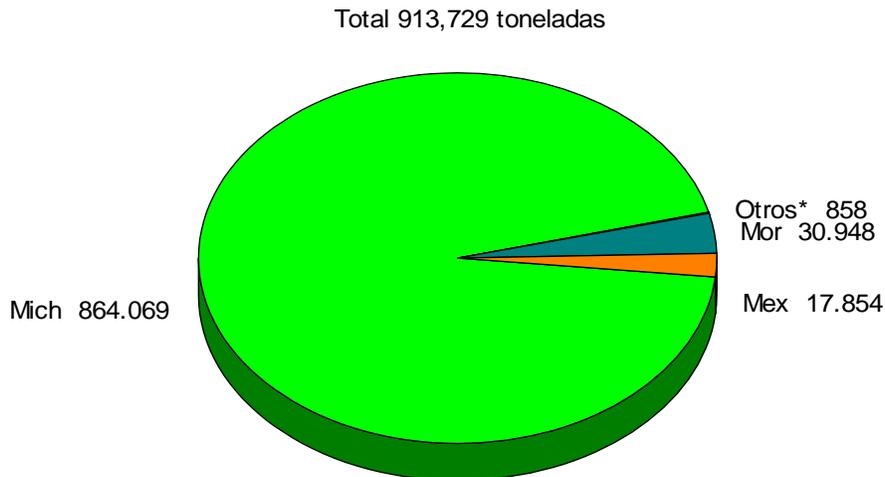


Fuentes: Elaboración propia con datos de SAGARPA (SIAP) y Bancomext (WTA)

* estimado

Gráfico 3 Aguacates Hass, producción mexicana por Estados, 2004

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con base en datos de la SAGARPA (SIAP)

* Se trata de otras 4 entidades federativas: Baja California, Guerrero, Nayarit y Oaxaca

Se constata que, como consecuencia de la apertura gradual del mercado norteamericano iniciada en 1997, las exportaciones michoacanas de aguacate *Hass* se han incrementado notablemente en los últimos años.

De sólo 10,6 mil toneladas vendidas en 1997, se ha pasado a una impresionante cifra de 145 mil toneladas en 2005; es decir, se ha multiplicado casi 14 veces el volumen exportado en sólo 8 años. Los ingresos por exportación han crecido aun más considerablemente, al pasar de 12.7 millones de dólares, en 1997, a 258.3 millones, en 2005; es decir, se han multiplicado por más de 20 veces en el lapso señalado. Esto se ha traducido en una importante derrama económica para la región.

Tabla 10 Volumen y valor de la exportación mexicana de aguacate a los EEUU

Año	Miles de toneladas	% de crecimiento respecto al año anterior	Miles de dólares	% de crecimiento respecto al año anterior
1997	10.6	1.9	12,749	86.4
1998	21.2	2.0	22,839	79.1
1999	23.1	8.9	31,617	38.4
2000	31.6	36.8	40,615	28.5
2001	30,5	(3.5)	39,452	(2.9)
2002	43.8	43.6	56,979	44.4
2003	63,2	44.3	102,514	79.9
2004	67,6	7.0	109,666	7.0
2005	145,0	114.5	258,322	135.6

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía (SIAVI) y de Bancomext (WTA)

Otro importante indicador de la derrama económica generada en Michoacán por la producción y comercialización de aguacate *Hass* se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 11 Estimación de los ingresos brutos de productores de Michoacán, 2001-05

Año	Precios promedio pagados al productor (pesos/kg)	Producción michoacana de aguacate <i>Hass</i> (toneladas)	Ingresos brutos totales (millones de pesos)
2001	7.26	820,224	5,954.8
2002	4.29	792,659	3,400.5
2003	7.31	800,452	5,851.3
2004	7.83	796,359	6,235.5
2005	10.37	810,969	8,409.7

Fuente: Elaboración propia con base en datos del SIAP de la SAGARPA

Desde el punto de vista de los propios productores michoacanos, Echánove y Steffen afirman lo siguiente:

“Ejidatarios, comuneros y pequeños productores en general, concuerdan en afirmar que el cultivo del aguacate, en términos generales, les han aportado un claro beneficio. En primer lugar incrementó la oferta de empleo. Con respecto a las condiciones de trabajo muchos lograron comprar tractor o camioneta, y las máquinas necesarias para hacer más eficientes los cultivos y la comercialización de sus productos. En lo que atañe a las condiciones de vida, la gente mejoró la calidad de sus viviendas y de los servicios. En general, el cultivo de esta fruta ha reactivado la economía de las localidades en donde se ha implantado” (Echánove y Steffen, 2005, pags. 135-136).

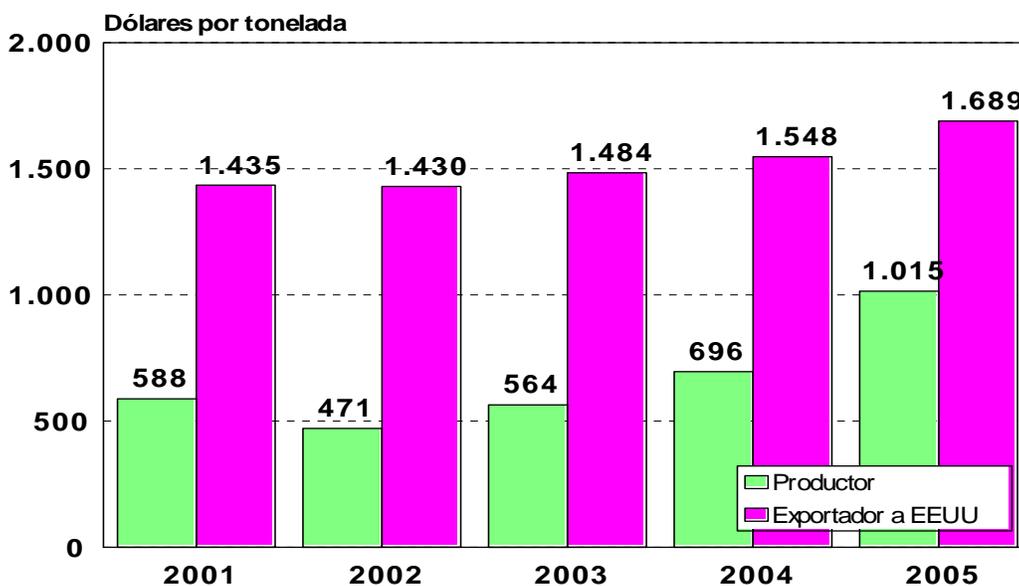
En este panorama de bonanza económica, es evidente que todos los agentes económicos involucrados en la cadena del sistema de producción-comercialización-exportación de aguacate¹ han sido directa o indirectamente beneficiados, en mayor o menor medida. Los principales actores han sido, sin lugar a dudas, los productores mismos y los empacadores; aunque también han tenido una activa participación los viveristas, proveedores de insumos, jornaleros, cortadores, empacadores y transportistas.

En razón de la forma en que está estructurada actualmente en Michoacán la referida cadena de producción-comercialización-exportación, se sospecha que los empacadores-exportadores han sido mayormente beneficiados que los productores mismos². Esta sospecha se funda en el hecho de que, de acuerdo con datos de la SAGARPA, los precios promedio pagados a los productores en Michoacán son sensiblemente menores a los percibidos por los empacadores-exportadores, al vender esos mismos aguacates en el mercado norteamericano, según las estadísticas oficiales de importación de los Estados Unidos.

En el gráfico que se presenta a continuación se comparan ambas dimensiones, teniendo la precaución de que, en el valor de exportación, no se incluyan los costos por fletes y seguros, para que la comparación sea más válida aun³.

Gráfico 4 Aguacates tipo Hass: comparación de precios promedio al productor vs. precios al exportador a EEUU, 2001-2005

Carlos Mbrales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con base en datos de SAGARPA (SIAP) y Census Bureau (DOC). Los precios productor expresados en pesos fueron convertidos a dólares utilizando el tipo de cambio interbancario promedio anual del BANXICO

¹ Ver el gráfico 17.

² Aunque puede darse el caso que un productor sea, también empacador-exportador

³ El valor usado en el gráfico es el denominado "custom value"; o sea, el que utiliza la aduana norteamericana para efectos del pago de derechos de importación, que no incluye fletes ni seguros.

En referencia al gráfico anterior y tomando como ejemplo el último año, 2005, el diferencial entre valor de compra en Michoacán y valor de exportación a los Estados Unidos es de \$674 dólares por tonelada, que constituye el margen bruto para los empaques/exportadores mientras que, en el precio pagado al productor, sólo un cierto porcentaje del valor de sus ventas –difícil de precisar pero ciertamente menor⁴– constituye su margen bruto; en este caso, entre 305 y 508 dólares por tonelada. Este diferencial entre ambos márgenes brutos; empero, no es exclusivo del caso del aguacate ya que, normalmente, los márgenes de los intermediarios/comerciantes son, por regla general, superiores a los que obtienen los productores.

Por otro lado y reforzando la sospecha de la distribución desigual de los beneficios derivados de la producción-exportación de aguacate *Hass* hacia los EEUU, conviene recordar que el número de productores es mucho mayor que el de empaques/exportadores. En el primer caso, se trata fundamentalmente de agricultores que suman poco más de 16 mil en todo el territorio mexicano; mientras que, en el segundo, se trata de alrededor de un centenar de personas jurídicas y unas cuantas personas físicas.

En el caso específico de Michoacán, según el padrón de productores elaborado por el Consejo Nacional de Productores de Aguacate (CONAPA), en el seno del Comité Nacional Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO), existen alrededor de 13,400 productores, teniéndose registrados, al 31 de diciembre de 2005, a 9,942 de ellos, en los 10 municipios michoacanos autorizados para exportar a los EEUU.

En contraste y de acuerdo con datos del SIAVI de la Secretaría de Economía, según se muestra en la tabla que se presenta enseguida, existen 33 exportadores de aguacate que, juntos, representan al menos el 80% del total de las exportaciones⁵.

Atendiendo a su personalidad jurídica, 5 son personas físicas y 28 son personas jurídicas, de las cuales sólo dos son organizaciones rurales de productores (una Sociedad Cooperativa⁶ y una Sociedad de Producción Rural)

De ellos, 23 tienen su sede en el Estado de Michoacán, localizándose 16 en Uruapan y 7 en otros municipios del mismo Estado.

Se tiene certidumbre acerca del origen extranjero –norteamericano, para ser precisos– de cuando menos 4 de estas principales empresas exportadoras, algunas

⁴ Entre un 50% y un 30%, según estimaciones no oficiales de la SAGARPA e informaciones verbales de productores y gente del medio, proporcionadas directamente al autor durante el primer semestre de 2006

⁵ Se trata de exportadores en general, no sólo a los EEUU sino a cualquier otro mercado de destino: Europa, Centroamérica, Canadá o Japón

⁶ Se trata de la Sociedad Cooperativa Cupanda que representa un buen ejemplo de un importante productor que dedica casi toda su producción al mercado doméstico y sólo ocasional y marginalmente ha exportado a otros mercados, distintos al norteamericano. Sin embargo, en sus intentos de comercializar directamente sus productos en la Central de Abastos del DF ha sido exitoso, tal como lo consigna Echánove: "Constituida hace 42 años (1954), es en realidad el único caso que conozco de una cooperativa de productores que se ha logrado mantener por tantos años en el comercio mayorista de CEDA-DF. Casi todas las organizaciones de productores que en algún momento operaron alguna bodega, fracasaron al poco tiempo. (Echánove, 2002)

de ellas expresamente constituidas después de la entrada en vigor del TLCAN en 1994 para aprovechar la inminente apertura del mercado estadounidense. En apoyo de esta aseveración, se constata que de las 28 empresas exportadoras constituidas como personas jurídicas, 20 se han dado de alta fiscalmente después de la entrada en vigor del TLCAN. Esto evidencia un reciente aumento de la presencia, en Michoacán, de nuevos intermediarios en los procesos de comercialización hacia los EEUU.

Tabla 12 Distribución de los 33 principales exportadores de aguacate, según sus características

Exportador	Persona física	Persona jurídica	Org. rural	Sede	Matriz extranjera	Año registro en RFC
Agroindustrias de Michoacán SA CV		X		Uruapan	.	2002
<i>Aguacates Michoacanos SA CV</i>		X		Uruapan	Sunny Avocado, Ltd	1992
<i>Avocado Export Company SA CV</i>		X		Uruapan		1996
Ayala Sánchez Ramón Guadalupe	X			Tacamba		
Becerra de León Jorge	X			Chis		
Calavo de México SA CV		X		Uruapan	Calavo Growers, Inc	1994
Cocanmex SA CV		X		Mex		1989
Comercializadora de Frutas Acapulco SA CV		X		Tinguindi		1995
Comercializadora de Frutas Finas Gran Tarasco SA CV		X		Uruapan		2002
Comercializadora Internacional Briandy SA CV		X		nd		2001
Congelados Don José SPR de RL			X	Gto		1996
<i>Empacadora de Aguacates San Lorenzo SA CV</i>		X		Uruapan		1990
Empaque Roquín SA CV		X		Tinguindi		1992
Exportadora de Cítricos San Gabriel SA CV		X		Ver		1999
Exportadora de Vegetales Marroquín SA CV		X		Gto		2000
Fresh Directions Mexicana SA CV		X		Uruapan	Fresh Directions International	1997
<i>Frutas Finas de Valles de Michoacán SA CV (Grupo Coliman)</i>		X		Salvador Escalant (Son)		1990
Frutas Reales del Pacífico SA CV		X		Uruapan		2002
Frutícola Velo SA CV		X		Uruapan		1995
Grupo West Pak de México SRL CV		X		Uruapan	West Pak Avocado Inc.	1995
Importadora Unión SA CV		X		Gto		2002
International Trading Company SA CV		X		BC	Global Export Services	2000
Mexicomerce SA CV		X		Gto		2002
Mexifresh 2000 SA CV		X		Nay		1998
Mission de México SA CV		X		Uruapan	Mission Produce, Inc.	1986
Moribito de México SRL		X		Uruapan		2002
Procesadora de Aguacates y Frutas SA CV		X		Uruapan		1991
<i>Rivas Barragán Jaime Alfonso (Global Frut)</i>	X			Uruapan	Global Export Services	2000
Sabrimex SA CV		X		Zamora		1997
Sociedad Cooperativa de Venta en Común Cupanda SCL			X	Tacámbaro		1955
Vega Esquivel Leopoldo	X			Uruapan		
<i>Vifrut SA CV</i>		X		Uruapan		1995
Zamudio Molina Lorena	X			S. Juan Bautista		
Totales	5	26	2		7	

Fuente: Elaboración propia, a partir de datos de la Secretaría de Economía (SIAVI) y de investigación directa entre las empresas y gente del medio

Las empresas en *italicas* son miembros de la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, AC (APEAM)

Las empresas en **italicas** y **negritas** son de origen norteamericano

Finalmente, es indispensable tener en cuenta que, formalmente constituida el 4 de julio de 1997, existe la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A. C. (APEAM) que se creó en respuesta a las exigencias del Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA, por sus siglas en inglés) para que existiera una organización que agrupara los intereses de empacadores y productores con miras a la administración eficiente del programa bilateral fitosanitario⁷ que finalmente legitimaría la gradual apertura del mercado norteamericano al aguacate michoacano. Dieciocho organizaciones exportadoras y siete Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JLSV) fueron los miembros fundadores.

“Para darle equidad a la organización, se tomó la determinación de que el Presidente y demás puestos fueran alternos, así: dos años se tiene Presidente Empacador y al siguiente período Presidente Productor” “El primer objetivo de la naciente Directiva fue sustentar el pago del Programa de Certificación del USDA. Ante la falta de recursos solicitaron al Gobierno del Estado un préstamo a fin de garantizar el pago de dicho Programa. Recursos que otorgó FOMICH y se tuvieron que garantizar mediante las firmas de pagarés con sus respectivos intereses por 5 Empacadores y 61 Productores. Al arranque de la temporada, el 1° de noviembre de 1997, se llegó al trascendental acuerdo de apoyar al Programas de Exportación de Aguacate a EU, con la aceptación de una cuota de 6 centavos de dólar por kilogramo exportado, con ello se garantizaba el indispensable pago a USDA” (APEAM, 1997, pag. 19)

De esta forma, desde el inicio de sus operaciones hasta la fecha, la APEAM se ha constituido en una instancia indispensable para poder exportar a los Estados Unidos. Sólo los productores cuyos huertos se ubican en municipios certificados, según la normatividad del *Programa Bilateral de Exportación de Aguacate Hass Mexicano a los Estados Unidos de Norteamérica*, y que, además, han sido declarados limpios por parte de los responsables del mismo *Programa* pueden enviar sus aguacates a los Estados Unidos; aunque para realizar formalmente la exportación, es indispensable, también, que su producto sea enviado por parte de una de las empacadoras/exportadoras asociadas en APEAM⁸.

En estas circunstancias, se puede afirmar que existe una situación de oligopolio en el comercio de exportación de aguacate *Hass* michoacano hacia los Estados Unidos. Por ello, queda clara la existencia de un reparto no generalizado de los beneficios derivados del auge exportador, en virtud de que no todos los productores están en posición de participar directa, o aun indirectamente, en esas corrientes comerciales. Más que los productores mismos, son las empresas comercializadoras intermediarias, denominadas empacadoras/exportadoras asociadas en APEAM, las únicas que realmente pueden exportar a los Estados Unidos.

En consecuencia de todo lo anterior, el problema a investigar consiste en conocer, con mayor objetividad, la situación en la que se encuentra actualmente el gremio en general para poder determinar si, como consecuencia de las importantes corrientes de exportación al mercado norteamericano –cuyos indicadores de crecimiento en

⁷ Constituido por la Dirección General de Sanidad Vegetal, de parte de México, y de la *Animal and Plant Health Inspection Service* (APHIS), por el lado estadounidense.

⁸ Ver gráficos 16 y 17

volumen y valor, su importante participación en el total de exportaciones mundiales y en algunos de los principales países importadores, así como el índice VCR, constituyen un parámetro objetivo y confiable de su sobresaliente desempeño exportador—, los productores han sido beneficiados en sus ingresos y, consecuentemente, en sus niveles de bienestar en igual, menor o mayor medida que los exportadores.

III OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Tal como ya ha quedado asentado en el Capítulo I de la presente investigación, el término *competitividad* se ha utilizado con diferentes significados:

1. Como un parámetro, al nivel de cada país, para jerarquizarlos anualmente e identificar qué país lleva el liderazgo en competitividad, cuáles tienen un buen desempeño y cuáles se encuentran a la zaga (WEF e IMD, 2005)
2. Al nivel de un sector de la economía, para identificar cómo se estructura el “diamante de competitividad” de un sector, de una rama o una subrama de la economía de un país (Porter, 1990).
3. Al nivel de una empresa, tratando de detectar cómo se puede incrementar la competitividad al estructurar mejor la “cadena de valor” (Porter, 1987).
4. Más recientemente, al nivel de productos básicos o genéricos, intentando construir un sustento metodológico para determinar con la mayor objetividad posible la situación prevaleciente en torno a la competitividad de un producto, con base en su desempeño exportador y sus posibles repercusiones en el nivel de ingresos de los productores (Morales y Alba, 2005).

Evidentemente, el tema central de este trabajo tiene que ver con la cuarta acepción del término *competitividad*; por esta razón, el objetivo general quedó definido de la siguiente manera:

Definir si el aguacate *Hass* de Michoacán tiene o no un desempeño exportador altamente exitoso en los mercados mundiales y, particularmente, en el de los EEUU; y, en caso positivo, determinar si, como consecuencia de tal desempeño, se puede afirmar que México es competitivo en ese producto

Para ello, se establecieron los objetivos específicos siguientes:

- Analizar el comportamiento de las exportaciones mexicanas del rubro de frutos comestibles (capítulo 08 del Sistema Armonizado), de 1994 a 2005, al nivel de seis dígitos, determinando el índice de ventaja comparativa revelada (VCR) e identificando los frutos específicos en los que México tiene un índice positivo.
- Dentro del listado de esos productos así identificados, precisar aquellos en los que México destaca en las exportaciones mundiales, ubicando el posicionamiento que tienen, en términos de su participación relativa en las corrientes globales de exportación y, consecuentemente, determinando la posición que ocupan en el rango mundial.
- Tomar el caso del aguacate (080440 del mencionado Sistema Armonizado) como ejemplo para ahondar en el análisis de un producto específico –que

sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros productos—y determinar su índice VCR en los últimos años para observar y analizar el comportamiento, positivo o negativo, que ha mostrado.

- Identificar a los 10 principales países compradores de aguacate, ubicando la posición mundial que ocupan, en términos de su participación relativa en las corrientes globales de importación, y definiendo a cuáles de ellos se exporta regularmente el fruto mexicano para determinar la penetración que éste tiene en cada uno de ellos.
- Tomar el caso del mercado norteamericano como ejemplo para ahondar en el análisis del comportamiento de un producto (el aguacate) en un mercado en particular (el de los EEUU), que sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros mercados.
- Como consecuencia de todo lo anterior, proponer un método sistematizado de análisis para determinar, primero, si se está en presencia de un producto básico con un destacado desempeño exportador en los mercados mundiales y, luego, si se trata, además, de un producto cuyo desempeño exportador sobresaliente esté contribuyendo a la elevación de los niveles de ingreso de los productores; en caso positivo, se puede afirmar con legitimidad que el producto en cuestión es competitivo globalmente, con todas las implicaciones positivas derivadas de tal situación.

En consecuencia del objetivo general, la pregunta central de investigación a la cual se pretende responder en la presente tesis es la siguiente:

¿Se puede afirmar que México es competitivo, al nivel mundial, en el caso del aguacate? ¿Por qué sí? o ¿Por qué no?

Habida cuenta de que, en la presente investigación, la competitividad no está referida a la de las empresas, ni a la de una industria ni tampoco a la de un país en general, sino a un bien genérico que es producido por muchos agricultores y comercializado internacionalmente sólo por unas cuantas empresas, otras preguntas relevantes son las siguientes:

¿existe o no una forma de determinar la competitividad de un producto genérico o básico, como es el caso del aguacate?

¿puede ésta determinarse unívocamente?

¿qué otras condiciones, además de un buen desempeño exportador, son necesarias para poder calificar a un producto como competitivo?

IV JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- Conveniencia

En los tiempos actuales, donde la *competitividad* internacional de los productos y las empresas parece ser el único camino de éxito en los mercados globalizados del mundo, es muy conveniente conocer cuál es el desempeño exportador y la ventaja comparativa que tienen los diversos sectores que integran la economía de un país y que, en su conjunto, representan los actuales flujos de exportación. El caso del sector agropecuario es de especial relevancia al nivel global ya que es particularmente sensible a la competencia internacional y a los cada vez más sofisticados sistemas de apoyo gubernamental a los productores con el fin de elevar su competitividad global; por ello, el tema es motivo de tratamiento especial por parte de casi todos los países y se encuentra en el centro de la discusión en las, hasta ahora, frustradas negociaciones dentro de la Ronda Doha de la OMC.

En el caso de México, la rama de frutos comestibles ha participado exitosamente en el conjunto de exportaciones agropecuarias, teniendo un destacado desempeño exportador; en particular, el caso del aguacate es el mejor ejemplo de ese buen desempeño ya que se sitúa en el primer lugar mundial. La trascendencia económica y social de esta situación es indiscutible, sobre todo para el Estado de Michoacán, en donde se concentra la casi totalidad de la actividad exportadora de este producto.

Las acciones de apoyo gubernamental a los productores de frutos comestibles¹ no han sido tan exitosas como pudiera esperarse, entre otras razones, porque no se tiene evidencia de que se hayan fundamentado en una investigación exhaustiva y metodológicamente válida acerca de los auténticos niveles del desempeño exportador actual y potencial de cada producto, al nivel mundial; tampoco se han analizado detallada y sistemáticamente las razones que han permitido que algunos productos tengan un buen desempeño exportador y, además, no parece que se haya examinado con el debido cuidado la forma de incrementar la participación directa de los productores mismos en los flujos de comercialización internacional que puedan resultarles más lucrativos que la simple actividad productora.

Sólo conociendo los niveles del desempeño exportador actual y las razones que han conducido al mismo, se puede contar con los elementos de juicio necesarios para evaluar con objetividad la situación prevaleciente y fijar objetivos y metas para el futuro.

Si, además, se centra la atención en la participación de los productores dentro de la cadena, tal como se hace aquí, se pueden diseñar o redirigir, con mayor acierto, los

¹ Contenidas básicamente en los esquemas de los denominados *Sistema Producto* de la SAGARPA

esfuerzos de apoyo integral a los agricultores mismos, contribuyendo a la elevación de sus niveles de ingreso y bienestar.

Por extensión, la metodología utilizada en la presente investigación y contenida en el Anexo 1 puede ser, ulteriormente, aplicada a otros rubros de actividad exportadora que también tengan una dimensión social, como es el caso de los productos agropecuarios, en general.

Aunque no es motivo de la presente investigación, es conveniente recordar que, además de la importante necesidad de determinar y analizar el verdadero desempeño exportador global y la supuesta *competitividad* de algunos productos básicos o genéricos –que es lo que aquí se hace–, también es de fundamental importancia ocuparse de la *competitividad*, al nivel de cada productor y empresa en lo individual; esta tarea se ubica, por supuesto, en el ámbito de decisión y responsabilidad de los propios productores y de las empresas mismas que se interesen en ello, sean éstas personas físicas o jurídicas.

Resulta evidente que mientras más empresas competitivas haya en un sector o involucradas directamente en la producción, comercialización y exportación de un producto genérico, más competitivo será un país, región o ciudad en ese sector o ese producto. Pero, metodológicamente, hay diferencias abismales entre el conocer el desempeño exportador y la *competitividad*, al nivel de productos genéricos –que es lo que se presenta en esta investigación– y el analizar, productor por productor y empresa por empresa, para determinar su nivel de *competitividad*, dentro de su sector, sobre todo cuando se trata de decenas de miles de productores.

- Relevancia social

Existe abundante literatura acerca de los aspectos técnicos de la producción de aguacate en México². También hay múltiples artículos de divulgación y reportajes periodísticos así como numerosas tesis y estudios acerca de la exportación mexicana de dicho fruto. Sin embargo, poco se ha dicho, de manera clara, sobre las prácticas de comercialización internacional de los productores. En particular, prácticamente nada con relación a la forma en que estos grupos participan – directa o indirectamente–, en los procesos de obtención de informaciones acerca de las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales, en la detección de negocios de exportación específicos y su participación directa en los mismos, así como en la generación y percepción de los beneficios correspondientes.

En una primera aproximación, después de entrevistar informalmente a un buen número de productores de aguacate, se podría afirmar que muchos de ellos no se

² Fundamentalmente en el seno de instituciones especializadas en el tema, tales como: el Colegio de Posgraduados (www.colpos.mx), la Universidad Autónoma de Chapingo, la Universidad Autónoma Agraria "Antonio Narro" (www.uaaan.mx), el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales Agrícolas y Pecuarias (INIFAP), el Centro de Investigación y de Estudios Avanzados (CINVESTAV) del IPN (www.cinvestav.mx), la Fundación Salvador Sánchez Colín (www.cictamex.edu.mx), entre otras.

ven a sí mismos como empresarios, sino sólo como agricultores, casi siempre necesitados de algún apoyo gubernamental para subsistir mejor. Obviamente se está en presencia de inveterados patrones de comportamiento, generados por las acciones tradicionales del propio Estado y aceptadas por ellos³.

En oposición, los agronegocios –concebidos justamente como negocios– sí funcionan y generan buenas utilidades tanto para los empresarios emprendedores que los imaginaron, planearon y pusieron en marcha, cuanto para los propietarios de los mismos.

En la exportación mexicana de aguacates, hay muchas aristas que no han sido debidamente estudiadas para explicar el por qué los productores no han podido alcanzar niveles superiores de ingresos y bienestar, cuando justamente producen un bien que, como el que nos ocupa, se aprecia y consume cada vez más entre los consumidores del mundo, sobre todo en los países desarrollados.

Una de las posibles causas que, en parte, podría explicar esta situación contradictoria es el papel que tradicionalmente han tenido los agricultores dentro de las cadenas productivas; en este caso específico, los productores de aguacate de Michoacán quienes, en la mayoría de los casos, se han concentrado y distinguido en las tareas de producción, en detrimento de las de comercialización, dejando las de exportación casi siempre en manos de intermediarios especializados.

Esto les ha impedido tener acceso a los beneficios derivados de la correcta aplicación de las técnicas de comercialización internacional adecuadas y, especialmente, las de exportación a los principales mercados del mundo.

De aquí que resulte pertinente llevar a cabo una investigación que se proponga reunir elementos que informen sobre las formas en que los productores michoacanos de aguacate se organizan para participar de las crecientes oportunidades de exportación, en particular las existentes ahora en el mercado norteamericano.

Es evidente que los problemas de pobreza se ubican mayoritariamente entre el sector rural que, a su vez y por la misma razón, es de donde procede un gran porcentaje de las corrientes de emigración ilegal hacia los EEUU, en búsqueda de mejores condiciones de vida.

Por esa razón, el tema es de fundamental importancia y relevancia social, ya que cualquier forma de propiciar mayor bienestar en el campo mexicano contribuirá no sólo al combate a la pobreza *in situ*, sino a la superación del nivel de vida de los

³ Salvo algunas excepciones, como es el caso de los productores de hortalizas del noroeste del país, la mayoría de los cultivos del agro mexicano han generado pingües utilidades que se han traducido en mayores beneficios para los intermediarios, pero no para los productores, quienes sólo han tenido una retribución marginal, aun en tratándose de productos altamente exitosos en los mercados de exportación.

agricultores mexicanos, con los consecuentes beneficios indirectos para la sociedad en su conjunto.

- Implicaciones prácticas.

Es indispensable que un país, además de conocer el índice de competitividad global (al nivel del país en general) que se le otorga en Davos o por parte del IMD⁴ o de cualquier otro organismo de esta naturaleza, determine y conozca su competitividad al nivel de cada rama industrial y aun de los productos básicos o genéricos de mayor interés para su economía, sea al nivel nacional o al regional.

La presente investigación, en el sector de frutos comestibles mexicanos y de aguacate en especial, propone una metodología adecuada para analizar con todo detalle el verdadero nivel de competitividad de las exportaciones mexicanas de dicho producto.

El mejor conocimiento directo, objetivo y actualizado de la realidad del sector tiene implicaciones prácticas importantes para el sano desarrollo de esta actividad económica. En cualquier supuesto, el conocer en qué grado y en qué productos tenemos hoy un desempeño exportador sobresaliente es una condición *sine qua non* para poder, en el futuro, fijar metas y poder evaluar objetivamente los resultados obtenidos en los mercados internacionales.

Los organismos del sector público responsables de la atención a estas cuestiones, tales como la SAGARPA y el Bancomext, tienen un legítimo interés institucional en estar muy bien informados acerca de las metodologías adecuadas para la evaluación objetiva de la competitividad sectorial o de un producto en particular. En este sentido, es obvio que los egresados del Posgrado UNAM en Ciencias de la Administración son los universitarios adecuadamente formados para elaborar y desarrollar estudios sectoriales de competitividad internacional de los productos genéricos de mayor relevancia social y económica en nuestro país.

- Valor teórico

La información obtenida en la presente investigación puede servir para desarrollar o apoyar la teoría acerca de la competitividad internacional de un producto básico o genérico, tema de particular relevancia económica y social para un país como México.

⁴ Ver el Apartado 2 del Capítulo I

En efecto, es abundante la literatura y las organizaciones que se dedican a tratar de medir con la mayor objetividad posible el nivel de competitividad de los países y, más recientemente, de las regiones.

También, gracias a las aportaciones del profesor Porter, se dispone de un planteamiento teórico de aceptación muy generalizada acerca de la forma de medir y mejorar la competitividad de una empresa en particular así como de determinar y elevar el nivel de competitividad internacional de un sector productivo.

Sin embargo, el caso de los productos genéricos o básicos, como el que aquí se analiza, cuya producción está en manos de miles o decenas de miles de agricultores y en cuya comercialización internacional no siempre participan directa y exitosamente, reviste particular importancia para los países en vías de desarrollo que requieren urgentemente elevar los niveles de bienestar de los productores del campo.

Así, en complemento de lo hasta ahora definido en términos de la competitividad de países, sectores y empresas y utilizado profusamente en los medios académicos – sobre todo en las “escuelas de negocios”– y empresariales, se aporta una nueva dimensión a la teoría: la competitividad de los productos básicos o genéricos y su contribución al mayor nivel de ingresos de los productores.

- Utilidad metodológica

Para medir el desempeño exportador, al nivel de un producto básico o genérico, un instrumento de fácil utilización, completo, adecuado y confiable es el índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de Vollrath⁵. El nivel de detalle que se puede obtener al aplicarlo, depende de la propia naturaleza de los datos estadísticos que se utilicen para su determinación⁶.

En tratándose de productos genéricos, además del VCR ya mencionado, también puede emplearse, con relativa facilidad y de modo complementario, el análisis específico del desempeño de cada producto en los principales mercados internacionales, determinando su penetración actual en los mismos y su desempeño en años recientes. Para ello, es más conveniente utilizar los llamados Mapas de Producto y Mapas de Comercio que elabora el Centro de Comercio Internacional (CCI - UNCTAD/OMC) de las Naciones Unidas.

Una vez determinado el desempeño exportador de un producto genérico, es necesario preguntarse cuál es el impacto directo sobre el nivel de ingresos y

⁵ Vollrath, 1991

⁶ Sea la Clasificación Uniforme de Comercio Internacional (CUCI), Rev. 3, de las Naciones Unidas o el Sistema Armonizado (SA).

bienestar de los varios agentes que componen la cadena productiva dentro de la que se inscriba el producto bajo análisis.

La trascendencia de este ejercicio de medición es innegable, sobre todo cuando se está en presencia de una feroz y creciente competencia dentro de los llamados mercados globalizados. Elevar la competitividad se ha tornado en una condición *sine qua non* para propiciar un desarrollo económico adecuado y mejores niveles de vida para la mayoría de los habitantes de un país, región o aun ciudad.

Usando las herramientas descritas anteriormente, se podrá corroborar cuán fácil, poco costoso y accesible resulta el ejercicio, aun para los productores que no cuentan con una alta formación académica y que son, sin lugar a dudas, los que más requieren del uso de instrumentos adecuados y simples para medir la competitividad global del producto de su interés.

La presente investigación puede ayudar a crear un instrumento de análisis de cada uno de los productos genéricos o básicos (el aguacate, en este caso particular) para determinar su competitividad internacional, no sólo en términos de desempeño exportador sino de generación de mayores ingresos para los productores.

Igualmente, la investigación puede contribuir a la mejor identificación de las fortalezas y debilidades de las organizaciones de los productores mismos y de sus organizaciones gremiales frente a las oportunidades y amenazas de los mercados internacionales.

Finalmente, existe una legítima aspiración del sustentante, al llevar al cabo la investigación que aquí se presenta, que consiste en ofrecer una metodología de evaluación, fácilmente reproducible, aplicada aquí al caso del aguacate, para así estar en capacidad de analizar otros importantes productos genéricos de la exportación mexicana, con criterios y elementos de juicio objetivos, que permitan diagnósticos confiables en torno a los problemas de competitividad del comercio exterior de México.

La metodología propuesta para tratar de definir la competitividad internacional de un producto genérico se contiene en el Anexo 1, denominado: ***Parámetros empleados para determinar la posible competitividad de un producto genérico de un país en particular***

V NATURALEZA Y ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo con la metodología de los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, a continuación se hacen comentarios en torno a la naturaleza de la presente investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2004)

Esta investigación tiene una naturaleza mixta ya que incluye tanto aspectos cualitativos como cuantitativos. En efecto, por una parte el enfoque cualitativo partió de la sospecha de que los ingresos derivados del reciente éxito exportador hacia el mercado de los EEUU no estaban siendo distribuidos de forma equitativa entre los dos principales actores de esta situación: los productores, por una parte, y las empresas exportadoras, por la otra. Esa sospecha fue paulatinamente transformándose en opinión, que se vio reforzada al entrevistar informalmente a varias personas conocedoras del gremio así como a funcionarios de la SAGARPA y académicos.

Para corroborar esa opinión era necesario intentar medir tal fenómeno, lo que le dio el enfoque cuantitativo a la investigación al tratar de dimensionar la forma en que los ingresos derivados del negocio de producción y exportación de aguacate estaban siendo generados y percibidos por los productores, de un lado, y los exportadores, del otro.

Se trata, además, de una investigación descriptiva ya que, en su primera fase, se efectúa una investigación documental en base al análisis detallado de las estadísticas disponibles de producción y comercio exterior, efectuando los cálculos necesarios para determinar el índice de ventaja comparativa revelada (VCR).

Sin embargo, derivado de la investigación de campo, de la recopilación de la información gremial obtenida con el carácter de confidencial, así como de los resultados derivados de las encuestas efectuadas entre los productores, la investigación tiene también un carácter concluyente en lo que se refiere a los cálculos aritméticos para determinar la forma en que se están distribuyendo los ingresos derivados de la exportación hacia los EEUU entre exportadores y productores y la opinión de los propios productores respecto de sus ingresos y niveles de bienestar.

En lo que corresponde a la naturaleza misma de la investigación de campo entre los productores, se puede afirmar que se trata de una investigación no experimental, debido a que no se manipulan deliberadamente las variables por tratarse de una investigación de carácter social, en donde los sujetos investigados son individuos que no pueden ser sometidos a manipulación alguna.

Por otro lado, se está en presencia de una investigación transeccional o transversal derivada del hecho de que la recolección de datos se efectuó en un solo momento, en un lapso único que se situó entre los meses de abril y agosto de 2006. Sin

embargo, es prudente aclararlo, los datos obtenidos en las 63 entrevistas realizadas podrían ser utilizados como referencia para futuras investigaciones en el gremio, sobre todo si se trata de algunos aspectos del desarrollo socio-económico, tales como: nivel de ingresos, educación, salud, ocupación, vivienda, acceso a bienes duraderos, etc.

Finalmente se trata de una investigación correlacional o causal ya que lo que se busca, en última instancia, es el poder relacionar el desarrollo exportador con el incremento en los niveles de ingresos de los productores.

En cuanto a los alcances de la investigación, conviene recordar que, con la creciente y cada vez más sofisticada competencia internacional presente en casi todos los mercados del mundo, es indispensable que los exportadores mexicanos, sus organizaciones gremiales y las agencias gubernamentales vinculadas con el tema, estén bien conscientes de la posición competitiva actual que tienen los productos que ya se están vendiendo o tratan de venderse en los mercados extranjeros, sea en términos de simple desempeño exportador, ventaja comparativa revelada o competitividad.

De esta forma, las estrategias de fomento y desarrollo de las exportaciones, diseñadas por el sector privado o contenidas en los planes gubernamentales, deben tomar como punto de partida el nivel actual de competitividad para fijar objetivos y metas no sólo cuantificadas económicamente sino con dimensiones de desarrollo social de todos los agentes involucrados en la cadena de producción.

Por lo tanto, los alcances y aportación de la presente investigación son en el sentido de **un conocimiento más objetivo de la verdadera posición competitiva de México como exportador de frutas comestibles, utilizando algunos instrumentos de medición del desarrollo exportador y ejemplificando, con el caso de los aguacates, la forma de analizar con detalle lo que puede estar ocurriendo con cada producto que también tiene un desempeño exportador notable.**

Finalmente, en cuanto a sus limitaciones, la presente investigación está basada en hechos contundentes que se manifiestan en las estadísticas disponibles (*datos duros*) acerca de la producción, el comercio y otras características acerca de la industria del aguacate, en México, en cada uno de los diez principales países importadores así como al nivel mundial. También utiliza informaciones gremiales de circulación restringida, que fueron proporcionadas al autor con carácter de confidencialidad pero que permitieron, al ser utilizadas de modo agregado, llegar a conclusiones ineluctables y unívocas respecto de la magnitud de los márgenes brutos de utilidad tanto para los productores, como para los productores/exportadores y para los empacadores/exportadores. A pesar de ello, no se puede sino hablar de estos grupos y de cifras promedio, siendo las conclusiones a las que se llegó válidas en este contexto, aunque seguramente imprecisas al nivel de cada productor y de cada exportador.

Sin embargo, cuando se habla de los niveles de bienestar de los productores, no pueden sino utilizarse indicadores genéricos de dichos niveles en 2006, con referencia al 2000. Pero, evidentemente, como resultado de las entrevistas practicadas, sólo puede tenerse una percepción general de la opinión que los propios productores tienen respecto de sus ingresos derivados de la producción y comercio del aguacate y de la repercusión de éstos en sus niveles de bienestar pero, de ninguna manera, puede determinarse con precisión el verdadero nivel de dichos ingresos ni el del bienestar de los productores.

VI PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

Habida cuenta del consenso existente en las varias instituciones y autores que han definido la competitividad en el sentido de que, si no se consigue una elevación de los niveles de ingresos o bienestar de la población en general en un país determinado, como resultado de un positivo desempeño exportador, no puede decirse, con justicia, que ese país sea competitivo; y considerando, además, que el buen comportamiento de las exportaciones es una condición necesaria, pero no suficiente, para ser competitivo, se planteó la siguiente hipótesis para la presente investigación:

Probar que, en el caso del aguacate michoacano, existe una clara y directa relación entre desarrollo exportador y elevación de los niveles de ingreso de los productores y sus familias en los municipios autorizados para exportar a los EEUU.

Es justo reconocer que para llegar a la anterior definición, el autor se vio beneficiado por la rica discusión sostenida, a lo largo del proceso de elaboración del presente trabajo, con sus tutores, asesores, profesores y colegas de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

VII DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en dos tiempos. El primero –que puede calificarse como investigación documental y que responde a un buen número de los objetivos fijados en el Capítulo III– consistió en un examen detallado de las estadísticas de comercio exterior para determinar cuál ha sido el desempeño exportador del aguacate, en el contexto de los otros frutos comestibles que integran el Capítulo 08 del Sistema Armonizado. Asimismo, con base en las estadísticas disponibles, se determinó el índice de ventaja comparativa revelada para el aguacate desde 1994 hasta 2004 y se identificaron los principales países compradores de este producto para, enseguida, evaluar la participación del aguacate mexicano en cada uno de ellos, de cara a los principales países competidores

El segundo, fue el proceso de la investigación de campo que, a su vez, se llevó al cabo en dos etapas. La primera, durante los meses de marzo, abril y mayo de 2006 y, la segunda, durante julio y agosto del mismo año; ambas etapas se describen en el Apartado 2 del presente Capítulo.

1. Examen de las estadísticas de comercio exterior y determinación del índice de ventaja comparativa revelada para definir la naturaleza del desempeño exportador de un producto genérico

Objetivo 1

Analizar el comportamiento de las exportaciones mexicanas del rubro de frutos comestibles (capítulo 08 del Sistema Armonizado), de 1994 a 2005, al nivel de seis dígitos, determinando el índice de ventaja comparativa revelada e identificando los frutos específicos en los que México tiene un índice positivo.

Tal como ya quedó establecido en el Apartado 1 del Capítulo 1 de la presente investigación, el comportamiento de las exportaciones del Capítulo 08 del Sistema Armonizado ha sido satisfactorio, en términos absolutos, en la medida en que la tasa media de crecimiento anual (TMCA), durante el lapso 1994-2005, fue de 11%.

Sin embargo, este crecimiento del valor monetario de las exportación de frutos comestibles ha sido superando por el correspondiente al conjunto de la exportación mexicana que ha sido de 12.1%, durante el mismo período.

Se constata además que, mientras el segundo se multiplicó 3.5 veces en el lapso 1994-2005, los frutos comestibles sólo multiplicaron su valor 3.1 veces, en números redondos, durante el mismo período. Adviértase, finalmente, que la exportación de frutos comestibles representa, en 2005, sólo un 0.75% del total nacional, mientras que, en 1994, el valor de estos productos alcanzaba el 0.84% del total exportado por México.

Por todo lo anterior, puede afirmarse que, a pesar de un comportamiento destacado en cifras absolutas, en cifras relativas los frutos comestibles han tenido un desempeño exportador por debajo del alcanzado por la totalidad de los productos exportados por México, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 13 Comparación del valor total de la exportación de México con la correspondiente a la de frutos comestibles, capítulo 08 del Sistema Armonizado

Año	Exportación total (millones de dólares)	% de crecimiento respecto al año anterior	Exportación Capítulo 08 (millones de dólares)	% de crecimiento respecto al año anterior
1994	60,817.2	nd	512.6	nd
1995	79,540.6	30.8	627.0	22.3
1996	96,003.7	20.7	658.6	5.0
1997	110,236.8	14.8	650.9	(1.2)
1998	117,459.6	6.5	749.4	15.1
1999	136,391.1	16.1	812.6	8.4
2000	166,454.8	22.0	772.4	(5,0)
2001	158,442.9	(4.8)	777.5	0.7
2002	160,762.7	1.5	784.3	0.9
2003	165,355.2	2.9	1,120.4	42.9
2004	189,200.4	14.4	1,337.8	19.4
2005	213,994.6	13.1	1,614.1	20.6
TMCA 1994/05		12.1		11.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía (SIAVI) y de Bancomext (WTA)
nd = no disponible

Por otro lado y retomando el concepto de ventaja comparativa revelada en los términos comentados en el Capítulo 1 de la presente investigación, a continuación se presenta y comenta la forma en que fueron realizados los cálculos para determinarla, aplicándola al tema de las frutas comestibles y, especialmente, a la cuestión central que nos ocupa: el caso del aguacate.

El índice que se utilizó en el cálculo de las ventajas comparativas reveladas tanto para las frutas comestibles en general cuanto para el aguacate en particular es el desarrollado por el economista Thomas Vollrath y que se denomina *índice de ventaja comparativa revelada (VCR)*, que se expresa y resume en las siguientes fórmulas (Vollrath, 1991):

$$VCR_a^i = VCE_a^i - VCI_a^i$$

$$VCE = \ln[(X_a^i / X_n^i) / (X_a^r / X_n^r)]$$

$$VCI = \ln[(M_a^i / M_n^i) / (M_a^r / M_n^r)]$$

donde *VCE* significa la ventaja comparativa revelada de las exportaciones y *VCI* la de las importaciones y en donde *ln* significa logaritmo natural y *X* y *M* son exportaciones e importaciones, respectivamente; la *r* se refiere al mundo, menos el

país en análisis; mientras que *n* se refiere al comercio de todas las mercancías, menos la mercancía *a*.

Arias y Segura señalan que:

“el índice de ventaja comparativa revelada se calcula bajo el supuesto de un mundo compuesto por dos países (el país *i* y el resto del mundo, *r*) que intervienen en el intercambio comercial de dos bienes (un bien *a* y el resto de bienes, *n*). Implícitamente, el VCE y el VCI arrojan seis tipos de combinaciones posibles de participaciones de mercado, a saber:

1. La participación mundial del *país* bajo análisis en el comercio del *total de mercancías*.
2. La participación mundial del *país*, en el comercio del *bien a*.
3. La participación mundial del *país* en el comercio del *resto de mercancías*.
4. La participación mundial del *resto del mundo* en el comercio del *total de mercancías*.
5. La participación mundial del *resto del mundo* en el comercio del *bien a*.
6. La participación mundial del *resto del mundo* en el comercio del *resto de mercancías*.

Según las relaciones que se den entre estas seis participaciones, la VCE o la VCI será mayor o menor que cero, reflejando de esta manera un desempeño mayor o menor, respectivamente, al mostrado por el resto de mercancías y al desempeño del resto del mundo.

Debido a que el VCR establece una clara diferencia entre un bien específico y el resto de bienes comercializados en la economía, y entre el país y el resto del mundo, se elimina la doble contabilidad entre productos y países. Además, como en el cálculo de este índice se usan datos de importaciones y exportaciones, se toma en cuenta tanto la demanda como la oferta de productos” (Arias y Segura, 2003, pags. 3-4)

De esta manera, al aplicar la fórmula mencionada, los resultados obtenidos en la determinación del índice de ventaja comparativa revelada para cada una de las subpartidas que conforman el capítulo 08 del la TIGIE son los que se presentan y comentan a continuación.

Tabla 14 Ventaja Comparativa Revelada (VCR) de los Subpartidas que conforman el Capítulo 08 de la TIGIE, 2004.

TIGIE	Exportación de México	Exportación mundial	VC Exportaciones	Importación de México	Importación mundial	VC Importaciones	Índice VCR
080111	0,5	234,7	-2,26	0,2	203,4	-2,96	0,70
080119	1,4	75,8	-0,09	0,0	80,3	-7,44	7,36
080121	0,0	16,6	-5,86	0,0	10,8	-5,43	-0,42
080122	0,0	91,8	-7,57	0,0	110,0	-4,09	-3,48
080131	0,8	387,9	-2,38	0,0	420,0	-9,10	6,71
080132	0,0	1.206,0	-7,05	1,9	1.164,2	-2,55	-4,51
080211	0,4	255,0	-2,69	0,0	164,8	-4,73	2,04
080212	0,5	1.604,4	-4,31	25,5	1.753,1	-0,36	-3,94
080221	0,0	54,8	-7,05	0,2	58,7	-1,68	-5,37
080222	0,0	958,6	-8,82	1,4	824,5	-2,54	-6,27
080231	84,1	253,9	3,16	44,1	220,7	2,47	0,69
080232	50,9	432,5	1,84	5,1	388,9	-0,48	2,32
080240	0,0	213,2	-8,41	0,2	222,5	-3,00	-5,41
080250	0,0	858,6	-7,86	2,5	809,0	-1,93	-5,93
080290	4,2	684,7	-1,22	4,2	855,5	-1,46	0,24
080300	21,3	6.351,8	-1,84	0,0	7.927,0	-9,55	7,71
080410	2,5	333,1	-1,04	0,4	346,2	-3,04	1,99
080420	1,6	188,9	-0,89	3,1	197,6	-0,30	-0,60
080430	10,8	1.286,0	-0,92	0,4	1.370,4	-4,19	3,27
080440	219,0	624,9	3,24	0,3	707,9	-3,94	7,18
080450	146,3	731,3	2,47	1,8	768,3	-2,18	4,65
080510	3,4	2.814,5	-2,87	4,7	3.242,1	-2,68	-0,19
080520	1,8	2.168,9	-3,22	0,8	2.235,7	-4,04	0,81
080540	6,3	618,7	-0,73	1,0	753,4	-2,78	2,06
080550	187,5	1.098,8	2,28	0,4	1.247,5	-4,11	6,39
080590	0,0	37,1	-4,02	0,0	30,1	-4,38	0,36
080610	108,6	3.308,0	0,48	93,3	4.057,4	0,10	0,37
080620	3,3	793,0	-1,63	13,5	832,7	-0,25	-1,38
080711	159,1	598,8	2,84	0,6	544,9	-2,96	5,80
080719	62,1	934,7	1,22	5,7	1.090,1	-1,39	2,61
080720	74,4	210,8	3,25	0,0	228,6	-8,49	11,74
080810	0,2	3.825,0	-5,89	136,9	4.340,6	0,43	-6,32
080820	0,0	1.377,0	-6,69	67,6	1.511,5	0,79	-7,49
080910	0,0	216,3	-8,43	3,3	222,4	-0,35	-8,08
080920	0,0	569,4	-9,39	2,0	631,7	-1,88	-7,52
080930	0,7	1.166,1	-3,57	29,2	1.277,6	0,10	-3,66
080940	0,0	412,2	-5,64	11,1	504,4	0,06	-5,69
081010	74,3	1.206,4	1,13	14,4	1.209,7	-0,57	1,70
081020	36,3	221,4	2,23	0,2	263,2	-3,38	5,61
081030	0,0	38,7	-6,71	0,0	34,8	-6,60	-0,10
081040	0,3	275,9	-3,08	0,1	303,7	-4,20	1,11
081050	0,0	1.106,0	-10,06	8,6	1.490,4	-1,29	-8,76
081090	5,4	882,5	-1,24	1,0	1.006,1	-3,05	1,82
081110	44,4	406,6	1,76	2,5	457,6	-1,34	3,10
081120	2,3	418,4	-1,32	1,2	418,0	-2,02	0,70
081190	17,5	882,9	-0,04	4,8	953,6	-1,43	1,39
081210	0,0	45,7	-6,87	0,4	48,1	-1,06	-5,81
081290	0,0	102,5	-3,94	0,1	105,8	-3,39	-0,56
081310	0,0	254,3	-6,98	1,1	249,0	-1,61	-5,37
081320	0,1	331,3	-4,28	14,8	299,0	0,90	-5,18
081330	0,0	69,3	-3,76	2,1	78,7	0,28	-4,04
081340	0,9	240,8	-1,68	3,4	258,1	-0,47	-1,21
081350	0,0	163,5	-4,71	3,1	137,2	0,10	-4,81
081400	4,4	38,1	1,83	4,3	34,7	1,90	-0,08

Es conveniente aclarar que los cálculos anteriores fueron elaborados con cifras a 2004, debido a que son las últimas disponibles en fuentes internacionales, tanto para

el comercio total como para el correspondiente al de frutos comestibles (ONU, 2006)¹

Ahora bien, con el propósito de interpretar adecuadamente los cálculos y los resultados obtenidos en la determinación del índice VCR –que es el que se muestra en la Tabla 14–, conviene tener presente las siguientes aseveraciones:

“Un VCR mayor que cero identifica productos con *ventaja comparativa revelada*, y generalmente muestra que las exportaciones del país exceden las importaciones ($\text{Exp/Imp} > 1$) Por el contrario, un valor negativo en el índice VCR indica *desventaja comparativa revelada* y, por lo general, implica que las importaciones exceden las exportaciones ($\text{Exp/Imp} < 1$) Este índice VCR es comparable entre productos, de manera que, cuanto más alto sea el mismo para un producto, más favorable es su posición competitiva en el mercado internacional” (Arias y Segura, 2003, pag. 4).

Por ejemplo, el índice VCR de *nueces con cáscara* (Sistema Armonizado 080231) fue de 0.69 en 2004, mientras que el correspondiente a *uvas frescas* (080610) se situó en 0.37 en el año referido. Esto indica que las nueces presentan una ventaja comparativa revelada de casi el doble que la que registran las uvas. En ambos casos se está en presencia de frutas con ventaja comparativa revelada, en donde las exportaciones exceden a las importaciones.

En contraste, se observa que en el caso de las *uvas pasas* (080620) el índice es negativo, de -1.38, siendo las importaciones superiores a las exportaciones para el año mencionado.

En el caso específico del aguacate (080440), el comportamiento histórico del VCR demuestra una clara tendencia al alza en el período 1994-2003 ya que, en el primer año referido, se tenía un índice de 10.94, mientras que, en el último año, el valor se situó en 12.90; hecho acompañado por una ausencia total, a lo largo de esos años, de importaciones mexicanas. Sin embargo, en 2004, el VCR registró un ligero descenso, situándose en 8.31, debido al hecho de que, por primera vez, se registraron algunas importaciones del producto en cuestión; no obstante, el VCR siguió siendo excepcionalmente elevado, denotando una ventaja comparativa revelada muy alta²

En cualquier supuesto, existen cuatro posibles escenarios, dependiendo del valor combinado de la VCI y de la VCE (Arias y Segura, 2003, pag. 5):

$$\text{VCE} > 0, \text{VCI} < 0; \text{VCR} > 0.$$

$$\text{VCE} > 0, \text{VCI} > 0; \text{VCR} > \text{ó} < 0.$$

$$\text{VCE} < 0, \text{VCI} > 0; \text{VCR} < 0.$$

$$\text{VCE} < 0, \text{VCI} < 0; 0 > \text{VCR} < 0.$$

¹ Para ver la hoja de cálculo detallada, favor de referirse al Anexo 2

² Ver Tabla 19

Habiendo, pues, precisado la forma en que se calculó el índice VCR y la manera en que éste debe interpretarse, a continuación se muestra un listado de los 15 productos (al nivel de subpartida, seis dígitos del Sistema Armonizado) en donde México destaca, tanto por su elevado índice VCR como por su contribución relativa al total de la exportación mexicana del Capítulo 08, en su conjunto.

Conviene advertir que el VCR mayor se da en el caso de las papayas (11.74) y el menor, en el de las uvas (0.37). Aplicando los cuatro posibles escenarios comentados anteriormente a cada una de estas 15 subpartidas, se tienen los siguientes resultados:

Primer escenario ($VCE > 0$, $VCI < 0$; $VCR > 0$):

- Nueces sin cáscara (080232)
- Aguacates (080440)
- Mangos (080450)
- Limones (080550)
- Sandías (080711)
- Melones (080719)
- Papayas (080720)
- Fresas frescas (081010)
- Frambuesas, zarzamoras y moras (081020)
- Fresas congeladas (081110)

Es decir, se trata de productos en donde México tiene un VCR positivo, derivado de sus ventajas comparativas en las exportaciones y desventajas comparativas en las importaciones, seguramente debido a que la oferta extranjera no puede competir exitosamente con la producción nacional o a lo limitado de la demanda doméstica, como parece ser el caso de las fresas congeladas.

Segundo escenario ($VCE > 0$, $VCI > 0$; $VCR > 0$ ó $VCR < 0$):

- Nueces con cáscara (080231)
- Uvas frescas (080610)

Es decir, se trata de productos donde México tiene un VCR positivo y registra ventajas comparativas tanto en exportación como en importación. El hecho de que se registre una ventaja en las importaciones significa que las adquisiciones mexicanas del exterior son significativas, destacando en las corrientes mundiales de comercio.

Tercer escenario ($VCE < 0$, $VCI > 0$; $VCR < 0$):

Ningún de los quince productos bajo análisis se encuentra en este caso, aunque muchas de las otras subpartidas no analizadas pueden encontrarse en esta

situación, en donde se tienen desventajas comparativas en las exportaciones –es decir, no se participa exitosamente en las corrientes mundiales de exportación– y ventajas en las importaciones, normalmente porque la demanda doméstica, al menos parcialmente, tiene que ser satisfecha por la oferta internacional; la consecuencia derivada de la combinación de ambos factores es la existencia de un VCR negativo (ver Tabla 14).

Cuarto escenario ($VCE < 0$, $VCI < 0$; $0 > VCR < 0$):

- Plátanos (080300)
- Piñas (080430)
- Otros frutos congelados (081190)

Es decir, se trata de productos donde, a consecuencia de desventajas comparativas tanto en la exportación como en la importación, se puede tener un VCR negativo o positivo. En el caso de estos tres productos en particular el VCR resultó positivo (ver Tabla 15), aunque teóricamente podría haber sido negativo. En este sentido, conviene tener presente la siguiente aseveración de Arias y Segura respecto de este cuarto escenario:

“el significado del índice VCR es ambiguo y puede conducir a errores de interpretación, ya que un valor positivo no necesariamente indica ventaja comparativa revelada, sino mas bien, que el país no interviene en forma significativa en el comercio mundial ni de exportaciones ni de importaciones. Esto se debe a que el consumo doméstico del producto en cuestión es limitado, a que los productores locales no enfrentan ninguna competencia internacional o a una combinación de ambos factores” (Arias y Segura, 2003, pag. 5).

En resumen, los quince productos seleccionados representaron el 96.9% del total de la exportación mexicana de frutos comestibles en 2004 y, salvo por los tres casos que se ubican en el cuarto escenario (plátanos, piñas y otros frutos congelados), los otros doce productos sí tienen un alto índice de ventaja comparativa revelada (VCR) y una destacada participación en los mercados extranjeros, tal como se muestra enseguida.

Tabla 15 Frutos comestibles en los que México destaca por tener un alto índice VCR y una exportación superior a los 10 millones de dólares en 2004

TIGIE	Descripción	Exportación de México (millones de dólares)	Importación de México (millones de dólares)	Saldo (millones de dólares)	VCE	VCI	Índice VCR
080231	Nueces con cáscara	84.1	44.1	40.0	3.16	2.47	0.69
080232	Nueces sin cáscara	50.9	5.1	45.8	1.84	-0.48	2.32
080300	Plátanos	21.3	0.0	21.3	-1.84	-9.55	7.71
080430	Piñas	10.8	0.4	10.4	-0.92	-4.19	3.27
080440	Aguacates	219.0	0.3	218.7	3.24	-3.94	7.18
080450	Guayabas y mangos	146.3	1.8	144.5	2.47	-2.18	4.65
080550	Limonos	187.5	0.4	187.1	2.28	-4.11	6.39
080610	Uvas frescas	108.6	93.3	15.3	0.48	0.10	0.37
080711	Sandías	159.1	0.6	158.5	2.84	-2.96	5.80
080719	Melones	62.1	5.7	56.4	1.22	-1.39	2.61
080720	Papayas	74.4	0.0	74.4	3.25	-8.49	11.74
081010	Fresas frescas	74.3	14.4	59.9	1.13	-0.57	1.70
081020	Frambuesas, zarzamoras y moras	36.3	0.2	36.1	2.23	-3.38	5.61
081110	Fresas congeladas	44.4	2.5	41.9	1.76	-1.34	3.10
081190	Otros frutos congelados	17.5	4.8	12.7	-0.04	-1.43	1.39
Subtotales		1,296.6	173.6	1,123.0			
Total del Capítulo 08		1,337.8	523.5	814.3			
% del total Capítulo 08		96.9%	33.1%	72.5%			

Fuente: Elaboración propia con base datos de la Secretaría de Economía (SIAVI)

Objetivo 2

Dentro del listado de esos productos así identificados, precisar aquellos en los que México destaca en las exportaciones mundiales, ubicando el posicionamiento que tienen, en términos de su participación relativa en las corrientes globales de exportación.

Doce productos, de los quince listados en la tabla anterior, destacan además por su elevada participación en las exportaciones mundiales, la cual se muestra en la tabla que se presenta enseguida. Es importante subrayar que cada uno de estos doce productos ocupa una de las primeras diez posiciones mundiales en términos de la exportación global o bien representa, al menos, un 10% de la exportación mundial.

En su conjunto, estos doce productos representaron el 93.2% del total de la exportación mexicana de frutos comestibles.

Tabla 16 Desempeño exportador global de frutos mexicanos seleccionados, 2004

Productos genéricos	TIGIE* (Sistema Armonizado)	Exportación mexicana 2004 (millones de dólares)	Lugar mundial	Participación mexicana en la exportación mundial	Principal mercado de destino de la exportación mexicana (%)
Nueces con cáscara	080231	84.1	2	33%	EEUU (99.9)
Nueces sin cáscara	080232	50.9	2	12%	EEUU (100)
Aguacate	080440	219.0	1	34%	EEUU (50.1)
Mangos y guayabas	080450	146.3	1	15%	EEUU (85.9)
Limonos	080530	187.5	2	15%	EEUU (92.6)
Uvas	080610	108.6	8	3%	EEUU (99.2)
Sandías	080711	159.1	1	25%	EEUU (99.7)
Melones	080719	62.1	7	7%	EEUU (98.7)
Papayas	080720	74.4	1	35%	EEUU (99.8)
Fresas frescas	081010	74.3	6	5%	EEUU (99.6)
Frambuesas, zarzamoras y moras	081020	36.3	2	16%	EEUU (91.9)
Fresas congeladas	081110	44.4	3	10%	EEUU (94.4)
Total productos seleccionados		1,247.0			

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Secretaría de Economía (SIAVI) y del Centro de Comercio Internacional, CCI, (UNCTAD/OMC) de las Naciones Unidas (*Trade Maps*)

* Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación

Por otro lado, al observar la elevada concentración de lo vendido por México en un solo mercado (el de los EEUU) se corrobora la existencia de una malsana centralización de las exportaciones mexicanas en dicho mercado. De hecho, podría afirmarse –salvo por el caso del aguacate y, en menor medida, el del mango–, que México exporta frutos comestibles, sola y exclusivamente, al mercado norteamericano; consecuentemente, sus ventajas comparativas reveladas y su supuesta “competitividad” sólo son válidas con respecto a un mercado y no al nivel global (Morales, Alba, 2005)

Objetivo 3

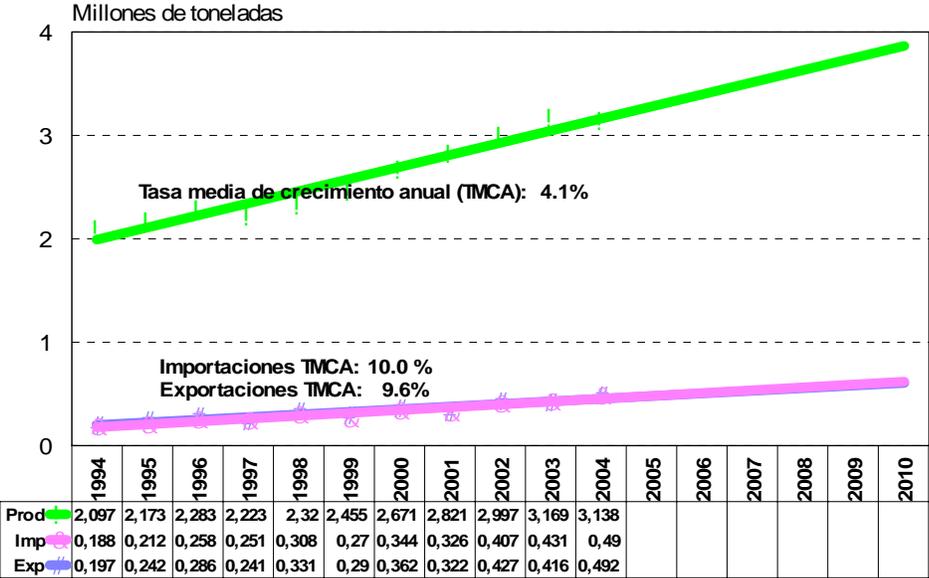
Tomar el caso del aguacate (080440 del mencionado Sistema Armonizado) como ejemplo para ahondar en el análisis de un producto específico que sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros productos, determinando su índice VCR en los últimos años.

Ahora bien, concentrándose en el examen más meticuloso del caso particular del aguacate, es conveniente, primero, tener una visión panorámica de la situación actualmente prevaleciente en la producción y los intercambios mundiales de este

producto para ubicar la posición relativa de México en el concierto de las naciones para, después, pasar al examen de la situación existente en México.

La producción mundial de aguacate, según estadísticas compiladas por la FAO ha pasado de un poco más de 2 millones de toneladas, en 1994, a 3.1 millones, en 2004; es decir, una TMCA del 4.1%. Por su parte, el comercio mundial –que representa alrededor de un 16% del volumen de la producción–, se ha incrementado a un ritmo de más del doble durante el mismo lapso. En efecto, la exportación ha pasado de 197 mil toneladas en 1994 a 492 mil, en 2004, mientras que el volumen de las importaciones globales ha generado valores similares, tal como puede observarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 5 Aguacates, producción y comercio mundiales - tendencias
 Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



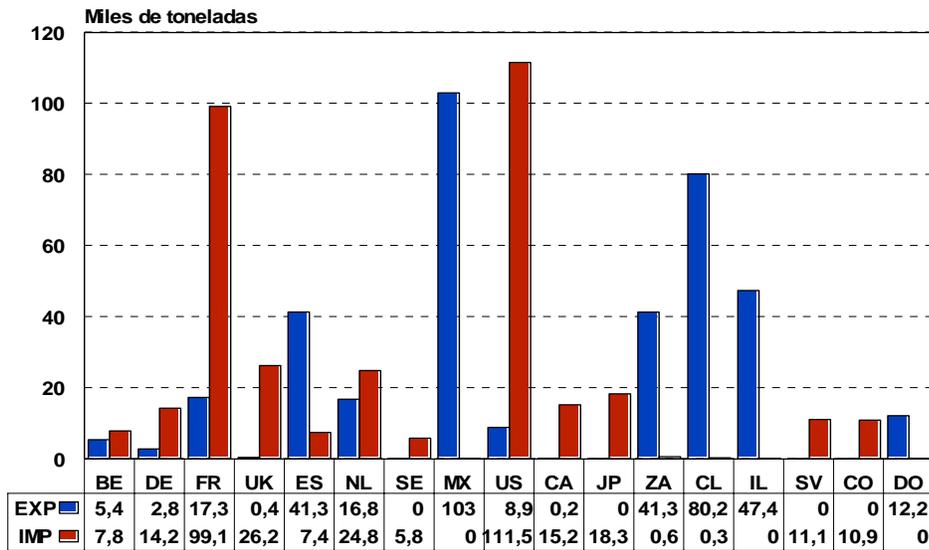
Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

Por otro lado, de acuerdo con datos de la misma fuente, los principales países comerciantes del globo son unos cuantos, destacando, del lado de los compradores: EEUU, Francia, Reino Unido, Holanda, Japón, Canadá, Alemania, El Salvador, Colombia, Bélgica, España y Suecia. Y, del lado de los vendedores,: México, Chile, Israel, España, Sudáfrica, y República Dominicana; aunque también existen algunos importantes revendedores como: Francia, Holanda, Bélgica y Alemania.

Todo esto puede observarse en el gráfico que se muestra a continuación.

Gráfico 6 Aguacates, principales países comerciantes (promedios 2000-2004)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006

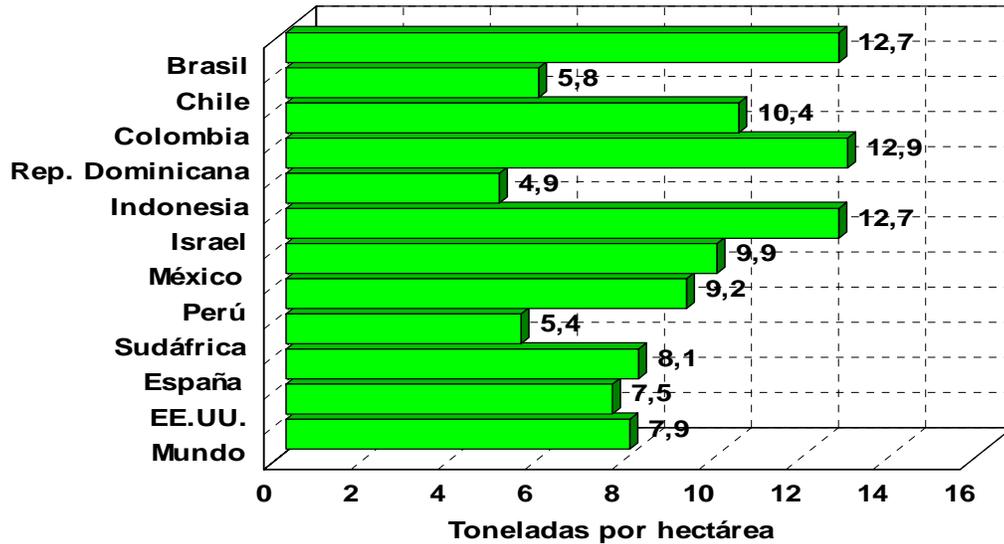


Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

Con base en la multicitada fuente y atendiendo a los rendimientos por hectárea de los principales países productores, se tiene que el promedio mundial se sitúa en casi 8 toneladas, destacando la República Dominicana, Brasil e Israel que llevan el liderazgo mundial con más de 12 toneladas por hectárea. Colombia y México siguen en la lista con valores alrededor de las 10 toneladas; después, se encuentran España y los EEUU; se encuentran rezagados Chile y Sudáfrica.

Gráfico 7 Aguacates, rendimientos por ha., principales países (promedio 2000-2005)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006

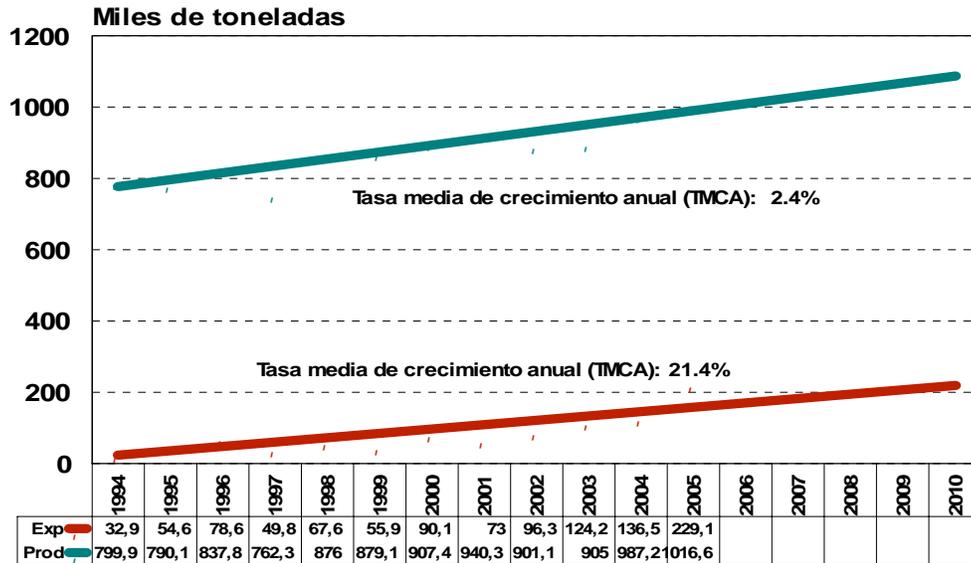


Fuente: Elaboración propia con datos de la FAO

Atendiendo ahora a la situación prevaleciente en México, conviene destacar que, según estadísticas de fuentes mexicanas, la producción ha registrado una TMCA del 2.4% durante el lapso 1994-2005, mientras que las exportaciones lo han hecho en un 21.4%. También es menester recordar que, salvo por el año 2004, México no ha importado aguacates en lo absoluto. Por esta razón, el mercado interno se abastece exclusivamente de la producción doméstica, destinándose alrededor de un 15% a los mercados internacionales. Finalmente, ha de advertirse que, de seguir dándose esta disparidad entre el crecimiento de la exportación y el de la producción, existirá una situación de intereses encontrados entre lo que haya de destinarse al consumo local, frente a lo que se envía a los mercados internacionales. En cualquier supuesto, los precios serán el “fiel de la balanza” que incline la decisión en un sentido o en el otro. Lo más sano sería poder incrementar la producción a un ritmo mayor para seguir abasteciendo ambos mercados en crecimiento.

El consumo aparente en México está determinado por la simple resta de la exportación a la producción debido a que, como ya se dijo, no existen corrientes permanentes de importación. El volumen de consumo en México ha oscilado alrededor de las 800 mil toneladas en años recientes, arrojando un consumo por habitante de una cifra cercana a los 8 kilogramos. A nivel mundial, se está en presencia de uno de los mayores consumos *per capita*.

Gráfico 8 Aguacates, tendencias de la producción y exportación mexicanas
Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuentes: Elaboración propia con datos de SAGARPA (SIAP), SE (SIAVI) y Bancomext (WTA)

Tabla 17 Aguacates, consumo aparente en México (miles de toneladas)
Carlos Morales Troncoso, marzo 2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
PRODUCCIÓN (+)	907	940	901	905	987	1,017
IMPORTACIÓN (+)	0	0	0	0	0,4	0
EXPORTACIÓN (-)	90	73	96	124	137	229
CONSUMO APARENTE	817	867	805	781	850,4	788
% EXP/PROD	9,9	7,8	10,7	13,7	139	22,5
POBLACIÓN (Millones)	100,6	101,8	103	104,2	105,3	106,5
CONSUMO PER CAPUT (KG)	8,1	8,5	7,8	7,5	81	7,4

Fuentes: Elaboración propia con datos de SAGARPA (SIAP), SE (SIAVI), BANCOMEXT (WTA) y CONAPO

En lo que se refiere al comportamiento de los precios en los diferentes eslabones de la cadena doméstica, se advierte una cierta tendencia favorable a los productores, ya que su participación en el precio al consumidor final ha pasado del 41.7% en

2001 al 46.6% en 2005. Además, también se registran incrementos en el valor corriente de los precios pagados a los productores, tal como se muestra enseguida.

Tabla 18 Precios promedio de aguacates *Hass* en los diferentes eslabones de la cadena doméstica, 2001-05

Año	Precios al productor pesos/kg	Precios al mayoreo pesos/kg	Precios al consumidor pesos/kg	Participación del productor en el precio final %
2001	7.26	9.61	17.42	41.7
2002	4.29	7.90	14.00	30.6
2003	7.31	10.57	17.46	41.9
2004	7.83	10.44	17.83	43.9
2005	10.37	14.33	22.27	46.6

Fuente: Elaboración propia con datos del SIAP de la SAGARPA

Es de particular relevancia recordar aquí que una de las dimensiones importantes para poder juzgar acerca de la competitividad de un producto genérico es todo lo relativo a la organización gremial. En este sentido, es necesario reconocer el gran adelanto que se ha tenido en años recientes en el sector de aguacates en México en general pero, particularmente en Michoacán.

En primer lugar, hay que recordar la existencia formal del Sistema Producto Aguacate entre cuyas acciones destacadas, se encuentra la creación y puesta en marcha del Plan Rector Estatal de Michoacán que contempla diez líneas de acción estratégica para el fortalecimiento de dicho sistema-producto; éstas son:

1. Fortalecimiento de la base de conocimientos para la toma de decisiones
2. Perfeccionamiento del modelo de gestión y organización del Comité
3. Desarrollo del esquema de evaluación y seguimiento
4. Perfeccionamiento del proceso productivo en los eslabones del Sistema-Producto
5. Asignación eficiente de recursos auxiliares de no-mercado
6. Encadenamiento productivo
7. Desarrollo de infraestructura básica
8. Planeación de mercado
9. Desarrollo y perfeccionamiento de los mecanismos de financiamiento y cobertura de riesgo
10. Marco legal y regulación

Además, es de gran importancia también la importante iniciativa, en el seno del mencionado Sistema-Producto Aguacate, relativa al proyecto de creación de un Centro Nacional de Investigación y Capacitación en Aguacate (CENICA) que se plantea “como un mecanismo regulador fundamental de las oportunidades de investigación y para la formación y desarrollo del recurso humano involucrado en cada una de las etapas de la cadena productiva del aguacate”

Pero además, existen en Michoacán otras destacadas acciones a favor de una profesionalización del sector y de un perfeccionamiento de los mecanismos de

concertación y coordinación de todos los involucrados en esta importante actividad económica.

En particular, deben mencionarse el Consejo Nacional de Productores de Aguacate (CONAPA), la Comisión Michoacana del Aguacate, A.C. (COMAC), la Unión de Empacadores y Comercializadores de Aguacate de Michoacán, A.C. y la ya mencionada Asociación de Productores y Empacadores de Aguacate de Michoacán, A.C. (APEAM)

En lo tocante al índice de ventaja comparativa revelada (VCR) para el aguacate mexicano en un horizonte más amplio, se constata que éste ha arrojado valores excepcionalmente altos, aun en 2004 en donde, por única vez en el lapso de los once años bajo examen, se registra una incipiente importación. Justo por esta característica del comercio exterior del aguacate mexicano, que sólo es en el sentido de la exportación, sin realizarse importaciones en lo absoluto, el índice de ventaja comparativa de las exportaciones (VCE) puede resultar un mejor indicador que el propio VCR.

Entonces, utilizando el VCE en vez del índice VCR, se tiene que la ventaja del aguacate mexicano, que de por sí es muy alta, ha registrado notables adelantos entre 1994 y 2004, según se muestra en la siguiente tabla, con lo cual queda reconfirmado el hecho de que el aguacate de México es un producto con un desempeño más que sobresaliente en los mercados mundiales

Tabla 19 Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR) del aguacate mexicano

Año	Exportación mexicana (miles de dólares)	Exportación mundial (miles de dólares)	VCE	Importación mexicana (miles de dólares)	Importación mundial (miles de dólares)	VCI	Índice VCR
1994	29,5	201,2	2,49	0,0	254,7	-8,44	10,94
1995	34,5	246,4	2,34	0,0	289,5	-8,30	10,64
1996	42,8	250,1	2,43	0,0	304,7	-8,52	10,95
1997	43,0	237,0	2,40	0,0	302,3	-8,68	11,08
1998	54,0	293,7	2,33	0,0	357,6	-9,00	11,33
1999	58,6	317,4	2,23	0,0	391,0	-9,17	11,40
2000	73,7	331,3	2,38	0,0	413,7	-9,31	11,69
2001	78,0	320,1	2,51	0,0	417,2	-9,32	11,83
2002	102,6	452,4	2,45	0,0	471,1	-9,40	11,85
2003	203,3	546,1	3,28	0,0	676,9	-9,62	12,90
2004	219,0	606,6	3,29	0,1	714,9	-5,02	8,31

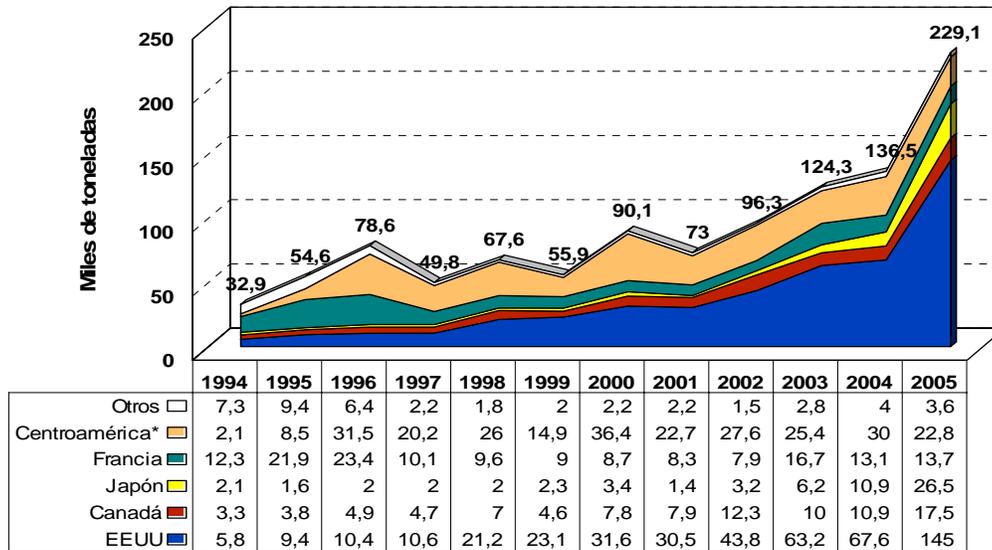
Fuente: Elaboración propia con datos de la OMC, Secretaría de Economía (SIAVI) y Centro de Comercio Internacional UNCTAD-OMC (*Trade Maps*)

El destino de las exportaciones mexicanas está circunscrito a sólo unos cuantos mercados: dos norteamericanos, un europeo, un asiático y cuatro centroamericanos. En su conjunto, estos destinos representaron el 98.4% del total de la exportación mexicana, en 2005. Por esto, puede afirmarse que México sólo exporta regular y significativamente a esos ocho países.

Es interesante observar además que Francia, que tradicionalmente era el principal mercado de destino de la exportación mexicana de aguacate y que continuó siéndolo hasta 1995, ha pasado ahora a una tercera posición detrás de los EEUU y de Centroamérica. Los Estados Unidos, a su vez, se han consolidado definitivamente como el primer mercado de destino. Todo lo anterior puede verse en el gráfico que se presenta enseguida.

Gráfico 9 Aguacates, destino de la exportación mexicana (080440.01)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuentes: Elaboración propia con datos de SE (SIAVI) y Bancomext (WTA) * Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica

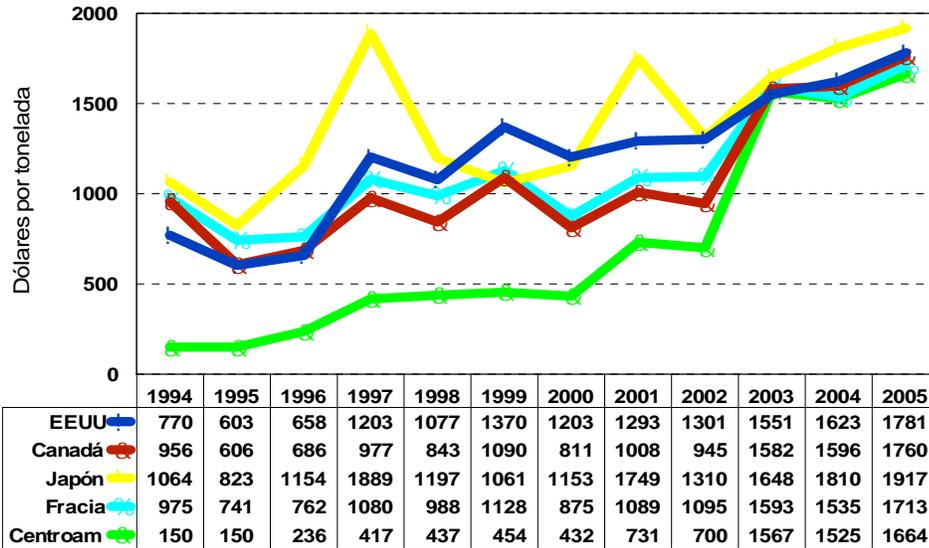
Finalmente, en lo relativo a los valores promedio de exportación a los diferentes mercados de destino, se observa, en general, un crecimiento mantenido durante el lapso 1994-2005 aunque con algunos altibajos.

El mercado que arroja más altos valores promedio es el japonés que, en 2005, registró 1,917 por tonelada. En contraste, el que tuvo los menores valores fue el mercado centroamericano³ que sólo alcanzó 1,664 dólares por tonelada. Los valores correspondientes a los EEUU, principal mercado actual de destino, se sitúan en un nivel intermedio (1,781 dólares por tonelada en 2005) aunque conviene subrayar que han crecido un 131% durante el lapso mencionado.

³ Constituido por El Salvador, Costa Rica, Honduras y Guatemala, en orden decreciente en 2005.

Gráfico 10 Aguacates, valores promedio (FOB) de exportación mexicana

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuentes: Elaboración propia con datos de SE (SIAVI) y Bancomext (WTA)
 Centroamérica = Guatemala, El Salvador, Honduras y Costa Rica

Objetivo 4

Ubicar el posicionamiento mundial del aguacate, en términos de su participación relativa en las corrientes globales de importación, identificando los 10 principales países compradores de aguacate y definiendo a cuáles se exporta regularmente para determinar la penetración del fruto mexicano en cada uno de ellos.

Como ya se ha dicho reiteradamente a lo largo del presente trabajo, México es el principal exportador de aguacate del mundo; en los últimos años (2000-2004), ha ocupado esta destacada posición con un volumen promedio anual de exportación de 103 mil toneladas, seguido de cerca por Chile, que es su principal competidor, con 80 mil toneladas. Otros importantes países exportadores son Israel, Sudáfrica y España, aunque los tres se ubican en el rango de las 40 mil toneladas solamente.

Por otro lado, tal como ya quedó asentado en el Capítulo I, los diez principales países importadores de aguacate del mundo son: EEUU, Francia, Japón, Reino Unido, Países Bajos, Alemania, Canadá, España, Australia y Suecia. A continuación se presenta una tabla que muestra la situación del aguacate mexicano en cada uno de estos diez principales importadores mundiales.

Tabla 20 Participación del aguacate mexicano en cada uno de los diez principales países importadores

País	Valor importación 2004 (miles de dólares)	Volumen importado 2004 (miles de toneladas)	% Participación en el valor de las importaciones mundiales 2004	% Crecimiento anual en volumen 2004-2000	Volumen importado de México 2004 (miles de toneladas)	% del aguacate mexicano en el valor total 2004	Otros países proveedores* 2004
EEUU	188,838	145,3	27	21	38.7	34	CL, DO, NZ,
Francia	163,700	103,0	23	-1	17.8	18	ES, IL, KE, ZA, PE, CL
Japón	58,032	29,0	8	25	28.3	98	NZ, CL, US
R. Unido	50,393	29,7	7	6	0.1	0	ZA, ES, CL, FR, PE, NL, IL, DE, KE
P. Bajos	40,733	23,9	6	-2	0.4	2	ZA, KE, CL, FR, IL, ES, PE, DE, DO
Alemania	31,222	17,5	4	10	0.3	2	ES, ZA, IL, KE, DO, PE
Canadá	24,416	19,1	3	10	18.3	95	US, CL, BR, DO
España	20,220	12,1	3	40	0.4	3	PE, CL, FR, DE, ZA
Australia	19,267	6,7	3	23	0	0	NZ, US
Suecia	15,684	7,6	2	5	0	0	NL, ES, GB, FR, DE, DK, BE, IL
Subtotal	612,505	393,9	86	nd	104.3	nd	
Otros 29	95,413	94,9	14	nd	nd	nd	
Total mundial	707,918	488,8	100	9			

Fuente: Elaboración propia con base en datos del CCI (*Trade Maps*)

Los valores se expresan en miles de dólares y los volúmenes en miles de toneladas

* Los códigos para la representación del nombre de los países corresponden a la norma ISO 3166 de dos caracteres

A continuación se hacen algunos breves comentarios en relación a la participación relativa que tiene el aguacate mexicano en cada uno de estos mercados.

Estados Unidos

Este país, que se sitúa como el importador más grande del mundo de aguacates, con un 27% del total mundial, denota un rápido crecimiento tanto en valor como en volumen. Durante el quinquenio 2000-2004, el valor de sus importaciones creció un 15% anual en promedio, mientras que el incremento anual en volumen fue de 21%. Chile es su principal abastecedor, con aproximadamente 56% del total, seguido de México con 34%; el restante 10% lo surten República Dominicana y Nueva Zelanda.

Aunque el producto mexicano tiene una buena participación en ese mercado que es el principal destino de la exportación mexicana, es evidente que su principal rival (Chile) está teniendo un mejor desempeño exportador en el mercado más grande del mundo.

Francia

Hasta hace pocos años, Francia se había situado como el primer importador mundial de aguacates y México como su principal proveedor. Esta posición la ha perdido recientemente frente a los EEUU que registra notables incrementos en los volúmenes importados mientras que Francia acusa un decrecimiento anual de 1% del tonelaje importado durante el quinquenio 2000-2004. A pesar de ello, Francia adquiere casi la cuarta parte del total global de importaciones.

En paralelo, la participación del aguacate mexicano ha ido cediendo terreno frente a las ofertas de otros poderosos competidores como Israel, España, Kenya, Sudáfrica y Chile. De esta forma, resulta que, en 2004, México sólo representaba un modesto 18% del total de las importaciones francesas, situándose en tercer lugar detrás de España e Israel que surtieron el 28% y el 23%, respectivamente.

Japón

Japón es el tercer importador mundial de aguacates y, en 2004, adquirió 28,991 toneladas –el 8% del total global–, fundamentalmente de México que representó el 98% del total de sus importaciones.

El crecimiento reciente de las importaciones japonesas ha sido muy elevado ya que registró aumentos anuales, durante el lustro 2000-2004, del 24% y 25% en valores y volúmenes, respectivamente.

Aunque la presencia de Nueva Zelanda y Chile es todavía muy pequeña (1% en sendos casos), no debe menospreciarse su participación ya que, en otros países, se han posicionado como temibles competidores del aguacate mexicano.

Reino Unido

Sorprende que el Reino Unido, siendo el cuarto comprador mundial –casi al parejo del Japón, con el 7% del total global–, no importe regularmente aguacates michoacanos y prefiera los frutos sudafricanos, españoles, chilenos, israelitas o de Kenya; o bien, tal vez compre aguacates mexicanos, pero al través de Francia u Holanda.

Por otro lado, es importante señalar que el mercado británico está creciendo de manera significativa tanto en valor como en volumen. En efecto, en el lustro que se comenta (2000-2004), los aumentos anuales registrados en los flujos de importación fueron del 16% y 6%, respectivamente.

En cualquier caso, lo cierto es que el Reino Unido no adquirió sino unas cuantas toneladas (144) de México en 2004 de un total de 29,700, en números redondos, que fue el volumen global de sus adquisiciones.

Países Bajos

Holanda ha sido tradicionalmente la puerta de entrada de muchos “productos exóticos” hacia el resto de los países europeos. En el caso del aguacate, los Países Bajos ocupan la quinta posición mundial como importadores, con un 6% del total global, aunque debe advertirse que, durante el lustro 2000-2004, se registra una caída promedio anual del 2% en volumen.

Sus adquisiciones que, en 2004, alcanzaron una cifra cercana a las 24 mil toneladas proceden de muchos países que se sitúan por encima de México como proveedores: Sudáfrica, Kenya y Chile, que encabezan la lista, representaron, en conjunto, un poco más de la mitad del volumen total importado por Holanda en 2004.

Otros importantes abastecedores del mercado holandés, que también superan a México, son Israel, España, Perú y República Dominicana.

Además, existen otros dos países re-exportadores que también tiene una participación superior a la mexicana: Francia y Alemania.

Finalmente, México se situó en una modesta décima posición como proveedor con sólo 2% del total comprado por Holanda.

Alemania

En Alemania, la posición mexicana no está tan retrasada ya que México se sitúa en la quinta posición aunque, al igual que lo que acontece en el mercado holandés, sólo representó un 2% del total de las importaciones alemanas en 2004.

Alemania es el sexto importador más grande del mundo con alrededor del 4% del total global aunque, por la rapidez del crecimiento de sus flujos de importación, es probable que incremente su rango en la lista de los principales países importadores del globo. En efecto, durante el período 2000-2004, Alemania incrementó en promedio anual un 10% en volumen y un 27% en valor.

Los principales países proveedores de Alemania que se sitúan por encima de México son, en orden decreciente: España, Sudáfrica, Israel y Kenya; en conjunto, estos cuatro países representaron el 91% del total de las compras alemanas en 2004.

Canadá

Canadá se sitúa como el séptimo importador mundial con un 3% del total global. La tendencia del crecimiento de sus adquisiciones hacen suponer que el mercado está en plena expansión, al registrar avances anuales del 10% en volumen y del 18% en valor, durante el lustro 2000-2004.

El aguacate mexicano se encuentra en una posición de privilegio ya que representa el 98% del total de las compras canadienses.

No debe perderse de vista, sin embargo, la presencia de los EEUU y de Chile como agresivos competidores del producto mexicano.

España

El octavo importador mundial, actualmente con un modesto 3% del total global, tiene crecimientos impresionantes en sus compras de aguacate. En efecto, durante el lustro 2000-2004 registró aumentos anuales del 40% en volumen y del 50% en valor; de seguir estos ritmos de crecimientos, seguramente desplazará pronto a otros importantes compradores en el mundo.

Por otro lado, conviene recordar que España es un destacado productor al nivel mundial, con alrededor de 70 mil toneladas anuales. Como proveedor de España, México se sitúa en sexta posición con un escaso 3% del total de compras españolas en 2004.

Perú se sitúa como el principal proveedor de España, seguido de Chile, Francia y Alemania (re-exportadores ambos) y Sudáfrica. Reunidos, estos cinco países representaron el 86% del total de la importación española de aguacates en 2004.

Australia

Australia, además de ser un importante productor con alrededor de 40 mil toneladas anualmente, ocupa la novena posición mundial como importador y representa el 3% del total de las importaciones.

Australia también registra crecimientos muy importantes tanto en el valor cuanto en el volumen de sus adquisiciones de aguacate. Durante el quinquenio 2000-2004, se incrementaron anualmente en un 32% y un 23%, respectivamente.

Nueva Zelanda es el principal y casi único proveedor con un 99% del total de sus importaciones en 2004, que alcanzaron 6.7 mil toneladas con un valor de 19.3 millones de dólares, en números redondos.

México no exporta actualmente aguacates a Australia, ni Australia los adquiere al través de ningún otro país re-exportador.

Suecia

Finalmente, Suecia ocupa la décima posición mundial como importador de aguacates, siendo un importador neto del fruto que adquiere casi exclusivamente de otros países europeos, miembros de la Unión Europea. En efecto, Holanda es su principal proveedor, seguida de España, el Reino Unido, Francia, Alemania, Dinamarca y Bélgica; en conjunto, estos siete países le proveyeron el 99% de sus compras que, en 2004, alcanzaron un volumen de 7,600 toneladas.

A diferencia de otros mercados más dinámicos, el sueco sólo creció en un 5% anual en promedio, en volumen, durante el quinquenio 2000-2004 mientras que, en valores, registró incrementos anuales 20%

Suecia no está comprando actualmente aguacates mexicanos de forma directa, aunque es probable que lo que le vende Holanda o Francia provenga parcialmente de México.

En resumen, se puede afirmar que el aguacate mexicano registra participaciones disímilas en cada uno de los diez principales países compradores del mundo. En dos de ellos, Japón y Canadá, donde se ubica en el primer lugar, goza de una importante presencia *quasi* monopolista. En ambos casos se trata de importadores netos, ya que no producen aguacates.

En otros dos, EEUU y Francia, que son, ni más ni menos, los dos más grandes importadores del mundo, su participación en los flujos de importación es importante, aunque modesta, frente a la que tienen sus principales competidores. Hay que recordar que los EEUU son productores importantes de aguacates, mientras que Francia es un importador absoluto y re-exportador.

En otros tres mercados europeos (Holanda, Alemania y España) su participación es marginal ya que no alcanza sino entre 2% y 3% del total de las importaciones. En los dos primeros casos, se trata de países comercializadores solamente; España es tanto productor como importador y re-exportador

En los otros tres mercados restantes (Reino Unido, Australia y Suecia) simple y llanamente el aguacate mexicano no está presente en absoluto. El Reino Unido y Suecia no producen aguacates; en cambio, Australia sí es un importante productor además de situarse en una posición destacada como importador.

Objetivo 5

Tomar el caso del mercado norteamericano como ejemplo para ahondar en el análisis del comportamiento de un producto (el aguacate) en un mercado en

particular (el de los EEUU), que sirva de modelo para hacer lo propio con cualquiera de los otros mercados.

Ahora bien, procedamos al análisis del comportamiento del aguacate *Hass* de Michoacán en el mercado de los Estados Unidos de Norteamérica.

Lo primero que conviene recordar es que los EEUU han sido un importante productor de aguacate desde hace muchos años y que, por ello, han tratado de proteger a su industria utilizando todas las argucias a su alcance. En la primera mitad del siglo XX, desde 1913 para ser precisos, impusieron un veto sanitario al aguacate mexicano bajo el pretexto de la existencia del gusano barrenador del hueso, presente en nuestro país y no existente en California, principal Estado de la Unión Americana productor de aguacate. Después, argumentaron la presencia adicional de mosca de la fruta en los cultivos mexicanos. El hecho es que durante muchas decenas de años existió una prohibición sanitaria que impedía exportar aguacate mexicano a ese mercado, salvo algunas insignificantes transacciones fronterizas. De allí que los primeros esfuerzos exitosos de los exportadores de aguacates de Michoacán se dieron en el mercado francés, a partir de la década de los setentas del siglo pasado⁴.

Después de la entrada en vigor del TLCAN en 1994, se iniciaron las negociaciones para la apertura del mercado norteamericano y no fue sino hasta fines de la década de los noventas (1997) cuando se inició la gradual apertura del mercado. Inicialmente se permitió el ingreso de aguacates michoacanos provenientes de sólo cuatro municipios del Estado de Michoacán, que se declararon libres de plagas (Uruapan, Peribán de Ramos, Tancítaro y Salvador Escalante). Durante esa primera etapa, se concedió la apertura exclusivamente en 19 Estados de la Unión Americana y en el Distrito de Columbia, y sólo durante los meses de Noviembre a Febrero de cada año.

Posteriormente, en la temporada 2001-2002, se autorizó el ingreso a 12 Estados más y se amplió el lapso de Noviembre a Abril.

A partir del 31 de Enero de 2005, se permitió el ingreso del aguacate *Hass* mexicano a todos los Estados de la Unión, sin limitaciones mensuales, excepto California, Florida y Hawai, que son justamente los tres Estados productores del fruto. Después del 31 de Enero de 2008, la apertura del mercado norteamericano será total, siempre y cuando el aguacate provenga de huertos sanitariamente aprobados⁵, por las autoridades norteamericanas que operan en el Estado de Michoacán. Actualmente (primavera de 2006), se encuentran aprobados seis municipios más, además de los cuatro anteriormente mencionados: Nuevo Parangaricutiro, Ario de Rosales, Los Reyes, Apatzingán, Taretan y Tacámbaro.

⁴ El autor del presente trabajo fungió como Consejero Comercial de México en Francia entre 1975 y 77 y participó *ex officio* en las primeras experiencias exitosas que hicieron posible embarques significativos y permanentes de exportación de aguacate mexicano a Francia.

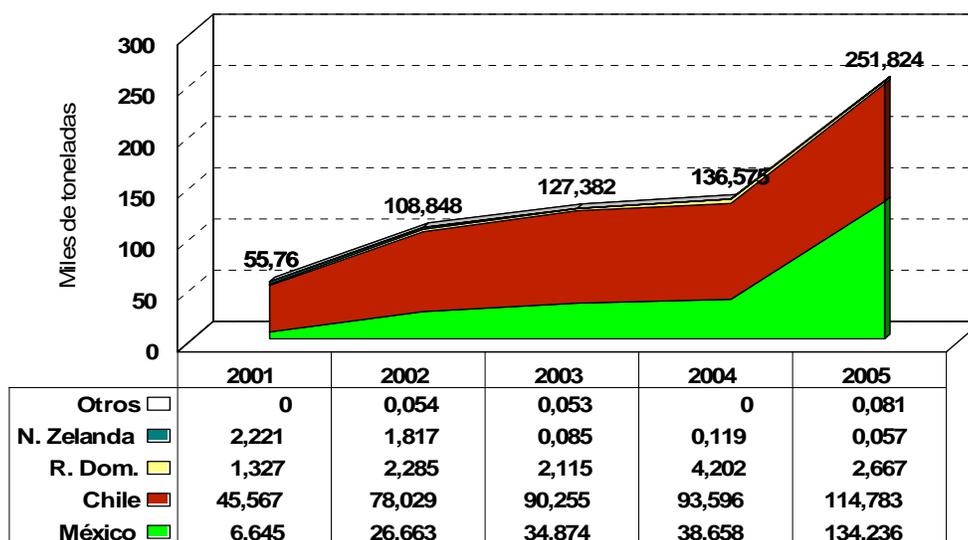
⁵ por parte de las autoridades sanitarias de los Servicios de Inspección Sanitaria en Plantas y Animales (APHIS, por sus siglas en inglés), dependiente del Departamento de Agricultura de ese país (USDA, por sus siglas en inglés)

En términos prácticos, esto ha significado la necesidad de negociaciones bilaterales entre las autoridades sanitarias de ambos países y la creciente presencia de inspectores norteamericanos en Michoacán, cuyos honorarios y gastos de estadía son cubiertos por los exportadores mexicanos, con el evidente impacto, al alza, en los costos de envío de los embarques (Morales, Alba, 2005)

Como consecuencia de estos procesos de apertura gradual del ahora principal mercado del mundo, se han generado crecientes corrientes de exportación de aguacate *Hass* michoacano hacia los EEUU, al grado que México ocupó, por primera vez, la primera posición como proveedor, superando a Chile que había tenido el liderazgo desde hace varios años, tal como puede observarse en el siguiente gráfico.

Gráfico 11 Aguacates tipo *Hass, importación EEUU por país de origen**

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Census Bureau (DOC)

* 080440.0010

No hay que olvidar, sin embargo, que como consecuencia de una reclasificación arancelaria efectiva a partir de 2001, la posición tarifaria norteamericana 080440.0000 se subdividió en dos: la 080440.0010 para los aguacates tipo *Hass* y la 080440.0090 para las otras variedades (USITC, 2006) Evidentemente esta reclasificación no hace sino reconocer la importancia primordial del aguacate tipo *Hass*, frente a las otras variedades, en los intercambios comerciales norteamericanos⁶.

En el gráfico anterior, se puede constatar que, en realidad, sólo existen dos grandes proveedores de aguacates *Hass* a los EEUU: México y Chile. Las marginales

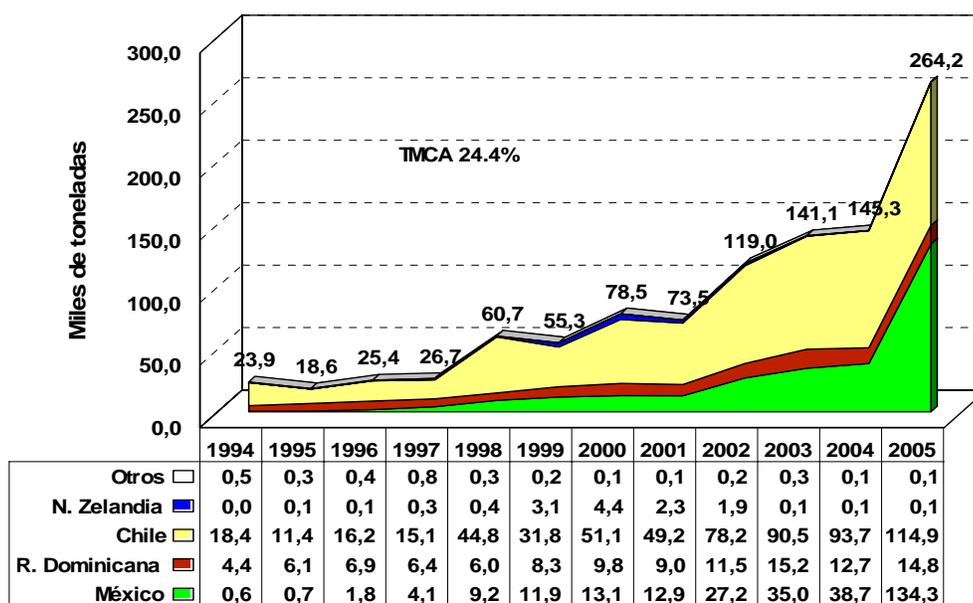
⁶ Otras variedades que frecuentemente se encuentran en el mercado norteamericano, aunque en volúmenes mínimos con respecto a la *Hass*, son: *Pinkerton*, *Bacon*, *Fuerte*, *Gwen*, *Reed* y *Zutano*.

importaciones que se hacen desde la República Dominicana o desde Nueva Zelanda no tiene el peso específico para representar una amenaza a los dos países que, juntos, representan el 98.9% del total de las adquisiciones estadounidenses en 2005.

Sin embargo, cuando se contempla la importación de aguacates de cualquier variedad, la panorámica cambia un poco y se puede tener una perspectiva desde 1994, --que es el año que se ha elegido como arranque del análisis estadístico comentado a lo largo de esta investigación-- a la fecha.

Gráfico 12 Aguacates, importación EEUU por país de origen (080440.0000)*

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Census Bureau (DOC)

* la posición tarifaria se subdividió, a principios de 2001, en 080440.0010 para los aguacates tipo Hass y 080440.0090 para las otras variedades

Se advierte en el gráfico anterior que, en 2005, sólo 12,400 toneladas en números redondos son importaciones de aguacates de otras variedades, distintas a la *Hass*. También puede notarse que es la República Dominicana el principal proveedor del mercado norteamericano de aguacates de otras variedades. Nueva Zelanda es un proveedor muy marginado.

Por todo lo anterior, el único rival de importancia para el aguacate *Hass* de Michoacán en el mercado norteamericano es el *Hass* chileno. Por ello, los siguientes comentarios se centran en este competidor exclusivamente.

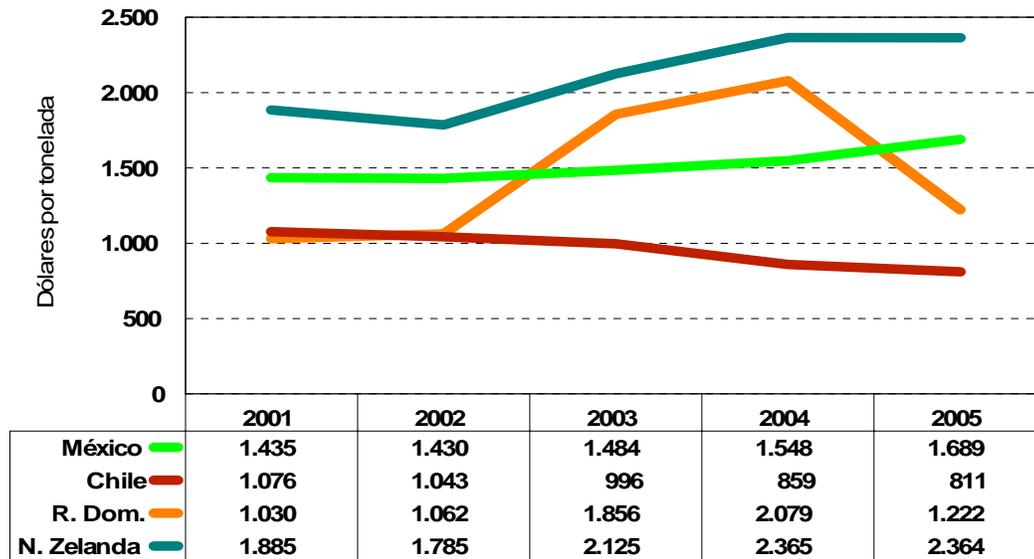
Atendiendo a los valores promedio en aduana de importación norteamericana⁷, la situación que se observa es que los valores correspondientes a los frutos chilenos

⁷ Las estadísticas norteamericanas de importación se presentan tanto en valor CIF (costo, seguro y flete) como en valor en aduanas (el valor de la mercancía, sin incluir ni fletes ni seguros). Por diferencia, se puede obtener el costo de fletes y seguros para cualquier posición arancelaria.

han sido sistemáticamente inferiores a los michoacanos, observándose adicionalmente una clara tendencia a la baja de los primeros y, en contraste, una tendencia al alza de los segundos, tal como puede verse en el siguiente gráfico.

Gráfico 13 Aguacates *Hass*, valor promedio de importación norteamericana (*customs value*)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con datos del Census Bureau (DOC)

Sorprende constatar que, a pesar de precios sensiblemente superiores –de más del doble– del aguacate michoacano con respecto al chileno, los flujos de adquisiciones norteamericanas favorezcan a los frutos de México. Sin pretender tener una respuesta contundente, se puede imaginar que, tal vez, parte de la explicación de este hecho radique en la circunstancia actual de las exportaciones de México que se hacen mayoritariamente, al través de empresas subsidiarias de importantes grupos norteamericanos del gremio de aguacates.

Pero también podría suponerse que los productores/exportadores chilenos están dispuestos a recibir menores márgenes de utilidad y/o que sus costos de producción son inferiores a los mexicanos, lo que les permite ofrecer precios más bajos. O bien, que la calidad superior del producto de Michoacán justifica la diferencia en precio.

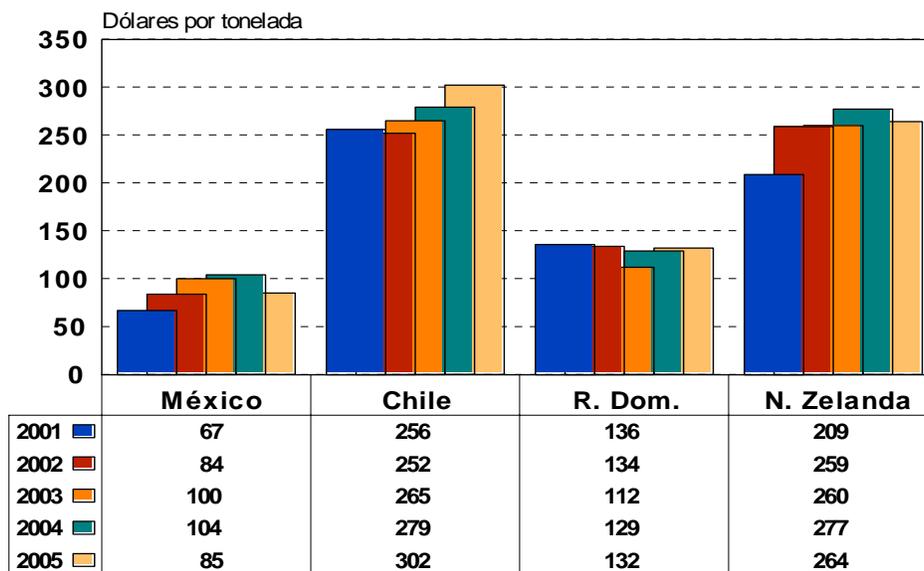
En cualquier supuesto, el hecho contundente es que los aguacates chilenos son más baratos que los mexicanos, sin tomar en consideración los costos de fletes y seguros y que, a pesar de ello, EEUU importa más aguacates mexicanos que chilenos.

Para complementar la información anterior, a continuación se presenta un gráfico donde se muestra el costo promedio de fletes y seguros de los aguacates michoacanos y chilenos en los últimos cinco años completos para los que existe información específica de los *Hass*. Recordando que los aguacates mexicanos se

transportan por tierra mientras que los chilenos lo hacen por mar, se puede observar que, en general, los costos chilenos son muy superiores a los mexicanos – ligeramente arriba del triple–; además, en el caso de Chile, se advierte una clara tendencia al alza, mientras que, en el caso de México, se consignan altibajos⁸.

Gráfico 14 Aguacates Hass, valor promedio fletes y seguros hacia EEUU

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



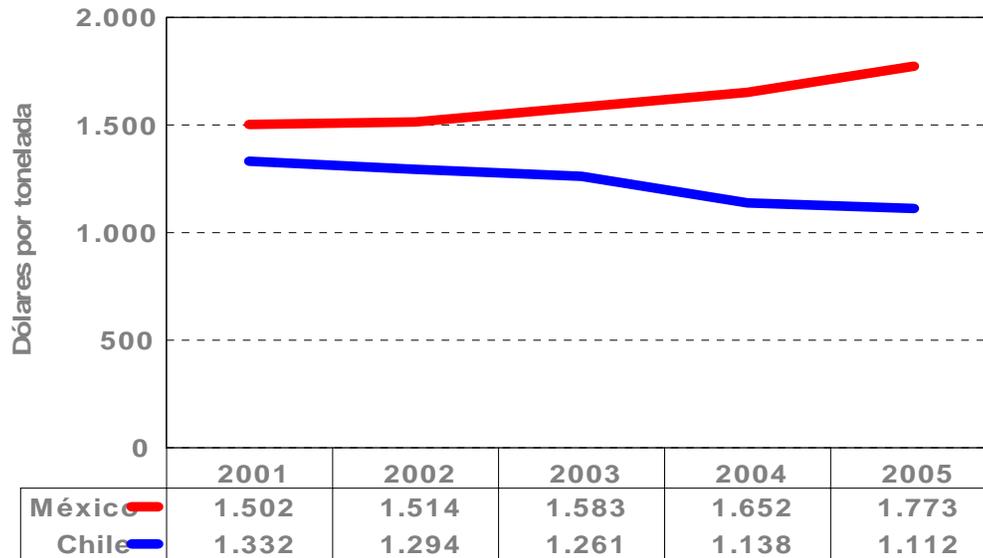
Fuente: Elaboración propia con base en datos del Census Bureau (DOC)

Si se suman estos costos de fletes y seguros a los valores en aduana comentados anteriormente, resulta que la brecha entre el valor final de los aguacates *Hass*, chilenos y mexicanos, ya puestos en territorio norteamericano, no es tan grande. En efecto, los valores CIF (costo, seguro y flete) son los que se muestran en el siguiente gráfico, donde se constata que, para 2005, el valor del aguacate mexicano es de 1,773 dólares por tonelada, contra el correspondiente al producto chileno que fue de 1,112; es decir, el mexicano es sólo 59% superior al chileno y no, como en el caso de los valores comentados anteriormente, de más del doble.

⁸ Según información de USITC, para el 2005, la mayoría de los aguacates de México ingresaron a territorio norteamericano por la aduana de Laredo, Texas y, en menor medida, por la de Nogales, Arizona. Los aguacates chilenos, transportados por mar, entran normalmente por la aduana de Los Angeles, California.

Gráfico 15 Aguacates Hass, valores promedio de importación EEUU (valores CIF)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006



Fuente: Elaboración propia con base en datos del Census Bureau (Departamento de Comercio de los EEUU)

Finalmente, en cuanto a las tendencias del consumo de aguacate en los EEUU, se tiene que, según los cálculos del consumo aparente nacional y por habitante que se contienen en el gráfico que se muestra enseguida, la evolución es muy favorable ya que se ha registrado un crecimiento del 62% en el lapso 2000-2005, en el primer caso, y del 55%, en el segundo.

A pesar de los EEUU son importantes productores mundiales de aguacate (el tercero, después de México e Indonesia), su producción se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, viéndose obligados a incrementar sustancialmente sus importaciones para satisfacer su creciente demanda interna. De esta forma, el porcentaje del producto importado contenido dentro de su consumo total ha pasado de un 27% en 2000 a un 55% en 2005.

Otro factor alentador es que, en términos de consumo por habitante, los norteamericanos están muy distantes de las cifras correspondientes a los mexicanos, que oscilan alrededor de los ocho kilogramos, mientras que ellos apenas se ubican en 1.6 kilogramos anuales.

Tabla 21 Aguacates, consumo aparente en EEUU (miles de toneladas)

Carlos Morales Troncoso, marzo 2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
PRODUCCIÓN (+)	217	203	181	212	185	214
IMPORTACIÓN (+)	79	74	119	141	145	264
EXPORTACIÓN (-)	2,5	1,8	1,8	1,2	1,6	1,3
CONSUMO APARENTE	293,5	275,2	298,2	351,8	328,4	476,7
%IMP/CONSUMO	26,9	26,8	39,9	41,1	44,1	55,4
POBLACIÓN (millones)	282	285	288	291	294	296
CONSUMO PER CAPUT (kg)	1,04	0,96	1,03	1,16	1,12	1,61

Fuente: Elaboración propia con base en datos de FAO, USDA y USDC

En resumen, puede afirmarse, contundentemente, que el desempeño exportador del aguacate *Hass* mexicano en el mercado de los EEUU es altamente satisfactorio y que las perspectivas parecen ser todavía más halagüeñas.

Objetivo 6

Como consecuencia de todo lo anterior, proponer un método sistematizado de análisis para determinar si, además de un bien con buen desempeño exportador en los mercados mundiales, se está en presencia de un producto competitivo.

El cumplimiento detallado de este objetivo de carácter metodológico se muestra en el anexo 1 de la presente investigación, denominado "***Parámetros empleados para determinar la posible competitividad de un producto genérico de un país en particular***".

Estos parámetros propuestos que suman treinta, se agrupan en las siguientes cinco grandes categorías:

1. Criterios relativos al desempeño exportador del producto
2. Criterios tendientes a identificar la posición que ocupa el país bajo estudio en el panorama mundial del producto de interés
3. Criterios relativos a la situación prevaleciente en el mercado doméstico del producto estudiado

4. Criterios relativos al desempeño exportador en cada uno de los mercados específicos que se desee analizar
5. Criterios relativos al impacto positivo del buen desempeño exportador en los niveles de ingresos y de bienestar de los productores.

Aplicando cada uno de los criterios agrupados en las primeras cuatro de esas cinco grandes categorías al caso del aguacate, en las páginas anteriores se ha mostrado con detalle lo relativo a su indiscutible desempeño exportador sobresaliente; se ha revelado la posición de vanguardia, al nivel global, que tiene la producción y exportación de aguacate mexicano; se ha comentado la importancia preponderante que sigue teniendo el mercado doméstico frente a la exportación⁹, a pesar de su brillante desempeño reciente, así como la existencia y actuación de las principales organizaciones gremiales; y se ha analizado el buen comportamiento que se ha tenido en el mercado de los EEUU, a pesar de la feroz competencia chilena.

Ahora, haciendo referencia al quinto y último grupo de criterios, es necesario atender el tema del impacto positivo que pueda existir en los niveles de ingreso de los productores y su posible repercusión en la elevación de sus niveles de bienestar, como consecuencia del probado desempeño exportador sobresaliente del aguacate de Michoacán.

Para ello, este último grupo de criterios analiza la participación directa de los productores en los procesos de exportación y en la generación de ventas al extranjero así como en los márgenes generados por las mismas. En caso de una participación indirecta, cuando actúan sólo como proveedores de los exportadores, se deben estimar los márgenes brutos de utilidad de los productores frente a los correspondientes a los exportadores. Y, finalmente, definir cuál es la percepción de los productores acerca de su propio nivel de ingresos y su posible repercusión en sus niveles de bienestar.

Todo ello es justamente lo que se presenta y comenta en el apartado 2 del presente capítulo, que da cuenta detallada de la investigación de campo efectuada y de los resultados que de ella se obtuvieron.

⁹ Alrededor de un 80% del total producido sigue siendo consumido en el mercado mexicano

2. Metodología y resultados de la investigación de campo

El propósito fundamental de la investigación de campo que se describe a continuación es el cumplimiento del objetivo general del presente trabajo que, según quedó establecido en el Capítulo III, pretende

Determinar si, como consecuencia de un desempeño exportador altamente exitoso del aguacate mexicano en los mercados mundiales y, particularmente, en el de los EEUU, se puede afirmar que México es competitivo en ese producto

Evidentemente, al cumplirse el objetivo anterior, se está contribuyendo a probar, o rechazar, la hipótesis en el sentido de que:

En el caso del aguacate michoacano, existe una clara y directa relación entre desarrollo exportador y elevación de los niveles de bienestar de los productores y sus familias en los municipios autorizados para exportar a los EEUU.

- Antecedentes

Antes de entrar de lleno en la descripción de la metodología empleada en la investigación de campo que se llevó al cabo, inicialmente, durante el lapso marzo-mayo de 2006 y que fue complementada, posteriormente, durante julio-agosto del mismo año, conviene hacer un breve recuento de los esfuerzos oficiales por determinar los niveles de bienestar o, en contraste, los de pobreza de los habitantes del Estado de Michoacán de Ocampo y, en particular, de quienes se ubican en cada uno de los diez municipios bajo estudio en la presente investigación¹⁰.

Conviene no perder de vista el panorama general del Estado y, para ello, es menester recordar que, según los datos obtenidos en el XII Censo General de Población y Vivienda 2000, el Estado de Michoacán contaba con una población total de 3,985,667 (INEGI, 2000) De ese total, repartido en los 113 municipios integrantes de esta entidad federativa, 643,254 (es decir, el 16.1%) pertenecían al conjunto de los diez municipios sujetos a investigación.

Tal como ya se mencionó en el apartado 3 del Capítulo I del presente documento, una referencia básica para comparar los niveles relativos de bienestar de los mexicanos en general y, en particular, de los habitantes de los mencionados municipios es la estadística del INEGI ahora denominada *Regiones*

¹⁰ Todos aquellos que, a diciembre de 2005, se encontraban autorizados para exportar el fruto al mercado de los EEUU; en orden alfabético: Apatzingán, Ario, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro, Peribán, Salvador Escalante, Tancítaro, Taretan, Tacámbaro y Uruapan.

*Socioeconómicas de México*¹¹, cuyo principal objetivo es brindar una solución al problema de estratificación óptima en muestreos multiparamétricos. Esta estadística ofrece un resumen comparativo de las entidades federativas, los municipios y las áreas geoestadísticas básicas (AGEB's), que sintetiza, en siete estratos distintos, la información captada por el XII Censo General de Población y Vivienda 2000, relacionada con aspectos de bienestar, tales como educación, empleo, ocupación, vivienda y salud. Este producto no está diseñado para medir pobreza, bienestar o marginación lo cual es responsabilidad oficial de la SEDESOL (INEGI, 2004)

Desgraciadamente ese instrumento tiene sus limitaciones y no permite más que estratificar y jerarquizar relativamente, según un conjunto de variables que se captaron durante el Censo de 2000, el nivel de desarrollo socioeconómico de un municipio con respecto a otros y de los diferentes niveles de desarrollo de la población, dentro del propio municipio; es decir, se puede tener una fotografía relativa, en términos de bienestar, de cómo se encontraba la población en 2000 dentro de cada uno de los diez municipios que se estudian (Morales, Alba, 2005)

A pesar de sus limitaciones, al utilizar este instrumento estadístico, es posible definir qué porcentaje del total de habitantes de esos municipios podían ser calificados como de menor nivel de desarrollo –o sea aquellos que se encontraban en los estratos 1 y 2–, mientras que los de mayores niveles se ubicaban en los estratos 6 y 7, siendo los otros tres estratos (4, 5 y 6) los que agrupaban a los de niveles medios. De esta forma, se puede afirmar, con las reservas del caso, que alrededor de un 19.1% del total de los habitantes de esos municipios tenían, en 2000, mayores carencias, mientras que un 24.6% se encontraban en un mejor nivel y el resto, 56.3% se localizaban en un nivel intermedio, tal como puede verse en la siguiente tabla.

Tabla 22 Niveles de desarrollo socio-económico en los municipios michoacanos exportadores de aguacate a los EEUU

Municipio	Número total de habitantes por estrato de desarrollo (Censo 2000)							Total
	1	2	3	4	5	6	7	
Apatzingán	1,938	3,040	38,014	37,745	1,377	35,835	0	117,949
Ario	0	16,375	4,290	7,125	0	2,794	0	30,584
Los Reyes	2,700	7,671	7,311	20,372	0	18,952	0	57,006
Nvo.Parangaricutiro	0	3,297	3,521	8,107	355	0	0	15,280
Peribán	0	1,226	2,770	11,323	4,937	0	0	20,256
Salvador Escalante	0	22,478	11,624	4,229	0	0	0	38,331
Tacámbaro	882	30,498	7,470	16,715	3,627	0	0	59,192
Tancítaro	12	12,041	9,502	3,810	305	0	0	25,670
Taretan	0	0	8,379	0	4,908	0	0	13,287
Uruapan	2,466	18,588	48,794	95,191	271	83,685	16,704	265,699
Totales	7,998	115,214	141,675	204,617	15,780	141,266	16,704	643,254
%	1.2	17.9	22.0	31.8	2.5	22.0	2.6	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (Regiones Socioeconómicas de México)

Por supuesto que las estadísticas anteriores se refieren al total de habitantes de cada municipio y no sólo a los productores de aguacate. Por otro lado, es importante

¹¹ Anteriormente denominada *Niveles de Bienestar en México*

tener presente que, con base en esos mismos datos del XII Censo General de Población y Vivienda 2000, el INEGI elaboró 27 indicadores del nivel de bienestar, según su propia metodología, y los denominó tal como se muestran en el siguiente listado.

Tabla 23 Niveles de desarrollo socio-económico en los municipios michoacanos exportadores de aguacate a los EEUU

INDICADOR	NOMBRE DEL INDICADOR
IND. 01	Porcentaje de población en viviendas con agua entubada en el ámbito de la vivienda.
IND. 02	Porcentaje de población en viviendas con energía eléctrica
IND. 03	Porcentaje de población en viviendas con drenaje
IND. 04	Porcentaje de población en viviendas con piso diferente de tierra
IND. 05	Porcentaje de población en viviendas con paredes de materiales durables
IND. 06	Porcentaje de población en viviendas con techos de materiales durables
IND. 07	Porcentaje de población en viviendas sin hacinamiento
IND. 08	Porcentaje de población en viviendas con servicio sanitario exclusivo
IND. 09	Porcentaje de población en viviendas con que usan gas o electricidad para cocinar
IND. 10	Porcentaje de población en viviendas con refrigerador
IND. 11	Porcentaje de población en viviendas con radio, radiograbadora o televisión.
IND. 12	Porcentaje de población en viviendas con teléfono
IND. 13	Porcentaje de población en viviendas con automóvil o camioneta propios
IND. 14	Porcentaje de población con derechohabiencia a servicios de salud
IND. 15	Porcentaje de población de 15 años y más alfabeta
IND. 16	Porcentaje de niños de 6 a 14 años que asisten a la escuela
IND. 17	Porcentaje de adolescentes de 12 a 17 años que asisten a la escuela
IND. 18	Porcentaje de población de 15 años y más con instrucción postprimaria
IND. 19	Porcentaje de población ocupada femenina
IND. 20	Porcentaje de población económicamente activa entre 20 y 49 años
IND. 21	Perceptores por cada 100 personas
IND. 22	Porcentaje de población ocupada que percibe mas de dos y medio salarios mínimos
IND. 23	Porcentaje de población ocupada que percibe mas de cinco salarios mínimos
IND. 24	Porcentaje de hogares que perciben mas de \$10.42 diarios por persona
IND. 25	Porcentaje de población ocupada que son trabajadores familiares sin pago
IND. 26	Porcentaje de población ocupada en el sector terciario formal
IND. 27	Porcentaje de población ocupada que son profesionistas o técnicos

Fuente: INEGI, Regiones Socioeconómicas de México

Como puede advertirse en los títulos de cada uno de estos 27 indicadores, se trata de mediciones muy gruesas del nivel de bienestar, en términos de características de la vivienda, acceso a servicios de salud, niveles de escolaridad, empleo y ocupación.

En efecto, los 13 primeros indicadores se refieren a las características físicas de la vivienda o a la existencia de algunos bienes duraderos que se supone pueden denotar mayor bienestar; pero ¿no es acaso la existencia de una computadora y el acceso a la red más importante que disponer de la radio o aun la televisión? El indicador numeral 14 sólo indaga acerca del derecho a servicios de salud, pero ¿los servicios a los que se tiene acceso son oportunos, de calidad y fácilmente accesibles? Los siguientes cuatro indicadores (15 al18) sólo hacen referencia a los

niveles elementales de escolaridad, pero ¿acaso no radica en la educación superior y el acceso a las diversas manifestaciones culturales la verdadera elevación del nivel y calidad de vida? Los últimos 9 indicadores (19 al 27) se refieren a la estructura ocupacional de los miembros de los hogares y al nivel de ingresos de los perceptores, pero ¿el simple nivel de ingresos, personales o familiares, garantiza una elevación del bienestar o la calidad de vida?

A pesar de las críticas implícitas en los cuestionamientos anteriores, es importante reconocer la existencia y la contribución de estos indicadores del nivel de bienestar de los mexicanos al complicado problema del desarrollo humano, cuya medición es, evidentemente, más compleja que lo aportado por estos 27 indicadores en su conjunto. Específicamente, como resultado de la aportación del INEGI, los diez municipios analizados arrojaron los siguientes valores en cada uno de esos 27 indicadores.

Tabla 24 Indicadores de bienestar del INEGI en 2000, en cada uno de los diez municipios exportadores de aguacate a los EEUU

Indicador	Apatzingán	Ario	Los Reyes	Nvo. Parangaricutiro	Peribán	Salvador Escalante	Tacámbaro	Tancitaro	Taretan	Uruapan
01	90,1	79,1	86,6	88,0	92,3	85,3	83,0	75,0	80,6	80,2
02	96,4	94,9	97,5	95,3	95,1	96,0	92,6	92,4	98,2	97,6
03	67,6	44,2	66,4	63,0	70,1	36,5	46,9	30,9	45,9	73,9
04	73,0	58,6	82,9	78,9	85,8	62,9	69,5	67,1	77,7	84,3
05	69,7	38,7	70,9	65,6	75,9	35,1	50,0	41,3	48,4	72,8
06	45,0	25,7	51,8	40,4	42,4	24,8	33,3	17,2	26,9	55,2
07	44,0	44,4	54,3	46,4	48,8	34,0	41,2	32,6	47,3	55,3
08	86,6	91,5	90,6	96,0	94,9	93,0	33,0	87,1	88,7	96,0
09	86,8	52,0	74,4	67,1	76,6	38,8	55,7	33,6	61,4	86,2
10	80,0	43,1	60,0	45,0	64,8	27,6	47,6	40,3	68,2	67,6
11	96,1	92,9	92,3	95,9	96,3	95,1	91,9	90,5	96,0	95,4
12	28,9	15,0	32,4	14,0	23,2	10,7	13,2	8,0	10,8	36,1
13	33,9	28,7	32,2	34,9	46,1	23,2	28,0	33,2	30,1	33,2
14	22,9	25,8	36,1	20,0	20,7	24,7	25,4	9,8	60,5	35,7
15	84,7	82,6	84,1	88,3	86,6	82,4	81,6	79,6	85,7	90,0
16	86,1	90,1	88,7	86,2	85,2	84,7	88,1	85,7	89,6	90,1
17	58,8	59,2	63,4	57,0	51,3	48,3	62,5	54,5	63,0	67,7
18	38,8	30,8	37,7	33,1	28,8	24,4	33,7	20,3	32,6	50,7
19	29,1	18,8	26,1	24,2	19,1	14,4	20,2	14,1	17,0	29,9
20	22,8	18,4	22,2	21,2	20,4	16,8	18,7	15,9	19,7	24,6
21	34,7	29,8	34,1	32,7	32,9	27,2	30,1	27,0	31,8	35,2
22	29,5	14,0	27,9	16,9	33,4	13,7	17,4	14,3	21,5	30,5
23	8,9	4,7	8,5	3,6	5,4	3,5	4,8	3,2	4,7	10,6
24	80,1	57,6	72,3	72,7	84,3	53,9	59,0	55,6	69,0	80,5
25	4,0	7,6	4,0	5,6	2,8	10,4	9,7	12,2	4,6	2,8
26	29,0	21,7	24,3	16,8	16,6	14,2	21,5	12,7	19,9	33,9
27	4,4	3,6	4,5	2,5	2,0	2,0	3,0	1,7	2,9	6,8

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI (*Regiones Socioeconómicas de México*)

Por su parte, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) viene elaborando desde algunos años el llamado *Índice de Desarrollo Humano (IDH)* y, al respecto, afirma que:

“es un indicador compuesto que mide los avances promedio de un país en función de tres dimensiones básicas del desarrollo humano, a saber: vida larga y saludable medida según la esperanza de vida al nacer; educación medida por la tasa de

alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en enseñanza primaria, secundaria y terciaria; y nivel de vida digno medido por el PIB per cápita (PPA en US\$). El índice se construye con indicadores que en la actualidad están disponibles en todo el mundo y utiliza una metodología a la vez simple y transparente.

Si bien el concepto de desarrollo humano es bastante más amplio de lo que es capaz de medir cualquier índice compuesto individual, el IDH es una alternativa seria al uso del ingreso como medida sinóptica del bienestar humano” (ONU, 2005, pag. 1)

La oficina del PNUD en México ha elaborado, hasta ahora, dos Informes sobre Desarrollo Humano en México; uno en 2002, con base en los datos estadísticos del Censo de 2000, y otro en 2004. Al nivel municipal, publicó recientemente el Índice de Desarrollo Humano Municipal y al respecto afirma:

“La principal dificultad para calcular los indicadores por municipio es la ausencia de estadísticas de PIB per cápita para esta unidad geográfica. Por este motivo, la contribución central para este cálculo ha sido el cómputo de los ingresos correspondientes a los hogares en cada municipio mediante un proceso de imputación. Es importante tener en cuenta que para calcular los indicadores municipales se ha seguido de la manera más cercana posible la metodología que el PNUD utiliza en los informes mundiales sobre desarrollo humano, por lo que, con el cuidado debido, ciertas comparaciones internacionales son válidas.

Se debe recordar que para estimar los indicadores de desarrollo humano en los municipios se requieren fuentes representativas a ese nivel de desagregación, por lo cual el Censo de Población y Vivienda es la principal fuente de información. Dada la periodicidad con que los censos y conteos se llevan a cabo, no es posible estimar con mayor frecuencia los indicadores de desarrollo humano de los municipios. Por ello en este informe se presentan indicadores elaborados con datos del año 2000” (PNUD, 2004, pag. de inicio)

Los resultados obtenidos para los diez municipios analizados se muestran a continuación.

Tabla 25 Índices de Desarrollo Humano (IDH) 2000, en cada uno de los diez municipios exportadores de aguacate a los EEUU

Municipio	Población 2000	Índice de Desarrollo Humano (IDH)
Apatzingán	117,949	0.7439
Ario de Rosales	30,584	0.7212
Nuevo Parangaricutiro	15,280	0.7415
Peribán	20,256	0.7518
Los Reyes	57,006	0.7521
Salvador Escalante	38,331	0.6960
Tacámbaro	59,192	0.7195
Tancítaro	25,670	0.6889
Taretan	13,287	0.7365
Uruapan	256,699	0.7737
Michoacán de Ocampo	3,985,667	0.7520
México	97,483,412	0.8090

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI y del PNUD (ONU)

Como puede verse en la tabla anterior, sólo dos municipios (Los Reyes y Uruapan) de los diez comentados se ubicaban por encima del promedio estatal; ninguno de los dos superaba, empero, el promedio nacional. El municipio que menor IDH registraba era Tancítaro, coincidiendo con lo registrado por SEDESOL que lo considera un municipio de alto grado de marginación, tal como se comenta enseguida.

En efecto, dentro de la SEDESOL, se ha constituido un *Comité Técnico para la Medición de la Pobreza en México* donde se dispone de indicadores acerca de dicho tema, al nivel nacional, para 2000, 2002 y 2004. La pobreza ha sido dividida en tres niveles (alimentaria, de capacidades y de patrimonio), de acuerdo con el Programa de Desarrollo de la ONU y sub-clasificada según se trate de sector rural o urbano. Para 2000, se estableció como línea divisoria, en el sector rural, un ingreso mensual *per capita*, en números redondos, de 493, 586 y 900 pesos para la alimentaria, de capacidades y de patrimonio, respectivamente (SEDESOL, 2005 y GF, 2005)

En este mismo sentido, la propia SEDESOL realizó una medición de los niveles de marginación, al nivel municipal, con base en los datos del multi-mencionado XII Censo General de Población y Vivienda 2000. De acuerdo con estos datos, ninguno de los diez municipios bajo estudio se encontraba en la situación de muy alta marginación¹². Sin embargo, uno de estos diez (Tancítaro¹³) sí registraba un alto grado de marginación.

Atendiendo, pues, al grado de marginación, la panorámica estatal se presentaba como sigue: 5 municipios denotaban grados de marginación muy bajos; 19 tenían bajos grados; 54 registran grados medios de marginación; 28 resultaban con altos grados y sólo 7 acusaban muy altos grados de marginación. Descontados los diez municipios bajo análisis, el resto de los municipios no autorizados, hasta diciembre de 2005, para exportar a los EEUU acusaban diferentes grados de marginación¹⁴.

Estas constataciones y las informaciones comentadas anteriormente permiten afirmar que, dentro de Michoacán de Ocampo, nueve de estos diez municipios estaban y siguen estando en condiciones relativamente mejores de desarrollo socio-económico, dentro del universo de los 113 municipios que constituyen esa Entidad.

Los resultados detallados obtenidos en la medición efectuada por SEDESOL para los diez municipios bajo estudio se presentan en la siguiente tabla, donde puede advertirse que, salvo por el caso ya comentado de Tancítaro, los otros nueve municipios no acusan ese severo problema, encontrándose cuatro de ellos en el nivel medio y cinco con bajos niveles de marginación.

¹² De hecho, sólo 7 municipios registraban grados muy altos de marginación mientras que 28 tenían grados altos de marginación. En su conjunto, estos 35 municipios de Michoacán representaban 155,705 habitantes; o sea, el 3.9% del total de la población estatal (SEDESOL, 2006)

¹³ Sólo cuatro localidades del municipio de Tancítaro, que representan a 5,257 habitantes (el 20.5% del total municipal), se clasifican como de alta marginación.

¹⁴ Por supuesto que, según se vaya avanzando en el proceso de verificación fitosanitaria de huertos en otros municipios productores de aguacate, se irán incorporando algunos nuevos a la lista de los ya aprobados para realizar ventas en el mercado norteamericano. De hecho, se tiene noticia por parte de APEAM de que, recientemente, ya se incorporaron dos más: Acuitzio y Tingüindín.

Tabla 26 Estado de Michoacán: Indicadores sociodemográficos y económicos de marginación 2000

Municipio	Pob. total	% Pob. analfabeta de 15 años o más	% Pob con primaria completa de 15 años o más	% Ocu pantes en viviendas sin drenaje ni servicio sanitario exclusivo	% Ocu pantes en viviendas sin energía eléctrica	% Ocu pantes en viviendas sin agua entubada	% Vivi endas con algún nivel de hacinamiento	% Ocu pantes en viviendas con piso de tierra	% Pob en localidades con menos de 5 000 hab	% Pob ocupada con ingreso de hasta 2 salarios mínimos	Índice de margi nación 2000	Grado de margi nación 2000
Apatzingán	117.949	15,25	41,59	10,51	3,60	4,25	52,49	27,00	20,51	52,54	-0,76648	Bajo
Ario	30.584	17,42	47,35	7,22	5,08	16,29	51,72	41,38	53,54	74,28	-0,19617	Medio
Nvo. Parangaricutiro	15.280	11,71	43,36	2,52	4,70	5,52	51,62	21,07	21,58	67,36	-0,73345	Bajo
Peribán	20.256	13,43	45,73	2,59	4,91	3,50	50,61	14,16	42,88	46,08	-0,87589	Bajo
Los Reyes	57.006	15,91	43,76	6,38	2,50	10,40	44,61	17,07	36,68	56,73	-0,78802	Bajo
S. Escalante	38.331	17,61	49,40	5,24	4,04	9,06	63,05	37,09	46,94	72,74	-0,18086	Medio
Tacámbaro	59.192	18,40	47,65	7,89	7,40	11,89	54,80	30,55	55,07	70,96	-0,24003	Medio
Tancitaro	25.670	20,41	57,76	11,85	7,65	16,82	61,22	32,94	79,89	70,31	0,12648	Alto
Taretan	13.287	14,29	46,92	7,31	1,78	4,04	51,00	22,29	52,71	63,93	-0,58357	Medio
Uruapan	265.699	10,00	30,71	1,74	2,41	15,14	43,93	15,70	12,34	53,00	-1,16209	Bajo

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SEDESOL, Unidad de Microrregiones, DGIAM/DAT, 2005, cálculos a partir de los tabulados del XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Como puede constatar, el tema de la medición de los niveles de bienestar –o de su contraparte, los de pobreza y marginación– es muy complejo y aun en fuentes oficiales no se encuentran indicadores definitivos e integrales al respecto¹⁵.

Por otro lado, no es fácil, en una investigación de la naturaleza de la presente, elaborar un estudio de mayor alcance y profundidad para determinar los verdaderos niveles de bienestar y/o calidad de vida de los productores de aguacate; entre otras razones, debido a que dichos niveles tienen que ver no sólo con el monto de sus ingresos sino con aspectos culturales y cualitativos –estilo de vida, por ejemplo– cuya determinación se enmarca mejor en el ámbito de la sociología, la geografía humana o la antropología social que en el del desempeño exportador y la supuesta competitividad internacional de un producto genérico.

De hecho, el propio PNUD, establece que:

“El desarrollo de un país no puede ser entendido solamente como crecimiento económico general. El desarrollo de un país se encuentra en cada uno de sus

¹⁵ Conviene, no obstante, mencionar que, a partir de 2001 en la SEDESOL, se inicia la estrategia de Microrregiones que identifica las municipios con mayor marginación en el país y establece una forma de trabajo que se basa en la coordinación de los tres niveles de gobierno -Federal, Estatal y Municipal-, la sociedad y las propias comunidades, con el fin de generar condiciones de crecimiento y desarrollo de estos territorios. Esta primera identificación de las condiciones del territorio, permite corroborar la coincidencia de otros factores que inciden en la marginación y en la pobreza: la ausencia de circuitos de producción-consumo, la situación de la tenencia de la tierra, los procesos migratorios, el deterioro de las reservas naturales, la falta de caminos, de infraestructura educativa, de salud y de comunicación, entre otros; así como otros fenómenos asociados a problemáticas religiosas étnicas, políticas y sociales (SEDESOL, 2006)

habitantes y en las posibilidades que ellos tienen para vivir una vida en la que puedan realizar a plenitud su potencial como seres humanos.

El desarrollo humano consiste en la libertad de que gozan los individuos para elegir entre distintas opciones y formas de vida. Los factores que permiten a las personas ser libres en ese sentido son la posibilidad de alcanzar una vida larga y saludable, el poder adquirir conocimientos individual y socialmente valiosos, y el tener la oportunidad de obtener los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decoroso.

En el núcleo del concepto de desarrollo humano se encuentran las personas y sus oportunidades, no la riqueza que poseen, el ingreso que devengan, o las mercancías y servicios que consumen” (PNUD, 2006, pag. de inicio)

Por todo lo anterior, se está bien consciente de las serias limitaciones para definir el impacto que la supuesta competitividad internacional del aguacate mexicano pudiera haber tenido en la calidad de vida de los productores-exportadores. Sin embargo, lo que, al menos, sí se intenta aquí es determinar si ha existido o no una mejoría en el nivel de ingresos de los productores de la región, como consecuencia del auge exportador a los EEUU, que es el tema central que nos ocupa.

Empero, este intento no es de poca monta ya que, siendo el enfoque de la presente investigación el de los negocios internacionales –del comercio exterior de productos genéricos, en particular– y la perspectiva de aproximación al tema de la competitividad el investigar si el actual liderazgo mundial de algunos productos primarios mexicanos puede ser mantenido en el largo plazo y, con ello, consolidarse como un área de crecientes oportunidades de exportación para México y los mexicanos, se está contribuyendo a identificar y dilucidar algunos aspectos relativos a la práctica exitosa de ese tipo de negocios, en un ambiente cada vez más competido y mundializado.

Cuando, además, se trata de un producto genérico como el aguacate, en cuya producción participan miles de productores¹⁶, es evidente que su importancia también resalta en términos del empleo, de la disminución de la emigración, del combate a la pobreza –al potenciar la elevación de los niveles de ingresos de esos importantes núcleos de productores– y, esperanzadamente como consecuencia de todo ello, del impacto positivo en el mejoramiento de las condiciones generales de vida en el agro mexicano.

Conviene, así, dejar claro que los temas del buen desempeño exportador y de la competitividad global de un producto genérico no sólo son de actualidad sino de primordial importancia para mejor comprender la complejidad de la competencia exitosa en los mercados internacionales. De allí, la justificación del Anexo 1 del presente documento que tiene como propósito el definir algunos parámetros que

¹⁶ Poco más de 16 mil, al nivel nacional, de los cuales 14,200 se consideran productores organizados; de éstos, 13,357 se localizan en Michoacán (CONAPA, 2006)

pueden ser sistemáticamente empleados para la determinación de la posible competitividad mundial de un producto genérico de un país en particular.

Habida cuenta, pues, de todo lo anterior, se procede enseguida a describir cuáles fueron los pasos que se siguieron en la investigación de campo que tuvo dos etapas.

La primera, llevada al cabo durante abril y mayo de 2006, consistió en el diseño de un cuestionario estructurado¹⁷ y la realización de 63 encuestas a productores, quienes no necesariamente están exportando y, en caso positivo, lo están haciendo a otros mercados distintos al norteamericano. El propósito de hacer una investigación directa entre los productores era el de reunir los mayores elementos de juicio objetivos para probar que su nivel de vida había sido positivamente impactado como resultado del reciente auge exportador a los EEUU. Evidentemente, esta no fue una tarea fácil. Por un lado, se intentó, como ya se explicó, tomar como punto de referencia los 27 indicadores de niveles de bienestar del INEGI y, por el otro, hacer preguntas directas acerca de la percepción de los propios productores respecto de su “situación económica”, en general. Los resultados obtenidos a lo largo de esta primera etapa fueron ampliamente discutidos, permitiendo al sustentante recoger valiosas opiniones y puntos de vista para mejorar la presente investigación. De allí, surgió la necesidad de recurrir, en complemento de lo hasta entonces investigado y presentado, a otros procedimientos (no necesariamente por medio de conclusiones estadísticamente significativas) que permitieran probar (o rechazar) la hipótesis de modo más contundente.

La segunda etapa de la investigación de campo fue realizada durante julio y agosto del mismo año e incorporó las recomendaciones y sugerencias de los tutores y sinodales. Esta etapa se desarrolló básicamente en torno a la obtención y al análisis detallado de informaciones gremiales de circulación restringida para determinar cuantitativa y unívocamente la forma en que se han distribuido los pingües ingresos derivados del reciente éxito exportador a los EEUU; ese análisis fue enriquecido con una nueva ronda de entrevistas a fondo con algunos actores clave en la cadena, tales como: productores-exportadores a los EEUU, directivos de emparadoras-exportadoras autorizadas para exportar a dicho mercado, dirigentes gremiales y funcionarios públicos¹⁸.

Como resultado de ambas etapas, se revisaron algunas de las conclusiones preliminares a las que se había llegado originalmente y se presentan ahora aquí las conclusiones definitivas en relación al tema del desarrollo exportador exitoso de un producto genérico (el aguacate) y de su vinculación con la denominada competitividad internacional.

¹⁷ Ver Anexo 3

¹⁸ Ver Anexo 4

- 1ª Etapa - Unidad de análisis

Se definió como unidad de análisis a los productores cuyos predios se localizan en cualquiera de los diez municipios del Estado de Michoacán de Ocampo autorizados fito-sanitariamente, a diciembre de 2005, para exportar a los EEUU; a saber: Apatzingán, Ario de Rosales, Los Reyes, Nuevo Parangaricutiro; Peribán, Salvador Escalante, Tacámbaro, Tancítaro, Taretan y Uruapan.

Para efectos de identificar a dichos productores, se obtuvo el padrón de predios y productores elaborado por la Comisión Michoacana del Aguacate (COMA)¹⁹ en el seno del Consejo Nacional de Productores de Aguacate (CONAPA)²⁰ y dentro del esquema del Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO). Este padrón que se estructuró utilizando la técnica del Sistema de Posicionamiento Global (GPS por sus siglas en inglés) y, por ello, geo-referenciado, es el resultado de un largo esfuerzo, iniciado formalmente en 2002, y que se inscribe dentro de las acciones gubernamentales que tienen como propósito (SAGARPA, 2002):

- Depurar los padrones preexistentes evitando que pseudo-productores sin predios estén inscritos.
- Evitar que productores registren un predio en más de una ocasión.
- Contar con información sobre el cultivo, estado del mismo, y grado de tecnificación de cada lote y predio.
- Planificar para que cada extensionista actúe como ejecutivo de cuenta, dedicándose a cierto número de productores en específico, a los cuales deberá desarrollar y hacerlos más productivos reduciendo costos y optimizando recursos.
- Conocer la situación real de los productores del Sistema-Producto Aguacate
- Consolidar cada Sistema-Producto mediante la instalación de un sistema de información geográfico administrado y estandarizado desde el ámbito regional y estatal, hasta el nacional.
- Consolidar cada Sistema-Producto mediante la instalación formal de Consejos Regionales, Estatales y Nacionales
- Concentrar la información de los diversos Sistemas-Producto tanto para la toma de decisiones y definición de las políticas sectoriales, como para el impulso de la comercialización de los productos y desarrollo de los productores.
- Contar con información actualizada y estandarizada de manera dinámica, eliminando la necesidad de censos periódicos.

El padrón de referencia es un documento de circulación restringida, conformado por los siguientes datos (CONAPA, 2005):

¹⁹ La Comisión Michoacana del Aguacate (COMA) se constituyó el 2 de Junio de 2000 con el propósito de integrar esfuerzos para resolver problemas de la cadena agroalimentaria del aguacate de Michoacán y comenzó a operar en Octubre del 2001. Es representativa de 23 Asociaciones Agrícolas de 27 municipios que aglutinan 80 000 hectáreas, más de 10,000 productores, 296 empacadoras y 6 agroindustrias. Cuenta con el Registro no. 120 ante SEDAGRO (Dic. 4, 2000) y está afiliada a la UAEM (Febrero 28, 2001)

²⁰ Es una instancia de representación, rectoría y planeación del desarrollo integral de la cadena producción-consumo del aguacate y foro de consulta permanente y análisis de la problemática que enfrentan los agentes involucrados para concertar las alternativas de solución. Está integrado por los Consejos Estatales de Productores de Aguacate del estado de México, Morelos, Puebla, Nayarit y la Comisión Michoacana del Aguacate (CONAPA, 2006)

- ◇ Nombre y número del Estado.
- ◇ Nombre y número del municipio.
- ◇ Nombre y número de la localidad.
- ◇ Nombre y número del ejido, en su caso.
- ◇ Producto y variedad cultivada.
- ◇ Altura del predio sobre el nivel medio del mar.
- ◇ Clave de identificación de cada predio.
- ◇ Superficie registrada de cada predio.
- ◇ Nombre y apellidos de los productores propietarios de cada predio.
- ◇ Clave del brigadista y el técnico de la SAGAPA asignado a cada predio.
- ◇ Datos de la medición geo-referenciada (Sistema de Posicionamiento Global)
- ◇ Superficie medida por el padrón.

Seleccionando sólo los datos relativos al número de predios, su superficie en hectáreas y el número de productores en cada uno de los diez municipios estudiados, se estructuró la siguiente tabla donde se muestran, además, los datos de la estadística relativa al número total de habitantes y de hogares, según los datos del XII Censo General de Población y Vivienda.

Tabla 27 Población total y número de hogares vs. número de predios y productores de aguacate, por municipio exportador

Municipio	Población 2000	Total de hogares 2000	Número de predios 2005	Superficie en hectáreas 2005	Número de productores 2005	Superficie promedio por cada productor, hectáreas	Productores como % del total de hogares
Apatzingán	117,949	25,875	273	515.98	64	8.06	0.02
Ario de Rosales	30,584	6,837	2,373	7,725.23	1,322	5.84	19.3
Nuevo Parangaricutiro	15,280	3,228	1,322	4,637.24	886	5.23	27.4
Peribán	20,256	4,374	1,928	6,811.66	1,285	5.30	29.4
Los Reyes	57,006	13,208	1,168	2,772.89	778	3.56	5.9
Salvador Escalante	38,331	7,585	1,079	5,550.49	594	9.34	7.8
Tacámbaro	59,192	12,482	2,142	7,790.80	1,387	5.62	11.1
Tancítaro	25,670	5,146	3,953	17,877.89	2,389	7.48	46.4
Taretan	13,287	3,068	162	472.30	95	4.97	3.1
Uruapan	256,699	59,634	1,620	8,917.82	1,142	7.80	1.9
TOTALES	643,254	141,437	16,020	63,072.30	9,942	6.34	7.0

Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI y de CONAPA-CONASIPRO

En la tabla anterior se advierte que la población total del conjunto de estos diez municipios, en el año 2000, ascendía a 643,254 personas que constituían 141,437 hogares.

En números redondos y haciendo caso omiso del hecho de que los datos censales se refieren al año 2000 mientras que los del padrón de productores al 2005, se

puede aseverar que, en promedio, alrededor del 7% de las familias tienen al menos uno de sus miembros que se dedica a la producción de aguacates. Sin embargo, existen notables diferencias en estos municipios; Tancítaro, Peribán, Nuevo Parangaricutiro y Ario son fundamentalmente agrícolas y altamente especializados en aguacates, mientras que Apatzingán, Los Reyes, Salvador Escalante, Tacámbaro y Taretan, que también albergan a un alto porcentaje de población rural, se dedican no sólo al aguacate sino a otros cultivos. El caso de Uruapan es un poco diferente ya que cuenta, además, con un núcleo importante de población urbana, evidentemente dedicada al comercio, la industria y los servicios y no necesariamente a la producción agrícola.

- 1ª Etapa - Universo

Se tomó como universo el padrón de predios y productores comentado anteriormente, integrado por 16,020 predios ubicados en cualquiera de los 10 municipios bajo estudio, pertenecientes a 9,942 productores. De este universo, se seleccionó una muestra de 100 predios, tal como se describe en el siguiente apartado, para elaborar una encuesta entre un grupo representativo de productores propietarios de los mismos, con el propósito fundamental de conocer su opinión en relación a su nivel de ingresos.

La razón de haber seleccionado predios, en vez de productores, se funda en el hecho de que, existiendo más predios que productores, resulta evidente que un mismo productor puede ser propietario de más de un predio; por ello, si se elegían a los productores, se tenía el problema adicional de ubicar al productor seleccionado en más de un predio; en contrapartida, a cada predio, correspondía una ubicación geográfica específica y conocida y, por supuesto, un productor en particular.

Habiendo seleccionado, pues, a los predios como punto de partida para identificar a los productores, el número de entrevistas que se había decidido realizar en cada uno de los diez municipios bajo estudio, se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 28 Padrón de huertos y productores, al 31 de diciembre de 2005, por municipio exportador, y número de entrevistas a realizar

Municipio	Número de productores	Número de predios	% del total de predios	Entrevistas a realizar
Apatzingán	64	273	1.7	2
Ario de Rosales	1,322	2,373	14.8	15
Nuevo Parangaricutiro	886	1,322	8.3	8
Peribán	1,285	1,928	12.0	12
Los Reyes	778	1,168	7.3	7
Salvador Escalante	594	1,079	6.7	7
Tacámbaro	1,387	2,142	13.4	13
Tancítaro	2,389	3,953	24.7	25
Taretan	95	162	1.0	1
Uruapan	1,142	1,620	10.1	10
TOTALES	9,942	16,020	100.0	100

Fuente: Elaboración propia con base en datos de CONAPA-CONASIPRO

- 1ª Etapa - Tamaño y selección de la muestra

Durante la primera etapa de la investigación de campo, el tamaño de la muestra fue determinado empleando la siguiente fórmula (Berenson, Levine y Krehbiel, 2000), aplicable para estimar una proporción, con un nivel de confianza del 95%, un error de más o menos 7% y suponiendo –según indagaciones preliminares– que sólo el 15% de los productores opinarían que sus ingresos son menores ahora que en el año 2000:

$$n = \frac{Z^2 p (1 - p)}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.15)(0.85)}{(0.07)^2}$$

$$n = 99.96$$

Por lo tanto, $n = 100$, porque la regla general es redondear hacia arriba para satisfacer un poco de más el criterio. En consecuencia, se decidió realizar cien entrevistas, según se mostró en la tabla 28.

En lo concerniente a la selección de la muestra, se tomó como referencia el padrón de huertos y predios de CONAPA para, primero, distribuir el total de entrevistas a realizar (100) entre los diez los municipios por el método de muestreo por cuotas, según el número de predios, de modo de cerciorarse que cada uno de los 10 municipios tuviera un número de entrevistas proporcional a su participación relativa en el número de predios.

Posteriormente, tomando el listado detallado de predios del padrón de referencia, que se encuentran listados en orden alfabético según los apellidos y nombres de los productores, se seleccionaron, al azar, los predios específicos dentro de cada uno de los 10 municipios bajo estudio. Para esta selección al azar, se emplearon tablas de números aleatorios. Empero, debido a lo elevado de la cifra de predios (16,020) y al compromiso del sustentante respecto a la confidencialidad con que debía manejarse la información, se procedió en dos tiempos: primero, se determinó el número total de páginas en donde se contenía el total de predios por cada municipio, se numeraron dichas páginas y se seleccionaron, al azar, tantas cuantas eran necesarias para extraer un predio de cada una; finalmente, dentro de cada una de la(s) página(s) seleccionada(s) se determinó el predio específico, también usando números aleatorios.

Un ejemplo aclara mejor el procedimiento empleado. La información detallada de los 1,928 predios de Peribán se contenía en 54 páginas; como se había decidido efectuar 12 entrevistas en ese municipio, se seleccionaron al azar 12 páginas y, luego, dentro de cada página, se seleccionó, también al azar, un solo predio por página. Las 12 páginas así seleccionadas fueron entregadas a los entrevistadores.

- 1ª Etapa - Diseño del cuestionario

Para efectos de la recolección de datos, se diseñó un cuestionario estructurado cuya primera parte estuvo en concordancia con el utilizado por el INEGI para recabar la información relativa a la determinación de los 27 indicadores de bienestar, comentados anteriormente. Adicionalmente, se formularon e incluyeron algunas preguntas relativas a la actividad de los productores dentro de la cadena y a su percepción respecto de su situación económica actual, en comparación con la del pasado reciente.

De esta forma, el cuestionario quedó estructurado de la siguiente forma:

1. Identificación geográfica
2. Número de control
3. Dirección de la vivienda
4. Datos del encuestador responsable, del supervisor y de la fecha de la entrevista
5. Clase vivienda
6. Características de la vivienda (agua, electricidad, drenaje, pisos, paredes, techos, número de cuartos, servicio sanitario y combustible)
7. Bienes en la vivienda
8. Residentes, hogares y lista de personas
9. Características de las personas (parentesco, sexo, edad y lugar de nacimiento)
10. Derechohabiencia a servicios de salud
11. Alfabetismo
12. Nivel de escolaridad
13. Condición de actividad reciente
14. Mercados principales de destino de los aguacates que produce (exportación, mercado nacional, mercados locales)
15. En caso de estar exportando, definición del (o los) mercado(s) de destino y forma de hacerlo (directa o indirectamente)
16. Opinión acerca de su propio nivel económico actual en comparación con el que tenía en el año 2000
17. En caso de considerar que su situación es peor, definir la razón fundamental que lo hace pensar así

Como puede constatarse, sólo las últimas dos preguntas se refieren específicamente a la percepción de los productores acerca de su propia situación económica actual.

Para la elaboración de dicho cuestionario, se tomó en consideración la opinión de un selecto grupo de expertos en el gremio, tanto empresarios, como funcionarios públicos y representantes de organizaciones gremiales. Para ello, se realizaron entrevistas personales con especialistas en el tema de la producción y exportación del aguacate, tanto en la Ciudad de México como en Uruapan, Michoacán, con el propósito de efectuar los ajustes necesarios al cuestionario que previamente se

había diseñado. La lista detallada de las personas que se entrevistaron se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 29 Lista de personas entrevistadas durante la primera etapa de la investigación de campo

Nombre	Institución/empresa	Cargo
Lic. Jesús Alejandro Álvarez del Toro	Comité Nacional Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO)	Representante No-Gubernamental y Presidente
LRCI Eduardo Escalera Núñez	Integradora de Productores de Aguacate de Michoacán, México, SA de CV (IPAMIM)	Gerente General
Benjamín Grayeb y Marcos Scheidt	Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, AC (APEAM)	Presidente y Director General
Ing. Agustín del Río Sandoval	Junta Local de Sanidad Vegetal de Salvador Escalante	Presidente
Sebastián Peña	SAGARPA, México DF	Subdirector
LAE Laura Mata	Universidad Don Vasco (UDV)	Coordinadora del Centro UDV-Bancomext
CP Martín Sánchez	Universidad Don Vasco (UDV)	Director Técnico de la Escuela de Contaduría, Administración e Informática
Ing. Martha Medina	Oficina de la SAGARPA en Uruapan	Inspectora de sanidad
Ing. Miguel Ángel Hernández López	Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP)	Jefe de Operaciones
José Luis Gallardo Anguiano	Comité Estatal de Sanidad Vegetal	Presidente

Posteriormente, el cuestionario fue sometido a pruebas de campo que permitieron, en paralelo, entrenar a los encuestadores. Como consecuencia de este ejercicio, el cuestionario fue revisado y, una vez más, sometido a pruebas de campo durante la tercera semana de marzo de 2006.

La versión definitiva del cuestionario utilizado se muestra en el Anexo 3.

- 1ª Etapa - Realización de las entrevistas

Los encuestadores fueron reclutados, entrenados, supervisados y coordinados por profesores de la Escuela de Contaduría, Administración e Informática de la Universidad Don Vasco (UDV) de Uruapan, Michoacán. La supervisión técnica estuvo a cargo, además del postulante, de las Maestras Alma Emma Navarro Vega (FCA-UNAM) y Laura Mata (UDV)

Las entrevistas se realizaron durante los meses de abril y mayo de 2006. Infortunadamente, debido a los problemas surgidos en esas fechas en Lázaro Cárdenas y en otras localidades del Estado, no fue fácil acceder a todos los predios productores²¹ y entrevistar a las 100 personas seleccionadas, tal como se había previsto originalmente.

Otra de las razones que impidieron realizar el total de entrevistas tuvo su origen en los frecuentes problemas de localización física de la persona seleccionada, según los métodos aleatorios descritos anteriormente. Por ello, se decidió emplear un método de sustitución de personas, que consistió en ir escogiendo el nombre inmediatamente por arriba del seleccionado originalmente y luego el inmediatamente por debajo; así, alternadamente y en caso necesario, se fueron sustituyendo los nombres originalmente escogidos al azar hasta poder entrevistar a uno de los nombres contenidos en la misma página donde se ubicaba el nombre inicialmente seleccionado. Es importante destacar que algunos nombres se encuentran repetidos dado que es frecuente que un productor sea propietario de varios predios en el mismo municipio o aun en municipios diferentes. A pesar de este método de sustitución de nombres y del hecho mismo de la repetición de algunos de ellos, hubo casos en donde no se pudo realizar ninguna entrevista del elenco de nombres incluidos en la página de referencia debido a que se agotaron las posibilidades y no se encontró a quién entrevistar²².

Por estas dificultades prácticas durante la realización de las entrevistas, hasta fines de mayo de 2006, sólo se habían podido efectuar 63 entrevistas, cuyos resultados son los que se presentan y comentan aquí.

²¹ Debido a que algunos tramos carreteros y muchas rutas de acceso a los predios mismos se encontraban bajo control de fuerzas de seguridad.

²² Ver Anexo 5

- 1ª Etapa - Análisis de los datos

Los resultados obtenidos al aplicar los cuestionarios durante las entrevistas a los productores fueron tabulados, procediéndose al análisis de los datos capturados, utilizando el programa de cómputo conocido comercialmente como SPSS (versión 90 para Windows).

Como resultado de las 63 entrevistas realizadas entre los productores en la primera etapa de la investigación de campo, se pudo constatar, en todos los casos, que los resultados obtenidos en la primera parte de los cuestionarios, relativa a los 27 indicadores del INEGI, previamente mencionados, muestran niveles de bienestar por encima de los promedios prevalecientes en el 2000 para los municipios bajo estudio. Estos resultados no constituyen, sin embargo, una prueba definitiva del incremento en los niveles de bienestar de los productores entrevistados, debido a que las cifras del INEGI del 2000 se refieren, como ya se dijo, a todos los habitantes de los municipios mencionados y no sólo al gremio de los productores de aguacate. En todo caso, los resultados obtenidos simplemente indicarían que el gremio de productores de ese fruto se sitúa ahora, en 2006, por encima de los promedios obtenidos en 2000 para el conjunto de habitantes de esos municipios.

Por esa razón, no se consideraron con mayor detalle dichos resultados que podrían constituir, en el mejor de los casos, sólo un punto de referencia para, en el futuro, volver a efectuar esta determinación de los 27 indicadores de bienestar del INEGI, pero circunscritos ya exclusivamente al gremio aguacatero.

La segunda parte del cuestionario, constituida por una batería adicional de cuatro preguntas complementarias; dos referentes al destino de la producción y la forma en que se comercializa y, finalmente, dos preguntas que constituyen una simple encuesta de opinión, cuyo propósito fundamental era conocer cuál es la percepción que los productores de aguacate de los diez municipios bajo estudio tienen acerca de la evolución de su situación económica, con respecto a la que tenían en el 2000, independientemente de que estén o no exportando.

Deliberadamente, la pregunta fundamental respecto de su situación económica fue formulada en los términos más amplios posibles, debido a que la experiencia demuestra que, en tratándose de situación económica, las personas tienden a deformar la realidad y casi nunca están dispuestos a ofrecer datos precisos.

Sin embargo se consideró conveniente saber si las personas entrevistadas estaban o no exportando y, en caso positivo, a qué mercado y si lo hacían de modo directo o al través de un tercero.

Para aquellos que respondieron que su situación económica era peor o mucho peor, se solicitó además que señalaran cuál era la razón que lo hacía pensar que su situación había empeorado, de una lista predeterminada de 10 opciones. A

continuación se muestra una tabla que contiene el resumen de los tabulados de las respuestas obtenidas a la segunda parte del cuestionario.

Tabla 30 Resumen de respuestas a la 2ª parte del cuestionario

Edad	Sexo0	Municipio	Mercado	Destino exportación	Modo	Situación económica	Justificante
39	H	Uruapan	Local			Igual o similar	
80	H	Uruapan	Local			Mejor	
63	H	Uruapan	Local			Mejor	
47	H	Uruapan	Local			Mejor	
54	H	Peribán	Local			Peor	Crédito
74	H	Uruapan	Local			Peor	Crédito
64	M	Nvo. Par.	Nacional			Igual o similar	
61	H	Peribán	Nacional			Igual o similar	
47	H	Peribán	Nacional			Igual o similar	
57	H	Peribán	Nacional			Igual o similar	
55	H	Los reyes	Nacional			Igual o similar	
51	H	Los reyes	Nacional			Igual o similar	
48	H	Los reyes	Nacional			Igual o similar	
52	H	Tancitaro	Nacional			Igual o similar	
38	H	Uruapan	Nacional			Igual o similar	
39	H	Nvo. Par.	Nacional			Mejor	
40	H	Nvo. Par.	Nacional			Mejor	
48	H	Nvo. Par.	Nacional			Mejor	
57	H	Peribán	Nacional			Mejor	
30	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
40	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
35	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
42	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
50	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
45	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
53	M	Tancitaro	Nacional			Mejor	
46	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
40	M	Tancitaro	Nacional			Mejor	
30	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
59	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
62	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
57	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
56	M	Tancitaro	Nacional			Mejor	
55	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
47	M	Tancitaro	Nacional			Mejor	
56	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
49	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
49	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
46	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
52	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
58	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
57	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
63	H	Tancitaro	Nacional			Mejor	
54	H	Taretan	Nacional			Mejor	
40	H	Uruapan	Nacional			Mucho mejor	
60	H	Los reyes	Nacional			Mucho peor	Menos vacaciones
59	H	Los reyes	Nacional			No contestó	

62	H	Los reyes	Nacional			Peor	Crédito
49	H	Los reyes	Nacional			Peor	Crédito
49	H	Peribán	Exportación	EEUU	IND	Igual o similar	
55	H	Peribán	Exportación	Latino América	DIR	Igual o similar	
37	H	Nvo. Par.	Exportación	EEUU	IND	Mejor	
44	H	Nvo. Par.	Exportación	EEUU	IND	Mejor	
28	H	Nvo. Par.	Exportación	EEUU	IND	Mejor	
39	H	Nvo. Par.	Exportación	EEUU	IND	Mejor	
38	H	Peribán	Exportación	EEUU	DIR	Mejor	
48	H	Peribán	Exportación	EEUU	DIR	Mejor	
42	H	Peribán	Exportación	EEUU	IND	Mejor	
54	H	Peribán	Exportación	Europa	DIR	Mucho mejor	
58	H	Peribán	Exportación	EEUU	DIR	Mucho mejor	
65	H	Uruapan	Exportación	Canadá	IND	Mucho mejor	
84	H	Uruapan	Exportación	Canadá	IND	Mucho mejor	
62	H	Uruapan	Exportación	EEUU	IND	Mucho mejor	

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la tabulación de respuestas a la segunda parte del cuestionario, aplicado a las personas entrevistadas durante la primera etapa de la investigación de campo.
Abreviaciones: H=Hombre, M=Mujer; IND= indirecto, DIR=Directo

Como se advierte en la tabla anterior, de las 63 personas entrevistadas, sólo 14 (el 22%) están exportando y, de éstos, 10 lo están haciendo al mercado norteamericano; el resto (el 78%) no están realizando exportaciones y sólo surten mercados locales, regionales o nacionales. En este sentido es importante tener presente que, tal como se comenta más adelante, la mayoría de la producción se destina a los mercados domésticos. Por otro lado, es interesante observar que, en el caso de los 10 exportadores a los EEUU, 7 lo hacen al través de un tercero; es decir, “maquilan” su exportación en una de las emparadoras-exportadoras afiliadas a APEAM²³ y sólo 3 lo están haciendo directamente.

En cuanto a la percepción que los entrevistados manifestaron tener acerca de su propia situación económica actual con respecto a la tenían en el 2000, la pregunta específica, tal como se formuló, y los resultados obtenidos se muestran a continuación.

Pensando en su situación económica en el año 2000, consideraría usted que ahora, en 2006, es				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Mucho mejor	6	6,0	9,52	19,52
Mejor	39	39,0	61,90	71,42
Igual o similar	12	12,0	19,05	90,47
Peor	4	4,0	6,35	96,82
Mucho peor	1	1,0	1,59	98,41
No contestó	1	1,0	1,59	100,00
Total	63	63,0	100,00	
Cuestionarios pendientes de aplicar	37	37,0		
	100	100,0		

²³ Ver más adelante, en la Tabla 33, la lista detallada de los empaadores-exportadores asociados en APEAM así como la descripción de la Cadena Producción-Comercialización-Exportación, en el Gráfico 17.

Resulta interesante destacar que ninguno de los entrevistados exportadores manifestaron que su situación era peor ahora que en el 2000; los 5 productores que respondieron negativamente a esta pregunta no son exportadores sino que corresponden, dos a proveedores de mercados locales y tres a vendedores a mercados nacionales.

Utilizando las fórmulas estadísticas correspondientes (Kazmier, 1988) a la determinación de la proporción de la población encuestada con diferentes opiniones acerca de su situación económica y considerando un intervalo de confianza del 95%, se procesaron las respuestas a esta pregunta crucial.

Debido a que se emplearon simples escalas tipo Likert, se agruparon las respuestas en dos grandes categorías: los que opinan que su situación económica es mucho mejor o simplemente mejor y los que, en contraste, estiman que su situación económica es ahora peor o mucho peor. Se eliminaron del análisis todas aquellas respuestas que indicaban una posición neutra, así como un cuestionario en donde no se obtuvo respuesta a esa pregunta.

La proporción de productores que afirmaron tener mejor (o mucho mejor) situación económica ahora que en 2000 se situó en el 71% \pm 11.20%, lo que arroja un valor entre el 59.8% y el 82.2%, con un intervalo de confianza, como ya se señaló, del 95%, tal como lo demuestran los cálculos que se presentan enseguida.

$$\hat{p} = \frac{45}{63} = 0.7143 \quad 0.71$$

$$S_{\hat{p}} = \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} = \sqrt{\frac{0.71(1-0.71)}{63}} = 0.057168$$

$$\hat{p} \pm zS_{\hat{p}} = 0.71 \pm 1.96(0.057168) = 0.71 \pm 0.112049 = 0.5979 \rightarrow 0.822$$

En contraste, la proporción de productores que declararon tener ahora una situación peor (o mucho peor) con relación a 2000, se situó en 8% \pm 6.7%, lo que arroja valores entre el 1.3% y el 14.7% tal como se muestra a continuación.

$$\hat{p} = \frac{5}{63} = 0.07936 \quad 0.08$$

$$S_{\hat{p}} = \sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}} = \sqrt{\frac{0.079(1-0.079)}{63}} = 0.03398$$

$$\hat{p} \pm zS_{\hat{p}} = 0.079 \pm 1.96(0.03398) = 0.08 \pm 0.0666 = 0.0134 \rightarrow 0.1466$$

- 2ª Etapa

Durante la segunda etapa de la investigación de campo, que se efectuó durante los meses de julio y agosto de 2006, se ahondó en el análisis de la cadena de producción-exportación del aguacate *Hass* de Michoacán, con especial atención al papel preponderante que desempeña la APEAM en todo el proceso de exportación hacia los EEUU, sin olvidar la importante contribución de algunas otras organizaciones gremiales que han hecho posible que el aguacate michoacano tenga actualmente el liderazgo en el mercado norteamericano. Asimismo, se incorporaron nuevos datos “duros” en relación al verdadero impacto en los ingresos de los productores/exportadores, derivados de las crecientes corrientes de exportación hacia ese mercado del norte. Finalmente, en complemento de las entrevistas ya realizadas, se efectuaron una decena de nuevas entrevistas a fondo con el criterio de un muestreo intencional o de juicio.

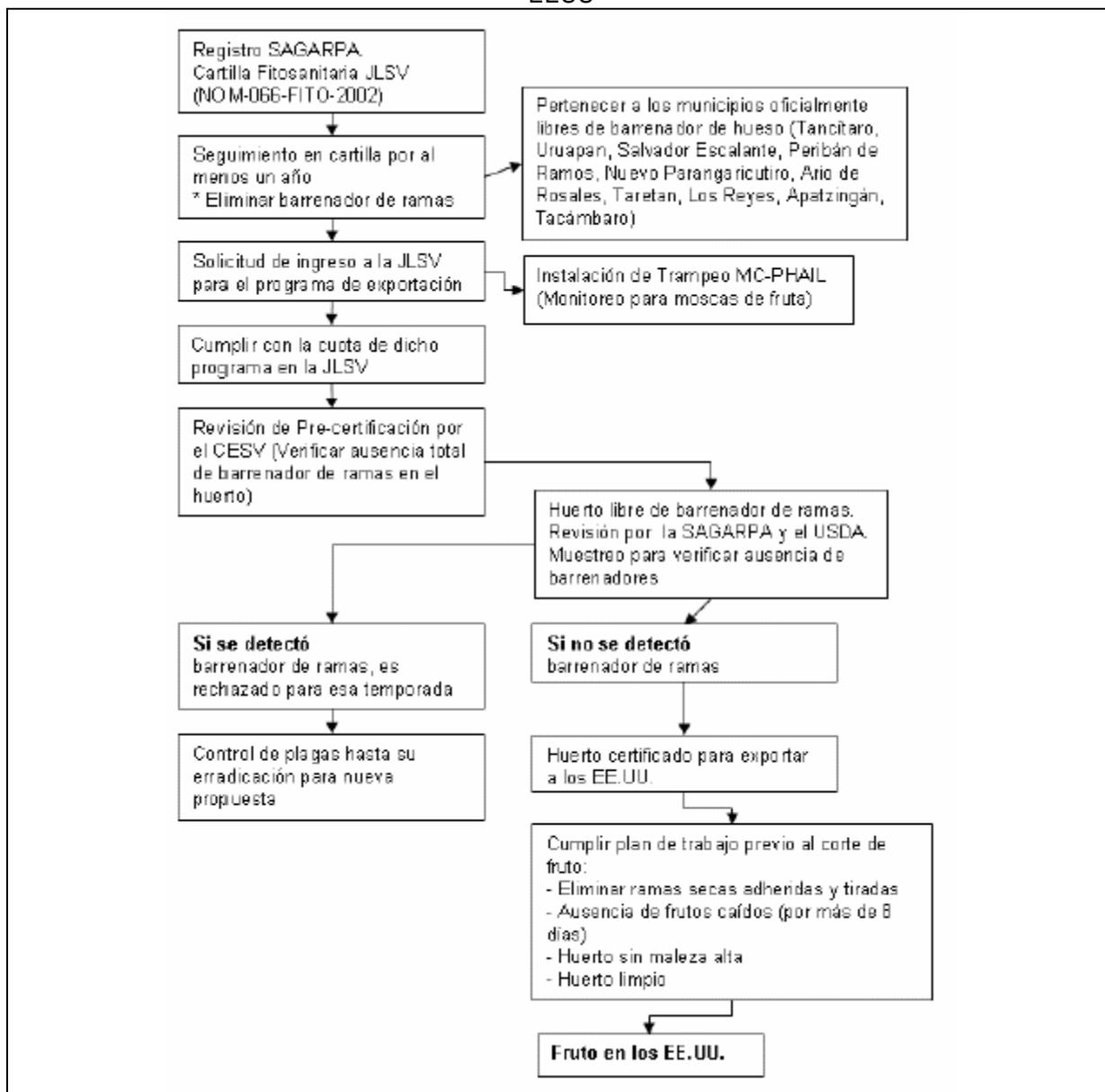
Para no perder el contexto histórico reciente, conviene recordar que, a pesar de que México comenzó a exportar aguacate desde 1972²⁴, las posibilidades de exportación a los EEUU estaban canceladas debido a una prohibición sanitaria, vigente desde 1914, que impedía la comercialización del fruto fresco mexicano en los EEUU. No fue sino hasta fines de la década de los noventa (1997) cuando se inició la apertura gradual de ese mercado. En un primer tiempo, sólo se permitió la venta en 19 Estados de la Unión Americana y en el Distrito de Columbia, durante los meses de Noviembre a Febrero del siguiente año. Posteriormente, durante la temporada 2001-2002, se autorizó el ingreso a 12 Estados más y se amplió el lapso de Noviembre a Abril. A partir del 31 de Enero de 2005, el aguacate *Hass* mexicano ya pudo entrar a todos los Estados de la Unión, excepto a California, Florida y Hawai. A partir de Enero de 2007, está prevista la apertura total de todos los Estados de la Unión Americana, siempre y cuando el fruto provenga de huertos sanitariamente aprobados.

Todo lo anterior es el resultado de largas negociaciones bilaterales entre las autoridades sanitarias de ambos países cuya expresión formal es el *Programa Bilateral de Exportación de Aguacate Hass Mexicano a los Estados Unidos de Norteamérica* que, en términos prácticos, consiste en un detallado proceso de certificación sanitaria para controlar eficientemente los huertos, cerciorándose del estricto cumplimiento de la normatividad sanitaria vigente; en especial, la observancia de la NOM-066-FITO-2002 que establece las especificaciones para el manejo fitosanitario y movilización de aguacate tanto para el mercado nacional como para la exportación y en la que se definen las zonas libres de plagas cuarentenarias, tales como el barrenador del hueso, barrenador de ramas y la palomilla barrenadora del hueso así como el seguimiento estricto de las buenas prácticas agrícolas mutuamente acordadas.

²⁴ Inicial y casi exclusivamente a Francia

El proceso de certificación de huertos para efectos del *Programa de Exportación a EEUU* antes mencionado se describe sucintamente en el esquema que se presenta a continuación²⁵.

Gráfico 16 Esquema para certificar un huerto de aguacate en el programa de exportación a los EEUU



Fuente: Salazar-García, Zamora-Cuevas y Vega López, 2005

²⁵ Conviene recordar que, para exportar a otros mercados distintos al norteamericano, no existen, hasta ahora, formalidades tan estrictas como las establecidas en el Programa Bilateral, aunque debido al éxito del mismo, ya se está considerando la posibilidad de hacer algo similar para otros mercados de destino de la exportación mexicana, en el seno de la APEAM, según informaciones recogidas durante las entrevistas a fondo. Adicionalmente al cumplimiento de estas formalidades, los productores deben cumplir lo estipulado en la norma mexicana NMX-016-FF-2002-SCFI que establece requisitos mínimos generales, de calidad y calibre de los frutos, de etiquetado y envase.

De esta forma, sólo los productores cuyos huertos han sido declarados “limpios” pueden colocar su fruto en el mercado norteamericano; sin embargo, es indispensable que los productores transiten su producto por una empacadora debidamente autorizada y asociada en APEAM para poder realmente vender su aguacate en los EEUU.

Así, se da un fenómeno especial en la cadena de exportación hacia el mercado estadounidense que, localmente, se denomina “maquila” Es decir, un productor tiene que dar su fruto a “maquilar” a una empacadora autorizada para luego exportarlo a los EEUU. En sentido opuesto, en ocasiones son las empacadoras-exportadoras las que solicitan comprar producto a los agricultores para cumplir sus compromisos de venta en el mercado norteamericano.

También puede darse el caso de que un productor tenga, al mismo tiempo, su propia empacadora y, por ello, pueda empacar su propio aguacate para exportación, sin necesidad de recurrir a terceros.²⁶

En la cadena producción-comercialización-exportación del aguacate que se presenta en el siguiente diagrama, debe advertirse la todavía sobresaliente importancia del mercado doméstico frente a los mercados de exportación, aunque éstos hayan venido registrando crecientes volúmenes que han pasado del 7.8%, en 2001, al 22.5% en 2005²⁷. A pesar, pues, de la indiscutible importancia del mercado doméstico para la mayoría de los productores, no hay que olvidar que el punto focal de la presente investigación lo constituyen los mercados de exportación y, en especial, el de los EEUU.

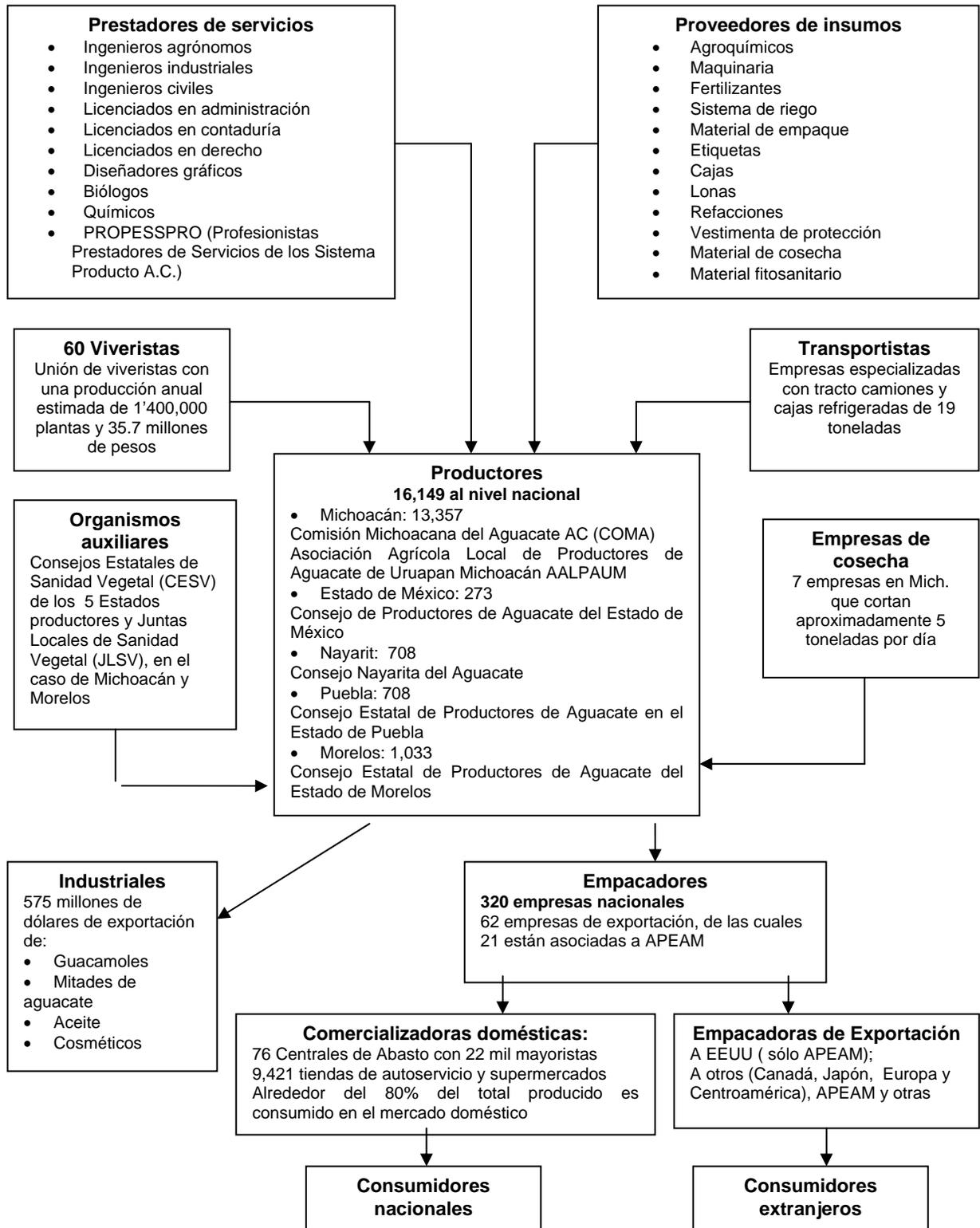
Esta realidad, permite comprender mejor el hecho de que algunas de las organizaciones gremiales actúan al nivel nacional respecto de todos los productores, independientemente de que exporten o no, como es el caso de CONAPA y CONASIPRO; otras organizaciones actúan al nivel estatal o local, como es el caso de la Comisión Michoacana del Aguacate (COMA) o de la Asociación Agrícola Local de Productores de Aguacate de Uruapan, Michoacán (AALPAUM)

Más específicamente, en tratándose de mercados extranjeros, se encuentra además la APEAM, cuya actividad está centrada en la exportación de aguacate michoacano hacia los EEUU y, por ende, es de particular importancia en el desarrollo de la presente investigación, sin perder de vista la panorámica de la cadena integral que se muestra enseguida.

²⁶ De hecho algunos de los productores exportadores más grandes se encuentran en esta situación. Dos de ellos, propietarios, fueron entrevistados por el suscrito durante la segunda etapa de investigación y, un tercer caso, se dio al entrevistar a la Directora de Exportación del productor reconocido como “el rey del aguacate” de Michoacán.

²⁷ De acuerdo con estadísticas oficiales de la SAGARPA (SIAP) y de la Secretaría de Economía (SIAVI), en 2001, el porcentaje exportado de aguacate *Hass*, con respecto al total producido, fue de 7.8%; en 2002, de 10.7%; en 2003, de 13.7%; en 2004, de 13.8%; y, en 2005 de 22.5%

Gráfico 17 Cadena productiva de producción-comercialización-exportación del aguacate



Fuente: Elaboración propia con base en CONASIPRO cadena productiva, consultado en <http://conapa-ac.com>

Tal como ya se comentó en el Capítulo II, la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A.C. (APEAM) se constituyó en julio de 1997 con el fin de conjuntar los esfuerzos necesarios para poder exportar al mercado de los EEUU²⁸, respetando la normatividad sanitaria impuesta por las autoridades de ambos países. Dieciocho organizaciones exportadoras y siete Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JLSV) fueron sus miembros fundadores (APEAM, 1997)

Desde entonces, la APEAM tiene un papel de primera relevancia en el proceso de exportación a los EEUU. En la siguiente tabla, se observa el importante crecimiento de su actividad gremial para controlar y, al mismo tiempo, promover la exportación hacia ese mercado.

Tabla 31 Evolución de la actividad de APEAM, por ciclo exportador

Concepto	Temporada								
	97-98	98-99	99-00	00-01	01-02	02-03	03-04	04-05	05-06
Productores	60	201	388	578	715	1,033	1,385	2,291	2,337
Huertos	61	252	497	794	995	1,466	2,027	3,317	3,445
Superficie (Ha)	1,499	4,286	6,758	9,862	11,897	16,431	21,598	29,625	31,685
Empacadoras	5	14	12	10	10	14	18	21	25
Volumen (Ton)	6,032	9,768	11,729	10,221	24,478	29,912	42,607	78,498	nd
Embarques	348	562	669	576	1,375	1,683	2,377	4,350	nd

Fuente: Elaboración propia con base en datos de APEAM

Centrando la atención en el proceso de exportación a los EEUU, durante la segunda etapa de la investigación, se pudo comprobar lo que ya se había advertido anteriormente, pero que no se había podido corroborar definitivamente, en el sentido de que sólo los productores debidamente registrados ante la APEAM, para cada ciclo exportador, están realmente autorizados para vender sus frutos en el mercado norteamericano, dentro de la normatividad vigente del mencionado *Programa de Exportación a EEUU*.

De esta forma, la APEAM resulta ser el organismo gremial entre cuyas principales responsabilidades se encuentra la de elaborar la relación detallada de huertos certificados así como de mantener dicha relación permanentemente depurada y actualizada. Al igual que en el caso del padrón de CONAPA, también se trata de información confidencial de uso y distribución restringidas.

Dicha relación incluye el nombre del productor, el nombre del huerto, su superficie, el número de cartilla fitosanitaria así como el de registro ante SAGARPA. La relación de referencia está validada con firmas autógrafas, por parte de la SAGARPA, por el Jefe del Programa de Sanidad Vegetal en Morelia, Michoacán, así como por el Coordinador Operativo de la SAGARPA en el *Programa de Exportación a EEUU* y, por parte del Departamento de Agricultura de los EEUU (USDA, por sus siglas en inglés), por el Coordinador del *Programa de Exportación de Aguacate a los EEUU*, del Servicio de Inspección Sanitaria de Plantas y Animales (APHIS, por sus siglas en inglés)

²⁸ Entre otros aspectos importantes, el hacer frente a los gastos de inspección y certificación de huertos así como la constitución de un fondo para llevar al cabo campañas de promoción en los mercados extranjeros.

Afortunadamente, como resultado de esta segunda etapa de la investigación de campo, se pudo obtener una fotocopia de dicha relación, cuyos resultados resumidos se presentan en la siguiente tabla (APEAM, 2005).

Tabla 32 Huertos certificados dentro del Programa de Exportación de aguacate Hass de México a los Estados Unidos de Norteamérica para el ciclo 15 de octubre 2005 al 15 de abril de 2006, por municipio exportador.

Municipio	Número de huertos	Superficie hectáreas	Número de productores	Superficie promedio de cada huerto hectáreas	Superficie promedio por cada productor hectáreas
Apatzingán	23	197.50	23	8.59	8.59
Ario de Rosales	446	4,433.78	296	9.94	14.98
Nuevo Parangaricutiro	481	3,192.41	304	6.64	10.50
Peribán	230	2,038.35	182	8.86	11.20
Los Reyes	54	222.00	49	4.11	4.53
Salvador Escalante	392	4,176.17	236	10.65	17.70
Tacámbaro	85	1,821.16	64	21.43	28.46
Tancítaro	1,159	10,328.75	783	8.91	13.19
Taretan	14	108.00	8	7.71	13.50
Uruapan	525	4,707.86	363	8.97	12.97
SUBTOTAL	3,409	31,225.98	2,308	9.16	13.53
Acuitzio	19	282.00	13	14.84	21.69
Tingüindín	17	177.50	16	10.44	11.09
TOTAL	3,445	31,685.48	2,337	9.20	13.56

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la APEAM

De esta forma, a pesar de la existencia de casi 10 mil productores –9,942, según CONAPA– en los municipios bajo estudio, sólo 2,308, o sea un 23% del total, son los que realmente estuvieron en posibilidad de exportar al mercado norteamericano durante el ciclo más reciente²⁹ y, por lo tanto, son los únicos que podrían haberse visto directamente beneficiados en sus ingresos, como resultado del auge exportador a dicho mercado.

A fines de 2005, APEAM contaba con 2,308 productores/exportadores autorizados para exportar a los EEUU, cuyos predios se ubicaban en los 10 municipios analizados, y con 21 empacadoras de exportación que constituyen la totalidad de sus asociados³⁰. La lista detallada y actualizada de las 21 empacadoras pertenecientes a APEAM, se muestran a continuación (APEAM, 2006)

²⁹ 15 de octubre de 2005 al 16 de abril de 2006

³⁰ Según fuentes verbales de varias personas entrevistadas, entre otros requisitos vigentes actualmente para ser empacador/exportador asociado, se tiene que cubrir una cuota del orden de \$150 mil dólares; además, para los productores/exportadores, existe una aportación obligatoria de once centavos de dólar por kilogramo exportado.

Tabla 33 Empacadoras exportadoras asociadas a la APEAM para efectos del Programa de Exportación de Aguacate Hass de México a los EEUU

	Persona física	Persona jurídica	Org. rural	Sede	Matriz extranjera	Año inscripción en RFC
Agrifrut, S.A. de C.V.		X		Uruapan		1987
Aguacates Michoacanos, S.A. de C.V.		X		Uruapan	Sunny Avocado, Ltd	1992
Avocado Export Company, S..A. de C.V.		X		Uruapan		1996
Avoperla, S.A. de C.V.		X		Uruapan		1997
Calavo de México, S.A. de C.V.		X		Uruapan	Calavo Growers, Inc	1994
Comercial Agrícola La Viña, S.A. de C.V.		X		Tacambaro		1999
Comercializadora de Frutas Acapulco, S.A. de C.V.		X		Tinguindi		1995
Del Monte Grupo Comercial, S.A. de C.V.		X		Uruapan	Del Monte Foods, Inc.	1993
Empacadora Agroexport, S.A. de C.V.		X		Tancítaro		2002
Empacadora de Aguacates San Lorenzo, .S.A. de C.V.		X		Uruapan		1990
Empacadora San José		X		Tancítaro		
Fresh Directions Mexicana, S.A. de C.V.		X		Uruapan	Fresh Directions International	1997
Frutas Finas de Valles de Michoacán, S.A. de C.V. (Grupo Coliman)		X		Salvador Escalant (Son)		1990
Frutas Finas Gertrudis, S.A. de C.V.		X		Uruapan		1993
Frutícola Velo, S.A. de C.V.		X		Uruapan		1995
Grupo West Pak de México, S.R.L. de C.V.		X		Uruapan	West Pak Avocado Inc.	1995
Mevi		X		Tancítaro		
Mission de México, S.A. de C.V.		X		Uruapan	Mission Produce, Inc.	1986
Nexpan, S.P.R. de R.L.			X	Peribán		2000
Rivas Barragán Jaime Alfonso (Global Frut)	X			Uruapan	Global Export Services	2000
Vifrut, S.A. de C.V.		X		Uruapan		1995

Fuente: elaboración propia con datos del APEAM. Las empacadoras en *itálicas* son de origen norteamericano

Como se aprecia en la tabla anterior, cinco de estas empacadoras exportadoras son de origen norteamericano que, según informaciones verbales de las varias personas entrevistadas, controlan alrededor de un 80% del total exportado a los EEUU. Este hecho se puede explicar en razón del estrecho contacto que guardan esas cinco empresas con el mercado de destino, pudiendo inclusive afirmarse que su presencia y actuación en Michoacán responde a una estrategia de sus respectivas casas matrices (norteamericanas) por tener una sucursal compradora en la principal región productora del mundo –que tiene, además la mejor calidad de fruto– más que a un deseo de contribuir al desarrollo del sector exportador mexicano o, menos aun, al desarrollo de los productores de la región. El indiscutible interés económico en el lucrativo negocio de la exportación de aguacate es, sin duda alguna, su principal motivación.

Si a estas cinco, se suman las dieciséis empacadoras/exportadoras restantes³¹, se tiene el panorama íntegro del selecto elenco de empresas que realmente estaban exportando a los EEUU a fines de 2005.

En conclusión, se puede afirmar que, por lo que toca a las empacadoras-exportadoras, son precisamente estas 21 empresas las que han generado el margen anual que se consigna en el Gráfico 4 y que se retoma en la siguiente tabla para hacer una estimación gruesa del promedio anual de margen generado por cada una, sin poderse determinar con precisión el margen individual en cada caso.

Tabla 34 Margen bruto total y por tonelada, generado por las empresas empacadoras-exportadoras asociadas a APEAM, 2001- 2005

Año	Margen bruto por tonelada (Dólares)	Toneladas de aguacate tipo <i>Hass</i> importadas por los EEUU	Margen bruto total (dólares)	Número de empresas	Promedio de margen bruto total anual por empresa (dólares)
2001	847	6,645	5,628,315	10	562,831
2002	959	26,663	25,569,817	14	1,826,415
2003	920	34,874	32,084,080	18	1,782,449
2004	852	38,658	32,936,616	20	1,646,831
2005	674	134,236	90,475,064	21	4,308,336

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la SAGARPA (SIAP), del Census Bureau (Departamento de Comercio de los EEUU) y de APEAM, 2005

De esta manera, se tiene certidumbre acerca de la magnitud monetaria generada por el reciente auge exportador de aguacate *Hass* a los EEUU en el seno de las 21 empresas empacadoras/exportadoras; la tabla anterior muestra el margen total promedio por cada empresa. Sin embargo, si se considera la información verbal corroborada por todas las personas entrevistadas, se trataría de una concentración mucho mayor de ese ingreso entre las 5 empacadoras de origen norteamericano que cada una habría tenido, en 2005, 14.5 millones de dólares, en números redondos, mientras que las 16 empresas restantes habrían percibido un margen bruto de sólo \$1,131,000 cada una.

Por lo anterior, queda plenamente probado que el auge exportador a los EEUU sí ha tenido un impacto positivo e importante entre las 21 empresas empacadoras, particularmente entre las cinco norteamericanas.

Queda ahora por precisarse el impacto económico generado entre los 2,308 productores autorizados, al 31 de diciembre de 2005, para exportar a ese mercado, cuyos predios se ubican en los diez municipios bajo estudio. Para este propósito, procedamos de lo general a lo particular.

El indicador más grueso acerca de la importante derrama económica generada en Michoacán por la producción y comercialización de aguacate *Hass*, se puede observar en la siguiente tabla.

³¹ que según las informaciones verbales estarían exportando el 20% restante.

Tabla 35 Estimación de los ingresos brutos por hectárea cosechada de productores de aguacate en el Estado de Michoacán (exportadores y no-exportadores) 2001-05

Año	Precios promedio pagados al productor (pesos/kg)	Producción michoacana de aguacate Hass (toneladas)	Ingresos brutos totales (millones de pesos)	Número de productores 2005*	Ingresos brutos promedio por productor 2005* (pesos)	Superficie cosechada en hectáreas 2005	Ingresos brutos promedio por hectárea 2005 (pesos)
2001	7.26	820,224	5,954.8			78,573	75,787
2002	4.29	792,659	3,400.5			78,788	43,160
2003	7.31	800,452	5,851.3			80,896	72,331
2004	7.83	864,069	6,756.7			85,417	79,207
2005	10.37	895,098	9,282.2	13,357	694,929	88,148	105,302

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SAGARPA (SIAP) y de la CONAPA

* no se puede conocer con precisión el número de productores en cada año por lo que tampoco pueden determinarse los ingresos brutos por productor

Como puede advertirse por los datos presentados anteriormente, se puede afirmar que, en promedio, cada productor michoacano de aguacate –exportador o no– obtuvo, en 2005, 695 mil pesos, en números redondos. Por otro lado, cada hectárea cosechada de aguacate generó un ingreso bruto por 105,302 pesos.

No obstante, tal como ya quedó establecido, la verdad es que sólo los 2,308 productores afiliados a APEAM, cuyos huertos estaban en los diez municipios bajo estudio son los que verdaderamente exportaron a los EEUU, en 2005.

Por esta razón, retomando los datos de la tabla anterior y combinándolos con los consignados en la tabla 32, la estimación de los ingresos de estos productores exportadores a los EEUU, quedaría como sigue.

Tabla 36 Estimación de los ingresos brutos de los productores de aguacate asociados a APEAM, en comparación con los no-afiliados, 2005

	Número de productores 2005	Superficie en hectáreas 2005	Ingresos brutos según la superficie en hectáreas 2005 (pesos)	Ingresos promedio por productor 2005 (pesos)
APEAM (10 municipios)	2,308	31,226	3,288,160,252	1,424,679
APEAM (Acuitzio + Tingüindín)	29	459	48,333,618	1,666,676
Los demás	11,020	56,463	5,945,666,826	539,534
Total	13,357	88,148	9,282,160,696	694,929

Fuente: Elaboración propia con base en datos de SAGARPA (SIAP), de CONAPA y de APEAM

Como puede advertirse en los cálculos anteriores, se están empleando cifras promedio en relación a los precios promedio pagados al productor así como a los ingresos generados por cada hectárea. En la realidad, no es aventurado afirmar que, mientras más grande y tecnificado es el cultivo de aguacate, los costos de

producción tienden a abatirse, lográndose economías de escala que se traducen en mayores ingresos. Pero aun así, de acuerdo a los datos de la tabla anterior, se puede afirmar que los productores que exportaron a los EEUU, en 2005, tuvieron mayores ingresos que los que no lo hicieron.

Por todo lo anterior, se constata que sí ha existido un importante impacto económico, tanto entre las empresas empacadoras como entre los productores debidamente autorizados para exportar a EEUU; es decir, los afiliados a APEAM.

Sin embargo, ese impacto no se ha distribuido equitativamente entre todos los participantes. Primero, porque los empacadores tienen márgenes muy rentables y perciben ingresos muchos mayores que los productores, en especial las cinco empresas norteamericanas. Segundo, en razón de que del total de productores (9,942 en los diez municipios) solo 2,308 (23%) estaban debidamente autorizados, en 2005, para realizar envíos de sus aguacates a los EEUU. Tercero, porque aun entre ese selecto grupo, los productores más grandes están en posibilidad de exportar mayores volúmenes y percibir mayores ingresos que los más pequeños.

En este sentido, puede decirse que existe un claro fenómeno de concentración de la riqueza generada por el reciente auge exportador hacia los EEUU.

Sin embargo hay que tener en consideración que este fenómeno de concentración no es exclusivo de México ni del aguacate. En el Informe sobre Desarrollo Humano 2005 de las Naciones Unidas se dice, con respecto a los límites del éxito liderado por las exportaciones guatemaltecas, que:

“existen pruebas de que los pequeños campesinos están siendo expulsados por grandes exportadores vinculados al mercado de los Estados Unidos”
(ONU, 2005, pag. 139)

En el caso de la APEAM, está aconteciendo justamente este tipo de fenómenos. No sólo existe un monopolio *de facto* al concentrar en su seno el 100% de las exportaciones hacia los EEUU sino que, además, ya está incursionando con éxito en los otros mercados de destino del aguacate mexicano como son: Canadá, Japón, la Unión Europea y Centroamérica, en franca y desigual competencia con el resto de las empacadoras no afiliadas a su Asociación.

Afortunadamente, las organizaciones gremiales michoacanas conjuntadas dentro del esquema Sistema Producto parecen tener clara conciencia de las limitaciones a una verdadera posición competitiva internacional del aguacate mexicano así como de los retos que hay que enfrentar para mantener el liderazgo mundial tanto en producción como en exportaciones; liderazgo que tiene sentido en términos de desarrollo socioeconómico sólo si realmente contribuye a generar mayores ingresos para el conjunto de los productores que, a su vez, puedan contribuir a la elevación de sus niveles de bienestar.

De esta forma, a guisa de colofón, para esta parte de la investigación, se formula una inquietante pregunta:

De seguir las cosas como van, ¿serán las empresas norteamericanas las que controlen totalmente, en un futuro cercano, el negocio de exportación del aguacate *Hass* michoacano?

VIII HALLAZGOS Y CONCLUSIONES

1. Dentro de los frutos comestibles del Capítulo 08 del Sistema Armonizado, destacan por su desempeño exportador sobresaliente y alto índice de ventaja comparativa revelada (VCR) doce productos, al nivel de 6 dígitos.
2. Sin embargo, sólo dos de ellos se exportan regularmente a varios mercados: el aguacate y el mango; los otros diez registran un buen desempeño exportador exclusivamente en el mercado de los EEUU, por lo que no pueden calificarse de competitivos al nivel internacional.
3. El aguacate ha tenido, indiscutiblemente, un excelente desempeño exportador en los últimos años en varios países, particularmente en los EEUU como consecuencia de la gradual apertura de ese mercado a partir de 1997.
4. La bonanza exportadora de aguacate ha generado una importante derrama económica en Michoacán, de donde procede la totalidad de las exportaciones hacia los EEUU, debido a que, hasta diciembre de 2005, sólo diez municipios mexicanos, todos ubicados en la mencionada entidad federativa, estaban aprobados conjuntamente por las autoridades fitosanitarias mexicanas y estadounidenses para realizar envíos a ese país.
5. En apariencia, atendiendo a su sobresaliente desempeño exportador, podría decirse que se está en presencia de un producto competitivo pero, de acuerdo al marco conceptual dentro del que se inscribe la presente investigación, ser competitivo implica un impacto positivo en el nivel de bienestar de los individuos involucrados en la cadena de producción-comercialización-exportación, con especial énfasis en los productores. El buen desempeño exportador es una condición necesaria pero no suficiente para ser realmente competitivo.
6. Por otro lado, existen diferentes interpretaciones de lo que el término competitividad significa. A veces se emplea para referirse a un país en su totalidad o a una región específica; otras, para denotar la forma en que una industria en particular de un país determinado destaca al nivel internacional; a veces, simple y llanamente, se refiere a una empresa en lo singular.
7. Ninguna de esas acepciones se ajusta adecuadamente al caso de la competitividad de productos básicos o genéricos que normalmente implican la actividad profesional cotidiana de miles de productores en un país determinado y cuyas vertientes sociales son, justo por esa razón, de particular relevancia para un país como México.
8. Es recomendable, por ello, utilizar otros parámetros, en complemento del buen desempeño exportador, que permitan ahondar en el examen objetivo e

integral de la supuesta competitividad de un producto genérico como el aguacate.

9. En ausencia de una metodología de aceptación generalizada para el análisis integral de productos básicos o genéricos, se estructuró aquí un elenco de 30 parámetros agrupados en cinco grandes criterios objetivos para aplicarlos al caso del aguacate y presentarlos, al mismo tiempo, como una propuesta metodológica para el, hasta ahora soslayado, tema de la determinación de la competitividad de productos genéricos.
10. Al aplicar al caso del aguacate dichos criterios, casi todos ellos sustentados en datos e informaciones fácilmente disponibles, se comprobó que, además del buen desempeño exportador y el alto índice de ventaja comparativa revelada, el aguacate cumple bien con los primeros 27 de los 30 parámetros empleados para determinar la competitividad de un producto genérico.
11. Los últimos tres parámetros que se refieren al impacto positivo del buen desempeño exportador en los niveles de ingresos y bienestar de los productores, es decir, la supuesta dimensión social de la competitividad, son los que constituyeron el punto focal durante la presente investigación para determinar si, en efecto, existe o no tal vínculo entre desempeño exportador, competitividad y mayores ingresos para los productores.
12. Como resultado de la investigación de campo, se constató que las recientes y crecientes oportunidades que ofrece el mercado de los EEUU no se han reflejado en beneficios directos para el conjunto de los productores de Michoacán, sino solamente para los empaques y productores asociados a la APEAM.
13. En efecto, por el lado de las empaques/exportadoras, el total de la exportación hacia los EEUU estaba concentrada en 21 empresas, cinco de las cuales son de capital norteamericano que, a su vez, controlan alrededor del 80% del total. El margen bruto promedio, en 2005, para cada una de las cinco empaques extranjeras se estimó en 14.5 millones de dólares, mientras que para el resto de las 16 empaques mexicanas la cifra correspondiente se situó en 1.1 millones de dólares, en números redondos.
14. Por el lado de los productores, de un total de 13,357 en Michoacán sólo los 2,308 afiliados en APEAM, quienes tienen en promedio una superficie de 13.5 hectáreas cada uno, pudieron exportar a los EEUU en 2005. El resto, que apenas tienen una superficie promedio de 4.3 hectáreas cada uno, no pudieron enviar su fruto a ese mercado.
15. En el primer caso, cada uno de los asociados a APEAM, generaron ventas promedio por un millón 425 mil pesos, en números redondos, en 2005, mientras que los demás sólo alcanzaron ventas por 539 mil pesos; es decir, un poco más de una tercera parte de lo conseguido por los exportadores.

16. A pesar de la evidencia de estos datos objetivos, se juzgó conveniente, realizar una investigación directa entre un grupo de productores de aguacate en los diez municipios exportadores hacia el mercado de los EEUU, para conocer su opinión acerca de su propia situación económica actual, con respecto a la que tenían en el 2000.
17. Para ello, se utilizaron cuestionarios estructurados y, con base en las respuestas obtenidas durante las 63 entrevistas realizadas, los resultados muestran que, con un intervalo de confianza del 95%, la mayoría de los productores entrevistados tiene la opinión de que su situación económica se ha incrementado con respecto al año 2000, manifestando estar mucho mejor o simplemente mejor en un 71% de los casos $\pm 11\%$. En contraste, sólo un pequeño porcentaje ($8\% \pm 6.7\%$) tiene la percepción de encontrarse ahora peor o mucho peor con respecto a 2000. El resto de los entrevistados (11%) perciben que su situación económica ahora es igual o similar a la que tenían hace seis años.
18. En resumen, se puede asegurar que, como resultado de la reciente bonanza exportadora a los EEUU, los 2,308 productores asociados a la APEAM sí han percibido crecientes ingresos por la venta de su producto, aun en mayor medida que el aumento registrado en los valores promedio de importación norteamericana y que, además, en una mayoría significativa, opinan que sí se han incrementado sus niveles de ingreso, con respecto a los que tenían en el 2000.
19. Sin embargo, para el resto de los productores ubicados en los otros municipios michoacanos hasta ahora no autorizados para exportar a los EEUU o quienes, aun estando en un municipio autorizado, no pueden exportar debido a que sus huertos no han sido aprobados fito-sanitariamente, no se han registrado sino impactos indirectos y de cuantía poco importante.
20. Por todo lo anterior, existen suficientes razones para poner en tela de juicio la supuesta competitividad internacional del aguacate mexicano si, tal como se consigna en muchas de las definiciones de competitividad comentadas en el Capítulo I de la presente investigación, competitividad presupone una elevación en los niveles de ingresos y de bienestar de los productores.
21. Por ello, debe rechazarse la hipótesis formulada en el sentido de la existencia de una clara y directa relación entre desarrollo exportador y elevación de los niveles de bienestar de los productores y sus familias en los municipios autorizados para exportar a los EEUU.
22. Empero, sí puede aseverarse que todos los productores que realmente han exportado a ese mercado han registrado un impacto altamente positivo en el nivel de sus ingresos, aunque muy por debajo del que han obtenido las 21

empresas empacadoras/exportadoras, en especial las cinco de origen norteamericano.

23. Concluyendo, se puede afirmar que, en el caso del aguacate de Michoacán, sí se está en presencia de un producto genérico con un desempeño exportador sobresaliente pero cuyos resultados económicos se han concentrado en las empacadoras de APEAM y en una minoría de productores asociados, sin haber alcanzado a impactar a todos los demás, sea porque sus huertos se localizan en municipios todavía no declarados “limpios” o bien porque todavía no son miembros de APEAM. Por ello, muchos de estos productores, hasta ahora excluidos de las corrientes de exportación hacia los Estados Unidos, quedan en franca desventaja frente a los demás.

Referencias

Aguirre Ochoa, Marx y Medina Niño, Rubén, 2006. **La inclusión de los pequeños y medianos productores en el cluster del aguacate en la región de Uruapan, Michoacán, México y sus efectos en el desarrollo rural**, Seminario Internacional Territorios Rurales en Movimiento, Santiago de Chile, abril 23, 2006. Disponible en línea, www.rimisp.org, consultado por última ocasión en junio 29 de 2006.

Arias Segura, Joaquín y Segura Ruiz, Oswaldo, 2003. **Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país**, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) Disponible en línea, www.iica.org, consultado en agosto 30 de 2003.

Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A. C. (APEAM), 1997. **Historia de APEAM**, APEAM Revista Año 1, Número 1, Octubre 1997, Uruapan, Michoacán.

Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A. C. (APEAM), 2005. **Relación de huertas certificadas para participar en el programa de exportación de aguacate a los E.U.A., Ciclo del 15 de octubre de 2005 al 15 de abril de 2006**, fotocopia de archivo impreso de circulación restringida obtenido bajo el compromiso de manejo confidencial de su contenido, Uruapan, Michoacán.

Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, A. C. (APEAM), 2006. **Directorio Empacadores**. Disponible en línea, www.apeamac.com, consultado por última ocasión en Agosto 9, 2006.

Balassa, Bela, 1965. **Trade liberalization and 'revealed' comparative advantage**, *The Manchester School of Economic and Social Studies* 33, pp. 92-123 en Arias y Segura, 2003.

Banco de México (Banxico), 2006. México: **Tipo de cambio real, 1980-2006**. México DF. Disponible en línea, www.banxico.org.mx, consultado por última ocasión en Mayo 02, 2006

Banco Mundial (BM), 2000. **Informe sobre el Desarrollo Mundial 2000/2001. Lucha contra la pobreza**, Washington DC, EEUU. Disponible en línea, www.worldbank.org, consultado por última ocasión en abril 10, 2006.

Banco Mundial (BM), 2005. **Informe sobre el Desarrollo Mundial 2005. Un mejor clima de inversión en beneficio de todos**, Washington DC, EEUU. Disponible en línea, www.worldbank.org, consultado por última ocasión en abril 10, 2006.

Banco Mundial (BM), 2006. **Informe sobre el desarrollo mundial 2006. Equidad y Desarrollo**, Washington DC, EEUU. Disponible en línea, www.worldbank.org, consultado por última ocasión en abril 10, 2006.

Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC (Bancomext), 2005. **Directorio de Exportadores (DIEX), 2005**, México DF

Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC (Bancomext), 2006. **World Trade Atlas (WTA), 2006** México DF. Base de datos acerca del comercio exterior de México, disponible bajo suscripción o en consulta directa en sus oficinas.

Berenson, Mark, L., Levine, David, M. y Krehbiel, Timothy, C., 2000. **Estadística para Administración**, Pearson, Prentice Hall, México DF, 2000.

Brandt Commission, The, 1983. **Common Crisis, North South Cooperation for World Recovery**, MIT Press, Boston, EEUU

Castaingts Teillery, Juan, 2000. **Los Sistemas Comerciales y Monetarios en la Tríada Excluyente. Un punto de vista latinoamericano**, UAM - Plaza y Valdés, SA de CV, México D.F.

Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC), 2004. **Modelo de Competitividad Sistémica**, México DF. Disponible en línea, www.cecicmx.com, consultado por última ocasión en noviembre 30 de 2004.

Centro de Capital Intelectual y Competitividad (CECIC), 2005. **Reporte Global de Competitividad 2005-2006**, México DF. Disponible en línea, www.cecicmx.com, consultado por última ocasión en noviembre 25 de 2005.

Centro de Comercio Internacional, CCI, 2004, (ITC, por sus siglas en inglés). **El CCI en un vistazo**, Ginebra, Suiza. Disponible en línea, www.intracen.org, consultado en enero 10 de 2004.

Centro de Comercio Internacional, CCI, 2006, (ITC, por sus siglas en inglés). **Trade Map y Product Map**, Ginebra, Suiza. Disponible en línea, www.intracen.org, consultado por última ocasión en febrero 13 de 2006.

Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO), 2004. **Logros y Perspectivas**. Presentación visual (no publicada) del Lic. Alejandro Álvarez del Toro, Representante No-Gubernamental del CONASIPRO. Septiembre 2004.

Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO), 2006. **Cadena productiva**. Disponible en línea, <http://conapa-ac.com>, consultado por última ocasión en agosto 4 de 2006

Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo, 2006, (UNCTAD, por sus siglas en inglés). **Países menos adelantados, Least Developed Countries (LDC's)**. Ginebra, Suiza. Disponible en línea, www.unctad.org, consultado por última ocasión en febrero 14 de 2006.

Consejo de Competitividad de los EEUU (CC) *The Council on Competitiveness*, 1986. **About us** Washington DC, EEUU. Disponible en línea, www.compete.org, consultado en octubre 12 de 2004.

Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE), 2006. **Carta del Presidente**. Disponible en línea, www.comce.org.mx, consultado por última ocasión en julio 29, 2006.

Consejo Nacional de Productores de Aguacate, A. C. (CONAPA) 2005. **Padrón de predios y productores**, archivo electrónico de circulación restringida obtenido bajo el compromiso de manejo confidencial de su contenido, Uruapan, Michoacán.

Consejo Nacional de Productores de Aguacate, A. C. (CONAPA) 2006. **¿Qué es?** Disponible en línea <http://conapa-ac.com>, consultado por última ocasión en julio 28, 2006

Davies, Howard y Ellis, Paul, 2000. **Porter's Competitive Advantage of Nations: Time for the final judgement?** Journal of Management Studies 37-8, December 2000, Blackwell Publishers Ltd 2000 Oxford, UK .

Diario Oficial de la Federación (DOF) 1º de abril, 2002. **Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación (TIGIE)**, México DF.

Dong-Sung Cho & Hwy-Chang Moon, 2000. **From Adam Smith to Michael Porter. Evolution of Competitiveness Theory**. Asia-Pacific Business Series Vol. 2. World Scientific Publishing Co. Hackensack, N. Jersey, EEUU

Dussel Peters, Enrique, Coordinador, 2003. **Perspectivas y Retos de la competitividad en México**, Facultad de Economía, UNAM, México DF

Echánove Huacuja, Flavia, 2002. **Del campo a la ciudad de México: el sendero de las frutas y hortalizas**, Universidad Autónoma de Chapingo y Plaza y Valdés SA de CV, México DF.

Echánove Huacuja, Flavia y Steffen, Cristina, 2005. **Globalización y Reestructuración en el Agro Mexicano. Los Pequeños Productores de Cultivos No Tradicionales**, Universidad Autónoma de Chapingo y Plaza y Valdés SA de CV Editores, México DF.

Fondo Monetario Internacional (FMI), 2003 (IMF, por sus siglas en inglés). **La Globalización, Amenaza u Oportunidad**, Washington, DC, EEUU. Disponible en línea, www.imf.org, consultado por última ocasión en noviembre 22 de 2003

Foro Económico Mundial (FEM), 1996, (World Economic Forum, WEF), **The Global Competitiveness Report 1996**, Davos, Suiza, pag. 712, en Garelli, Stéphane 2003

Foro Económico Mundial (FEM), 2005, (World Economic Forum, WEF), **Global Town Hall Report 1996**, 26 de enero de 2005, Davos, Suiza. Disponible en línea, www.weforum.org, consultado en marzo 31 de 2005

Foro Económico Mundial (FEM), 2006, (World Economic Forum, WEF), **The Global Competitiveness Report 2005-2006**, Davos, Suiza. Disponible en línea, www.weforum.org, consultado por última ocasión en febrero 12 de 2006

Garelli, Stéphane, 2003, **Competitiveness of Nations: The Fundamentals**, Lausana, Suiza en IMD World Competitiveness Yearbook 2003, pags. 702-712. Disponible en línea, www01.imd.ch consultado por última ocasión en abril 7 de 2006.

Gobierno Federal de los Estados Unidos Mexicanos (GF), 2001. **Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006**. México DF

Gobierno Federal de los Estados Unidos Mexicanos (GF), 2004. **Cuarto Informe de Ejecución 2004**. México DF. Disponible en línea <http://pnd.presidencia.gob.mx> consultado por última ocasión en febrero 12 de 2006.

Gobierno Federal de los Estados Unidos Mexicanos (GF), 2005. **Los Objetivos de Desarrollo del Milenio en México. Informe de Avance 2005**. México DF. Disponible en línea <http://pnd.presidencia.gob.mx> consultado por última ocasión en febrero 12 de 2006.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P., (2004). **Metodología de la Investigación**, McGraw-Hill Interamericana, México, DF

Hillman, A.L., 1980, **Observations on the relation between 'revealed comparative advantage' and comparative advantage as indicated by pre-trade relative prices**, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 116, No. 2, pp. 315– 321.

Ibarra, David, 2004. **Los laberintos del orden internacional: la importancia de reformas**. Revista de la CEPAL, número 82, abril de 2004, Santiago de Chile, Chile.

Instituto Mexicano para la Competitividad, AC (IMCO), 2004. **Hacia un pacto de competitividad. Situación de la Competitividad de México 2004**, México DF. Disponible en línea, www.imco.org.mx, consultado en noviembre 21 de 2005.

Instituto Mexicano para la Competitividad, AC (IMCO), 2005. **Análisis de la Competitividad en México**, México DF. Disponible en línea, www.imco.org.mx, consultado en noviembre 21 de 2005.

Instituto Mexicano para la Competitividad, AC (IMCO), 2006. **Acerca del IMCO. Quiénes somos**. Disponible en línea, www.imco.org.mx, consultado en marzo 21 de 2006.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), 2000. **XII Censo General de Población y Vivienda 2000**. México, DF. Disponible en línea, www.inegi.gob.mx, consultado en julio 12 de 2006.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), 2004. **Regiones socioeconómicas de México**. México, DF. Disponible en línea, www.inegi.gob.mx, consultado en diciembre 12 de 2005.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), **Boletín de Información Oportuna del Sector Alimentario**, México, DF. Disponible en línea, www.inegi.gob.mx, consultado por última ocasión en marzo 12 de 2006.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), **El Sector Alimentario en México, 2004**, México, DF. Disponible en línea, www.inegi.gob.mx, consultado por última ocasión en noviembre 19 de 2005.

International Institute for Management Development (IMD), 2003. **IMD World Competitiveness Yearbook 2003**, Lausana, Suiza. Disponible en línea, www01.imd.ch, consultado por última ocasión en junio 14 de 2005

International Institute for Management Development (IMD), 2006. **The World Competitiveness Scoreboard**, Lausana, Suiza. Disponible en línea, www01.imd.ch, consultado por última ocasión en abril 4 de 2006.

Kazmier, Leonard, J. (1988). **Theory and Problems of Business Statistics**, Schaum's Outline Series, McGraw-Hill, New York.

Krugman, Paul R. (1987). **Is Free Trade Passé?** *Journal of Economic Perspectives*

Krugman, Paul R., (1994). **Competitiveness: A Dangerous Obsesión**, *Foreign Affairs*, Marzo/Abril 1994

Liesner, H.H., 1958, **The European Common Market and British industry**, *Economic Journal* 68, pp. 302-316.

Miguel Velasco, Andrés E. y Heredia González, Armando, 2004. **Regiones, competitividad y desarrollo en México**, *Problemas del Desarrollo, Revista Latinoamericana de Economía*, V 35 N138, México DF

Morales Troncoso, Carlos, 2000, **Plan de Exportación, Lleve sus productos a todo el mundo**, Prentice Hall Hispanoamericana, México DF

Morales Troncoso, Carlos y Alba Aldave, Cristina, 2005, **Desarrollo exportador y competitividad: el caso del aguacate mexicano**, Ponencia en IX Asamblea General de ALAFEC, La Habana, Cuba, Septiembre de 2005

National Competitiveness Council (NCC, por sus siglas en inglés), 2006. **Annual Competitiveness Report 2006** Dublín, Irlanda. Disponible en línea www.forfass.ie/ncc, consultado en noviembre 25 de 2006.

Nicita, Alessandro, 2004. **Who Benefited from Trade Liberalization in Mexico? Measuring the Effects on Household Welfare**. World Bank Working Paper 3625, Washington, DC, EEUU.

Nicita, Alessandro, 2005. **Multilateral Trade Liberalization and Mexican Households: The Effect of the Doha Development Agenda**. World Bank Working Paper 3707, Washington, DC, EEUU.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), 1992, **Technology and the economy: the key relationships** París, 1992 en Smith, Stephen, **Environmental taxes and competitiveness: an overview of issues, policy options and research needs**, OECD, París, Junio de 2003, pag. 7. Disponible en línea www.oecd.org, consultado por última ocasión en marzo 28 de 2006.

Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2000. **Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU**. Disponible en línea www.un.org/millenniumgoals, consultado en junio 10 de 2004.

Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2005. **Informe sobre Desarrollo Humano 2005. Acerca del índice del desarrollo humano de este año** Disponible en línea <http://hdr.undp.org>, consultado por última ocasión en julio 31 de 2006.

Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2006. **COMTRADE**. Disponible en línea www.un.org/depts/unsd, consultado por última ocasión en abril 24 de 2006.

Organización de las Naciones Unidas, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Oficina del Informe sobre Desarrollo Humano en México, 2004. **Indicadores municipales de desarrollo humano en México**. Disponible en línea <http://saul.nueve.com.mx>, consultado por última ocasión en agosto 2 de 2006.

Organización de las Naciones Unidas, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Oficina del Informe sobre Desarrollo Humano en México, 2006. **Página de Inicio**. Disponible en línea <http://saul.nueve.com.mx>, consultado por última ocasión en noviembre 2 de 2006.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), 2006. **FAOSTAT Agriculture**. Disponible en línea www.fao.org, consultado en febrero 9 de 2006.

Organización Mundial del Comercio (OMC), 2005. **Internacional Trade Statistics 2005**. Disponible en línea www.wto.org, consultado por última ocasión en abril 10, 2006.

Paz, Sánchez Fernando, 2005. **Neoimperialismo y Neoliberalismo**, Contaduría y Administración, No. 216, mayo-agosto 2005, División de Investigación de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, México DF

Porter, Michael E., 1982. **Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia**, Compañía Editorial Continental, SA (CECSA), México.

Porter, Michael E., 1987. **Ventaja Competitiva, Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior**, décimo séptima reimpresión, Compañía Editorial Continental, SA (CECSA), México.

- Porter, Michael E., 1990. ***The Competitive Advantage of Nations***, Free Press, New York.
- Porter, Michael E. 2004. ***The Microeconomic Foundations of Economic Development***, en The Global Competitiveness Report 2004-2005, World Economic Forum, Davos, Suiza Disponible en línea www.weforum.org, consultado por última vez en noviembre 20, 2005.
- Porter, Michael E. y Ketels, Christian, H.M., 2003. ***UK Competitiveness: Moving to the Next Stage***. Department of Trade & Industry (DTI), DTI Economics Paper No. 3, Londres, Reino Unido de la Gran Bretaña.
- Real Academia Española (RAE), 2006. ***Diccionario de la Lengua Española***, vigésima segunda edición. Disponible en línea www.rae.es, consultado febrero 9 de 2006.
- Reinert, Eric S., 1994. ***Competitiveness and its predecessors – a 500-year cross-national perspective***, STEP Group, Oslo Noruega. Disponible en línea www.step.no, consultado en octubre 23 de 2005.
- Salazar-García, Samuel, Zamora-Cuevas, Luis y Vega-López, Ricardo J. 2005. ***Actualización sobre la industria del Aguacate en Michoacán, México*** en California Avocado Society 2004-05 Yearbook 87: 45-54, California, EEUU.
- Scott, L. y Vollrath, T., 1992. ***Global competitive advantages and overall bilateral complementary in agriculture***, *USDA/IRS Statistical Bulletin*, N 850 en Arias Segura, Joaquín y Segura Ruiz, Oswaldo, 2003.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), 2001. ***Ley de Desarrollo Rural Sustentable (LDRS)***. Diario Oficial de la Federación, 7 de diciembre de 2001. México D.F.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), 2002. ***Censo de Cultivos Perennes***. Disponible en línea www.procampo.gob.mx/censos.html, consultado por última vez en julio 27, 2006
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), 2004. Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, México DF. ***Financiamiento a los Sistema Productivo***. Disponible en línea www.sagarpa.gob.mx, consultado por última vez en mayo 10 de 2005.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), 2006. Subsecretaría de Fomento a los Agronegocios, México DF. ***Fomento a los agronegocios***. Disponible en línea www.sagarpa.gob.mx, consultado por última vez en abril 10 de 2006.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), 2003. ***Medición del Desarrollo, México 2000-2002***. México, DF. Disponible en línea www.sedesol.gob.mx, consultado en febrero 13, 2005.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), 2005. ***Medición de la Pobreza 2002-2004***. Comité Técnico para la Medición de la Pobreza en México. Junio 14, 2005. Disponible en línea www.sedesol.gob.mx, consultado en marzo 02, 2006.
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), 2006. ***Estrategia de Microrregiones***. Página de la Dirección General de Análisis e Información. Disponible en línea www.microrregiones.gob.mx, consultado por última ocasión en julio 20, 2006.
- Secretaría de Economía (SE), 2004. ***Política Económica para la Competitividad***, México DF. Disponible en línea www.economia.gob.mx, consultado por última vez en abril 10, 2006.

Simón Domínguez, Nadima y Rueda Peiro, Isabel, 2002. **Globalización y Competitividad. La industria siderúrgica en México**, FCA, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM y Miguel Angel Porrúa, FCA-IIIEC-UNAM, México.

Slim, Carlos, 2005. **Acuerdo Nacional para la Unidad**, Chapultepec, México DF. Publicado en línea por el Diario de Yucatán, edición electrónica, www.yucatan.mx consultado en octubre 10 de 2005.

Torres Torres, Felipe, Coordinador, 1997. **Dinámica Económica de la Industria Alimentaria y Patrón de Consumo en México**, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México DF.

United States International Trade Commission (USITC), 2006. **Harmonized Tariff Schedule of the United States**. Washington DC. Disponible en línea, www.usitc.gov, consultado por última vez en abril 10 de 2006.

Waldheim, Kurt et al., 1976. **Justice Economique Internationale**, Gallimard, París, Francia

Vollrath, Thomas, (1991), **A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage**, *Weltwirtschaftliches Archiv*, pp. 264-280 en Arias Segura, Joaquín y Segura Ruiz, Oswaldo, 2003.

Anexo 1

Parámetros empleados para determinar la posible competitividad de un producto genérico de un país en particular

A continuación, se presenta una propuesta comentada de los principales criterios para discernir, de manera más objetiva e integral, si se está en presencia de un producto genérico competitivo de interés para un país en particular¹.

Criterios relativos al desempeño exportador del producto

Lo primero que tiene que determinarse es si el desempeño exportador del producto en cuestión es sobresaliente, con relación al de otros productos similares del país examinado, así como al nivel global. Para lograr dicha determinación normalmente se utilizan fuentes tanto domésticas como internacionales y se proponen los siguientes pasos:

1. Identificación de los principales productos exportados por el país bajo examen, cuando menos al nivel de seis dígitos del Sistema Armonizado, dentro del Capítulo que corresponda al producto en cuestión.
2. Medición de la participación relativa de cada uno de ellos en el total del Capítulo y examen del comportamiento de su comercio exterior en los últimos años (se recomiendan cinco, cuando menos)
3. Determinación del Índice de ventaja comparativa revelada (VCR) de cada uno de ellos.
4. Identificación de los principales países de destino de la exportación de los productos estudiados; a mayor diversificación de mercados, se presume mejor desempeño exportador.
5. Cálculo de los valores promedio de exportación por país de destino, en los últimos años, cinco al menos.
6. Penetración en cada uno de los países identificados en el lapso recomendado.
7. Definición del lugar que ocupa cada producto en la exportación mundial.
8. Identificación de los principales países importadores (se recomienda utilizar los primeros diez) y determinación de la participación relativa de cada uno de los productos en el total de las importaciones mundiales de dichos países importadores.²
9. Como consecuencia de todo lo anterior, selección de los productos que tengan el mejor comportamiento en todos los parámetros y que pueden, por

¹ Antecedentes de esta propuesta se encuentran en Morales, 2000 y Morales, Alba, 2005

² Para facilitar el tipo de análisis propuesto en los puntos 7, 8 y 9, algunas herramientas estadísticas actualmente disponibles son, entre otras, las siguientes: *Product Maps* y *Trade Maps* del CCI de las Naciones Unidas y CAN y MAGIC, ambas diseñadas por la CEPAL

ello, ser justamente denominados como de desempeño exportador sobresaliente.

Crterios tendientes a identificar la posicin que ocupa el pas bajo estudio en el panorama mundial del producto de inters

En segundo trmino, es indispensable tener una clara idea de la posicin que ocupa el pas productor/exportador al nivel global, en referencia al producto con desempeo exportador sobresaliente que se desea estudiar. Para ello, casi siempre se emplean fuentes de carcter internacional y se propone realizar las siguientes determinaciones:

10. Participacin en la produccin mundial para verificar la posicin que se ocupa en trminos de superficie sembrada, por ejemplo, y de volumen fsico de produccin.
11. Tendencias de la produccin domstica frente a la mundial, en un horizonte de cinco aos cuando menos.
12. Participacin en la exportacin mundial, en trminos de volumen, determinando el crecimiento registrado en los ltimos aos (diez, cuando menos) y estimando las tendencias mundiales y domsticas.
13. Nivel de productividad y aspectos de tecnologa. Mientras ms alta sea la productividad, ms oportunidad tienen los productores de poder ofrecer precios atractivos y/o obtener mayores mrgenes de utilidad. Un indicador de productividad puede ser, por ejemplo, el rendimiento promedio por hectrea que debera situarse por encima del promedio mundial, particularmente, con respecto al de los principales pas competidores. Para lograr esto, casi siempre es necesario que el pas cuente con centros de investigacin y desarrollo aplicados especficamente al producto en cuestin o que, cuando menos, adquiera y utilice los desarrollos tecnolgicos ms recientes en relacin al producto bajo estudio.

Crterios relativos a la situacin prevaleciente en el mercado del producto estudiado en el pas productor/exportador

Tambin es muy recomendable tener un claro entendimiento de la forma en que se desenvuelven los principales indicadores del mercado domstico; a partir de fuentes de informacin domsticas, se propone:

14. Anlisis del comportamiento de la produccin y la exportacin, determinando el consumo aparente, cuando menos en los ltimos cinco aos.
15. Identificacin de los principales tipos de mercados existentes en el pas en cuestin.
16. Descripcin y examen de la cadena productiva del producto bajo estudio, tratando de determinar si, adems de la venta del producto genrico como

tal, se están llevando al cabo, o cuando menos se contemplan en el corto plazo, proyectos de mayor procesamiento del producto que contribuyan a incrementar su valor agregado

17. Comportamiento de los precios domésticos en cada uno de los eslabones de la cadena, incluyendo la referencia a los precios de exportación.
18. Descripción de la organización gremial, tratando de ubicar la posible existencia de organizaciones que coadyuven a la elevación de la competitividad internacional del producto bajo estudio.
19. Identificación de las principales empresas exportadoras y examen de su naturaleza, en términos de la participación directa de los productores en los procesos de comercialización internacional.

Criterios relativos al desempeño exportador en cada uno de los mercados específicos que se desee analizar

Muy frecuentemente, además de los parámetros hasta aquí propuestos, es recomendable analizar con mayor detalle un mercado extranjero en particular para observar el desempeño exportador del producto genérico bajo estudio en dicho mercado; si es éste el caso, se recomienda lo siguiente, empleando las fuentes del país extranjero en cuestión.

20. Estimación del consumo aparente, tanto nacional como por habitante.
21. Clasificación arancelaria específica y detallada del producto en cuestión en el país estudiado.
22. Análisis de las importaciones totales y por país proveedor de cada una de las fracciones correspondientes al producto genérico estudiado.
23. Identificación de los principales países competidores.
24. Determinación del nivel de derechos de importación y otras barreras arancelarias impuestas al país bajo estudio, frente a las impuestas a sus principales competidores
25. Determinación de la existencia de posibles barreras no-arancelarias vigentes para cada uno de los principales países abastecedores.
26. Valores promedio de importación por país de origen (se recomienda una serie de cuando menos cinco años)
27. Estimación del costo de los fletes y seguros de cada uno de los principales países abastecedores.

Criterios relativos al impacto positivo del buen desempeño exportador en los niveles de ingresos y bienestar de los productores

Todos los criterios anteriores son importantes pero, sin lugar a dudas, el criterio definitivo que permitirá calificar de verdaderamente competitivo a un producto, con un desempeño exportador sobresaliente, es el impacto positivo que dicho desempeño consiga tener en los niveles de ingreso de los productores y su posible repercusión en la elevación de sus niveles de bienestar. Por ello, los

parámetros propuestos son los siguientes, tomando en consideración que los dos primeros pueden determinarse a partir de fuentes estadísticas existentes y el tercero sólo como resultado de una investigación directa entre los propios productores:

28. Participación directa de los productores en los procesos de exportación y en la generación de ventas al extranjero así como en los márgenes generados por las mismas.
29. En caso de una participación indirecta, cuando actúan sólo como proveedores de los exportadores, estimación de los márgenes brutos de utilidad de los productores frente a los correspondientes a los exportadores.
30. Percepción de los productores acerca de su propio nivel de ingresos y su posible repercusión en sus niveles de bienestar.

Anexo 2

Cálculos detallados del índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR)

Capítulo, Partida y Subpartida	Exp totales mundiales 2004	Imp totales mundiales 2004	Exp totales México 2004	Imp totales México 2004	Exp totales resto mundo 2004	Imp totales resto mundo 2004	Exp México Sub partida	Exp mundiales Sub partida	Exp México resto bienes	Exp mundial Subpartida menos México	Exp mundial otros productos menos México	VCR Exp	Imp México Sub partida	Imp mundo Sub partida
Cocos, nueces del Brasil y nueces de cajú, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados														
	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,5	234,7	189.199	234,2	8.963.565	-2,26	0,2	203,4
080119	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	1,4	75,8	189.199	74,4	8.963.724	-0,09	0,0	80,3
080121	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	16,6	189.200	16,6	8.963.783	-5,86	0,0	10,8
080122	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	91,8	189.200	91,8	8.963.708	-7,57	0,0	110,0
080131	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,8	387,9	189.199	387,1	8.963.412	-2,38	0,0	420,0
080132	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	1.206,0	189.200	1.206,0	8.962.594	-7,05	1,9	1.164,2
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	2,7	2.012,8	1.135.197	2.010,1	53.780.787	-2,74	2,2	1.988,7
Los demás frutos de cáscara, frescos o secos, incluso sin cáscara o mondados														
080211	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,4	255,0	189.200	254,6	8.963.545	-2,69	0,0	164,8
080212	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,5	1.604,4	189.200	1.603,9	8.962.196	-4,31	25,5	1.753,1
080221	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	54,8	189.200	54,8	8.963.745	-7,05	0,2	58,7
080222	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	958,6	189.200	958,6	8.962.841	-8,82	1,4	824,5
080231	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	84,1	253,9	189.116	169,8	8.963.546	3,16	44,1	220,7
080232	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	50,9	432,5	189.149	381,6	8.963.368	1,84	5,1	388,9
080240	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	213,2	189.200	213,2	8.963.587	-8,41	0,2	222,5
080250	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	858,6	189.200	858,6	8.962.941	-7,86	2,5	809,0
080290	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	4,2	684,7	189.196	680,5	8.963.115	-1,22	4,2	855,5
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	140,1	5.315,7	1.702.660	5.175,6	80.668.884	0,25	83,2	5.297,7
Bananas o plátanos, frescos o secos														
080300	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	21,3	6.351,8	189.179	6.330,5	8.957.448	-1,84	0,0	7.927,0
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	21,3	6.351,8	189.179	6.330,5	8.957.448	-1,84	0,0	7.927,0
Dátiles, higos, piñas, aguacates, guayabas, mangos y mangostanes														
080410	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	2,5	333,1	189.198	330,6	8.963.467	-1,04	0,4	346,2
080420	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	1,6	188,9	189.198	187,3	8.963.611	-0,89	3,1	197,6
080430	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	10,8	1.286,0	189.189	1.275,2	8.962.514	-0,92	0,4	1.370,4
080440	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	219,0	624,9	188.981	405,9	8.963.175	3,24	0,3	707,9
080450	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	146,3	731,3	189.054	585,0	8.963.069	2,47	1,8	768,3
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	380,1	3.164,2	945.620	2.784,1	44.815.836	1,87	6,0	3.390,4
Agrios, frescos o secos														
080510	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	3,4	2.814,5	189.197	2.811,1	8.960.986	-2,87	4,7	3.242,1
080520	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	1,8	2.168,9	189.198	2.167,1	8.961.631	-3,22	0,8	2.235,7
080540	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	6,3	618,7	189.194	612,4	8.963.181	-0,73	1,0	753,4
080550	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	187,5	1.098,8	189.013	911,3	8.962.701	2,28	0,4	1.247,5
080590	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	37,1	189.200	37,1	8.963.763	-4,02	0,0	30,1
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	199,0	6.738,0	945.801	6.539,0	44.812.262	0,37	7,0	7.508,8
Uvas, frescas o secas														
080610	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	108,6	3.308,0	189.091	3.199,4	8.960.492	0,48	93,3	4.057,4
080620	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	3,3	793,0	189.197	789,7	8.963.007	-1,63	13,5	832,7
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	111,9	4.101,0	378.288	3.989,1	17.923.499	0,28	106,9	4.890,1
Melones, sandías y papayas, frescos														

080711	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	159,1	598,8	189.041	439,7	8.963.201	2,84	0,6	544,9
080719	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	62,1	934,7	189.138	872,6	8.962.865	1,22	5,7	1.090,1
080720	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	74,4	210,8	189.126	136,4	8.963.589	3,25	0,0	228,6
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	295,6	1.744,3	567.304	1.448,7	26.889.656	2,27	6,3	1.863,6
Manzanas, peras y membrillos, frescos														
080810	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,2	3.825,0	189.200	3.824,8	8.959.975	-5,89	136,9	4.340,6
080820	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	1.377,0	189.200	1.377,0	8.962.423	-6,69	67,6	1.511,5
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,3	5.202,0	378.400	5.201,7	17.922.398	-6,05	204,5	5.852,1
Albaricoques, cerezas, melocotones, ciruelas y endrinas, frescos														
080910	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	216,3	189.200	216,3	8.963.584	-8,43	3,3	222,4
080920	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	569,4	189.200	569,4	8.963.231	-9,39	2,0	631,7
080930	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,7	1.166,1	189.199	1.165,4	8.962.634	-3,57	29,2	1.277,6
080940	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	412,2	189.200	412,2	8.963.388	-5,64	11,1	504,4
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,7	2.364,0	756.799	2.363,3	35.852.836	-4,23	45,7	2.636,1
Los demás frutos frescos														
081010	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	74,3	1.206,4	189.126	1.132,1	8.962.594	1,13	14,4	1.209,7
081020	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	36,3	221,4	189.164	185,1	8.963.579	2,23	0,2	263,2
081030	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	38,7	189.200	38,7	8.963.761	-6,71	0,0	34,8
081040	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,3	275,9	189.200	275,6	8.963.524	-3,08	0,1	303,7
081050	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	1.106,0	189.200	1.106,0	8.962.694	-10,06	8,6	1.490,4
081090	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	5,4	882,5	189.195	877,1	8.962.918	-1,24	1,0	1.006,1
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	116,3	3.730,9	1.135.084	3.614,6	53.779.069	0,42	24,3	4.307,9
Frutos sin cocer o cocidos con agua o al vapor, congelados, incluso con adición de azúcar o de otros edulcorantes														
081110	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	44,4	406,6	189.156	362,2	8.963.393	1,76	2,5	457,6
081120	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	2,3	418,4	189.198	416,1	8.963.382	-1,32	1,2	418,0
081190	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	17,5	882,9	189.183	865,4	8.962.917	-0,04	4,8	953,6
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	64,2	1.707,9	567.536	1.643,7	26.889.692	0,62	8,5	1.829,2
Frutos conservados provisionalmente, pero impropios para la alimentación en tal estado														
081210	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	45,7	189.200	45,7	8.963.754	-6,87	0,4	48,1
081290	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	102,5	189.200	102,5	8.963.698	-3,94	0,1	105,8
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	148,2	378.400	148,2	17.927.452	-4,29	0,4	153,9
Frutos secos, mezclas de frutos secos o de frutos de cáscara														
081310	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	254,3	189.200	254,3	8.963.546	-6,98	1,1	249,0
081320	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,1	331,3	189.200	331,2	8.963.469	-4,28	14,8	299,0
081330	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	69,3	189.200	69,3	8.963.731	-3,76	2,1	78,7
081340	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,9	240,8	189.199	239,9	8.963.559	-1,68	3,4	258,1
081350	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	0,0	163,5	189.200	163,5	8.963.637	-4,71	3,1	137,2
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	1,1	1.059,2	945.999	1.058,1	44.817.941	-3,00	24,5	1.022,0
Cortezas de agrios, de melones o de sandías, frescas, congeladas o presentadas en agua salada o sulfurosa														
081400	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	4,4	38,1	189.196	33,7	8.963.762	1,83	4,3	34,7
Subtotal	9.153.000	9.495.000	189.200	197.303	8.963.800	9.297.697	4,4	38,1	189.196	33,7	8.963.762	1,83	4,3	34,7

Imp México resto bienes	Imp mundial Sub partida menos México	Imp mundial otros bienes menos México	VCR Imp	Índice VCR
----------------------------	--	---	---------	---------------

197.303	203,2	9.297.494	-2,96	0,70
197.303	80,3	9.297.617	-7,44	7,36
197.303	10,8	9.297.686	-5,43	-0,42
197.303	110,0	9.297.587	-4,09	-3,48
197.303	420,0	9.297.277	-9,10	6,71
197.301	1.162,3	9.296.533	-2,55	-4,51
1.183.816	1.986,5	55.784.193	-2,95	0,21

197.303	164,8	9.297.532	-4,73	2,04
197.277	1.727,6	9.295.944	-0,36	-3,94
197.303	58,5	9.297.638	-1,68	-5,37
197.302	823,1	9.296.873	-2,54	-6,27
197.259	176,6	9.297.476	2,47	0,69
197.298	383,8	9.297.308	-0,48	2,32
197.303	222,3	9.297.475	-3,00	-5,41
197.301	806,5	9.296.888	-1,93	-5,93
197.299	851,3	9.296.842	-1,46	0,24
1.775.644	5.214,5	83.673.975	-0,28	0,53

197.303	7.927,0	9.289.770	-9,55	7,71
197.303	7.927,0	9.289.770	-9,55	7,71

197.303	345,8	9.297.351	-3,04	1,99
197.300	194,5	9.297.499	-0,30	-0,60
197.303	1.370,0	9.296.327	-4,19	3,27
197.303	707,6	9.296.989	-3,94	7,18
197.301	766,5	9.296.929	-2,18	4,65
986.509	3.384,4	46.485.095	-2,48	4,35

197.298	3.237,4	9.294.455	-2,68	-0,19
197.302	2.234,9	9.295.461	-4,04	0,81
197.302	752,4	9.296.944	-2,78	2,06
197.303	1.247,1	9.296.450	-4,11	6,39
197.303	30,1	9.297.667	-4,38	0,36
986.508	7.501,8	46.480.976	-3,13	3,49

197.210	3.964,1	9.293.640	0,10	0,37
197.289	819,2	9.296.864	-0,25	-1,38
394.499	4.783,2	18.590.504	0,05	0,23

197.302	544,3	9.297.152	-2,96	5,80
197.297	1.084,4	9.296.607	-1,39	2,61
197.303	228,6	9.297.468	-8,49	11,74
591.903	1.857,3	27.891.227	-1,83	4,10

197.166	4.203,7	9.293.356	0,43	-6,32
197.235	1.443,9	9.296.186	0,79	-7,49
394.401	5.647,6	18.589.542	0,53	-6,58

197.300	219,1	9.297.475	-0,35	-8,08
197.301	629,7	9.297.065	-1,88	-7,52
197.274	1.248,4	9.296.419	0,10	-3,66
197.292	493,3	9.297.193	0,06	-5,69
789.166	2.590,4	37.188.152	-0,19	-4,04

197.289	1.195,3	9.296.487	-0,57	1,70
197.303	263,0	9.297.434	-3,38	5,61
197.303	34,8	9.297.662	-6,60	-0,10
197.303	303,6	9.297.393	-4,20	1,11
197.294	1.481,8	9.296.207	-1,29	-8,76
197.302	1.005,1	9.296.691	-3,05	1,82
1.183.794	4.283,6	55.781.874	-1,32	1,74

197.300	455,1	9.297.239	-1,34	3,10
197.302	416,8	9.297.279	-2,02	0,70
197.298	948,8	9.296.743	-1,43	1,39
591.900	1.820,7	27.891.262	-1,51	2,13

197.303	47,7	9.297.649	-1,06	-5,81
197.303	105,7	9.297.591	-3,39	-0,56
394.606	153,5	18.595.240	-2,03	-2,25

197.302	248,0	9.297.448	-1,61	-5,37
197.288	284,2	9.297.398	0,90	-5,18
197.301	76,6	9.297.618	0,28	-4,04
197.300	254,7	9.297.439	-0,47	-1,21
197.300	134,1	9.297.560	0,10	-4,81
986.490	997,5	46.487.463	0,15	-3,15

197.299	30,4	9.297.662	1,90	-0,08
197.299	30,4	9.297.662	1,90	-0,08

Anexo 3

Cuestionario utilizado durante la primer etapa de la investigación de campo

1. Identificación geográfica	2. Control
Entidad Federativa _____	Cuest. N° _____
Municipio o delegación _____	Hogar N° _____
Clave de AGEB (1-7) _____	Hog.vivienda _____
Localidad _____	Tot.cuest.viv. _____
Manzana _____	

3. Dirección de la vivienda

Calle, avenida, callejón, carretera, camino

N° exterior N° interior colonia, fraccionamiento, barrio, unidad habitacional

4. Clase de vivienda	5. Datos de los responsables
Casa independiente	1 Entrevistador (a)
Departamento en edificio	2 _____
Vivienda o cuarto en vecindad	3 _____
Vivienda o cuarto en azotea	4 Supervisor (a)
Local no construido para habitación	5 _____
Vivienda móvil	6 _____
Refugio	7 Fecha _____

6. Resultado de supervisión
Correcto _____
Verificar _____

I. Características de la vivienda					
1. DISPONIBILIDAD DE AGUA		2. ELECTRICIDAD		3. DRENAJE	
¿En esta vivienda tienen...		¿Hay luz eléctrica en esta vivienda?		¿Esta vivienda tiene drenaje o dasagüe de aguas sucias	
<i>(Lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código)</i>		<i>(Circule un solo código)</i>		<i>(Lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código)</i>	
Agua entubada dentro de la vivienda?	1			A la red pública?	1
Agua entubada fuera de la vivienda, pero dentro del terreno?	2	Sí	1	A una fosa séptica?	2
Agua entubada de llave pública o hitrante?	3	No	2	A una tubería que va a dar a un río, lago o grieta?	3
Agua entubada que acarrean de otra vivienda?	4			A una tubería que va a dar a un río, lago o mar?	4
Agua de pipa?	5			¿No se tiene drenaje?	5
Agua de pozo, río, lago, arroyo u otra?	6				

4. PISOS		5. PAREDES		6. TECHOS	
¿De qué material es la mayor parte del piso de esta vivienda?		¿De qué material es la mayor parte de las paredes o muros de esta vivienda?		¿De qué material es la mayor parte del techo de esta vivienda?	
Tierra	1	Material de desecho	1	Material de desecho	1
Cemento firme	2	Lámina de cartón	2	Lámina de cartón	2
Madera, mosaico u otros recubrimientos	3	Lámina de asbesto o metálica	3	Lámina de asbesto o metálica	3
		Carrizo, bambú o palma	4	Palma, tejamanil o madera	4
		Embarro o bajareque	5	Teja	5
		Madera	6	Losa de concreto, tabique, ladrillo o terrado con viguería	6
		Adobe	7		
		Tabique, ladrillo, block, piedra, cantera, cemento o concreto	8		

7. Nº DE CUARTOS		8. SERVICIO SANITARIO		8ª. USO EXCLUSIVO	
¿Cuántos cuartos se usan para dormir sin contar pasillos?		¿Esta vivienda tiene:		¿Este servicio lo usan solamente las personas de esta vivienda?	
() anote con número		Excusado o sanitario?		<i>(Circule un solo código)</i>	
		Retrete o fosa?		Sí	1
		Letrina?		No	2
		Hoyo negro o pozo ciego?			
Sin contar pasillos ni baños ¿cuántos cuartos tienen en total en esta vivienda?, cuente la cocina		<i>(Lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código)</i>			
() anote con número		Sí	1		
		No	2		

9.COMBUSTIBLE		10. BIENES EN LA VIVIENDA			
¿El combustible que más usan para cocinar es:		<i>(Lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código)</i>			
<i>(Lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código)</i>				Sí	No
gas?	1	radio o radiograbadora?		1	2
leña?	2	televisión?		1	2
carbón?	3	videocasetera?		1	2
petróleo?	4	licuadora?		1	2
electricidad?	5	refrigerador?		1	2
		lavadora?		1	2
		teléfono?		1	2
		calentador de agua?		1	2
		automóvil o camioneta propios?		1	2
		computadora?		1	2

II. Residentes, hogares y lista de personas	
1. NÚMERO DE PERSONAS:	
	¿Cuántas personas viven normalmente en esta vivienda contando a los niños y ancianos? (cuente también a los sirvientes)
	()
	anote con número

2.GASTO COMÚN:	
	¿Todas las personas que viven en esta vivienda comparten el mismo gasto para la comida?
	(circule un solo código)
	Sí 1 (pase 4: número de personas)
	No 2

3.NÚMERO DE HOGARES	Entonces ¿Cuántos hogares o grupos de personas tienen gasto separado para la comida?
	(circule un solo código)
	()
	anote con número

CUANDO EN LA VIVIENDA EXISTA MÁS DE UN HOGAR O GRUPO DE PERSONAS, APLIQUE UN CUESTIONARIO PARA CADA HOGAR APARTIR DE LA LISTA DE PERSONAS

4.Lista de personas en el hogar
Por favor dígame el nombre de las personas que viven en su hogar, empezando por el jefe o jefa; déme también el nombre de los niños chiquitos y los ancianos (incluya a los sirvientes que duermen aquí)
PERSONA 1 _____
PERSONA 2 _____
PERSONA 3 _____
PERSONA 4 _____
PERSONA 5 _____
PERSONA 6 _____
PERSONA 7 _____

SI EN EL HOGAR HAY MÁS DE 7 PERSONAS, UTILICE OTRO CUESTIONARIO Y CONTINÚE CON LA LISTA
 Copie el nombre de las personas en los espacios destinados para ellos en la sección III y haga las preguntas anotando el nombre de cada una de las personas

III. Características de las personas
Ahora le voy a preguntar por (nombre de la persona 1) _____
Anote el nombre de la persona

1.Parentesco	2. Sexo	3. Edad
¿Qué es (nombre) del jefe(a) del hogar?	¿(Nombre) es hombre o mujer?	¿Cuántos años cumplidos tiene (nombre)
Si es el jefe (a) sólo confirme y circule un solo código	Circule un solo código	Menor de un año anote '000'
Jefe(a) 1		() () ()
Esposo(a) o compañero(a) 2	Hombre 1	anote con número
Hijo(a) 3	Mujer 2	
Otro (anote parentesco)		

4. Lugar de nacimiento		5. Derechohabiencia	
¿En qué estado de la República o en que país nació? (NOMBRE)		¿Tiene (NOMBRE) derecho a servicio médico en:	
Aquí, en este estado	1	<i>lea todas las opciones y circule las respuestas afirmativas</i>	
En otro estado _____ <i>anote el estado</i>		el seguro social IMSS?	1
		el ISSSTE?	2
En otro país _____ <i>anote el país</i>		PEMEX, Defensa o Marina?	3
		Otra institución _____	4
		Entonces, no tiene derecho a servicio médico?	5

PARA PERSONAS DE 5 AÑOS CUMPLIDOS O MÁS

6. Alfabetismo		7. Escolaridad	
¿(NOMBRE) Sabe leer y escribir?		¿Hasta que año o grado aprobó (NOMBRE) en la escuela?	
<i>circule un solo código</i>		<i>Anote con número el último grado y circule el código de nivel</i>	
Sí	1		Grado
No	2	Ninguno	Nivel
		Preescolar o Kinder	0
		Primaria	1
¿(NOMBRE) actualmente va a la escuela?			2
Sí	1	Secundaria	3
No	2	Preparatoria o bachillerato	4
		Normal	5
		Carrera técnica o comercial	6
		Profesional	7
		Maestría o Doctorado	8

8. Antecedente escolar		9. Nombre de la carrera	
¿Para entrar a la carrera (normal, técnica, comercial o profesional) qué estudios le pidieron como requisito?		¿Cuál es el nombre de la carrera (normal, técnica, comercial, profesional, maestría o doctorado)?	
<i>circule un solo código</i>		<i>anote la carrera</i>	
Primaria terminada	1		
Secundaria terminada	2	10. Condición de actividad	
Preparatoria terminada	3	¿La semana pasada (NOMBRE): lea las opciones hasta obtener una respuesta afirmativa y circule un solo código	
		Trabajó?	1
		Tenía trabajo, pero no trabajó?	2
		Buscó trabajo?	3
		Es estudiante?	4
		Se dedica a los quehaceres de su hogar?	5
		Es jubilado(a) o pensionado(a)	6
		Está incapacitado(a) permanentemente para trabajar?	7
		No trabaja?	8

1. Los aguacates que usted produce son vendidos primordialmente	
Para la exportación	1
Para el consumo nacional	2
Para el consumo	3

En caso de exportación		¿lo hace?	
2. ¿A dónde?		Directo	Indirecto
Estados Unidos	1	1	1
Europa	2	2	2
Japón	3	3	3
Latinoamérica	4	4	4
Canadá	5	5	5
Otros (específica)	6	6	6

COMPARACIONES DE NIVELES DE BIENESTAR

1. Pensando en su situación económica en el año 2000, consideraría usted que ahora, en el 2006 es:	
Mucho mejor	5
Mejor	4
Igual o similar	3
Peor	2
Mucho peor	1
No sabe o no contesta	0

2. En caso de contestar peor o mucho peor, preguntar:	
De las siguientes elemento que es lo que lo hace pensar que estar peor o mucho peor	
Falta de créditos	1
No ha podido cambiar de auto	2
No ha podido salir de vacaciones	3
No ha podido hacer mejoras a su casa	4
Se han elevado sus gastos	5
Baja productividad del cultivo	6
Plagas y enfermedades en los aguacates	7
Robos	8
Demasiados intermediarios	9
Otras (específica)	10

Anexo 4

Lista de personas entrevistadas y/o consultadas durante la segunda etapa de la investigación de campo.

Nombre	Institución/empresa	Cargo
Lic. Jesús Alejandro Álvarez del Toro	Comité Nacional Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO)	Representante No-Gubernamental y Presidente
Adolfo A. del Ángel Vázquez	Comité Nacional Sistema Producto Aguacate (CONASIPRO)	Coordinador
Mauricio A. González García	Integradora de Productores de Aguacate de Michoacán, México, SA de CV (IPAMIM) (no afiliada a APEAM)	Coordinador de exportaciones
Alejandro Maldonado Martínez	Comercializadora de Frutas Acapulco, SA de CV (no afiliada a APEAM)	Jefe del Programa a EEUU
Rigoberto Lemus Murillo	Agroexport (socio APEAM)	Gerente General
Benjamín Grayeb y Marcos Scheidt	Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán, AC (APEAM)	Presidente y Director General
Ing. Agustín del Río Sandoval	Junta Local de Sanidad Vegetal de Salvador Escalante	Presidente
Sebastián Peña	SAGARPA, México DF	Subdirector
Lic. Raúl Ángel Fernández Pérez	Secretaría de Relaciones Exteriores	Director de Promoción Económica para América del Norte
CP Martín Sánchez	Herrera-Sánchez, Despacho de Contadores (firma que lleva la contabilidad de APEAM)	Socio y Director del Despacho
José Ma. Flores González	Frutas Finas de Tancítaro y Empacadora San José (socio APEAM)	Propietario y Director General
Ing. Miguel Ángel Hernández López	Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP)	Jefe de Operaciones
José Luis Gallardo Anguiano	Comité Estatal de Sanidad Vegetal	Presidente
LCI Rosangel Ruíz Pardo	Empacadora de Aguacates San Lorenzo SA de CV (socio APEAM)	Gerente de Comercio Exterior
Jorge Viveros Flores	Junta Local de Sanidad Vegetal de Tancítaro	Secretario
Ing. Gerardo González Aranda	Del Monte Grupo Comercial, SA de CV (socio APEAM)	Ingeniero de Campo
CP Erika Pérez Mendoza	Avopak (socio APEAM)	Contadora
Rito Mendoza	CONAPA	Presidente

Fuente: Elaboración propia

Anexo 5

Ejemplo de una hoja seleccionada al azar del padrón de productores de CONAPA

Municipio: PERIBÁN

EJIDO	LOCALIDAD	ASNMM	SUP REG HA	PREDIO	LOTE	NOMBRE DEL PRODUCTOR		SUP MED HA
PP PERIBAN	HUNGUEN	1971	8,00	CI0314169-21	2	PATRICIA	MORA VILLANUEVA	6,249
PP PERIBAN	HUNGUEN	1876	2,00	CI0314169-21	3	PATRICIA	MORA VILLANUEVA	0,555
PP PERIBAN	PERIBAN	1822	7,19	CI0316313-14	1	PATRICIA	MORA VILLANUEVA	7,194
PP PERIBAN	PERIBAN	1685	1,50	CI0311156-18	1	OCTAVIANO	MORA ZAMORA	1,296
SAN FRANCISCO CA	SAN FRANCISCO PERIBAN	1827	4,00	CI03P06154-85	1	JORGE	MORALES CEJA	3,003
SAN FRANCISCO CA	SAN FRANCISCO PERIBAN	1879	1,50	CI03P07669-26	1	JOSE	MORALES CEJA	1,648
PP PERIBAN	PERIBAN	1832	2,08	CI0316248-61	1	GABINO	MORALES CERVANTES	1,908
PP PERIBAN	PERIBAN	1851	4,63	CI0318155-62	1	RAFAEL	MORALES CERVANTES	4,629
PP PERIBAN	PERIBAN	2119	5,86	CI0316459-74	1	IGNACIO	MORALES GARCIA	5,857
SAN FRANCISCO CA	SAN FRANCISCO PERIBAN	1628	2,00	CI0320780-15	1	ALICIA	MORALES GONZALEZ	1,368
SAN FRANCISCO CA	SAN FRANCISCO PERIBAN	1616	1,50	CI0320780-15	2	ALICIA	MORALES GONZALEZ	1,599
PP PERIBAN	SAN FRANCISCO PERIBAN	1625	0,99	CI0318168-25	1	ROBERTO	MORALES GONZALEZ	1,000
PP PERIBAN	EL CHUANITO	1977	6,67	CI0316303-81	1	MARIA DOLORES	MORALES MENDEZ	6,667
PP PERIBAN	PERIBAN	1840	1,00	CI0316361-28	1	MANUEL	MORALES MORALES	0,998
COPETIRO	COPETIRO	1604	2,28	CI0318482-42	1	SALVADOR	MORALES NUÑEZ	2,282
COPETIRO	COPETIRO	1658	0,69	CI0318485-47	1	SALVADOR	MORALES NUÑEZ	0,690
PP PERIBAN	SAN FRANCISCO PERIBAN	1569	3,00	CI0320764-43	1	EMIGDIO	MORALES ROSALES	2,885
SAN FRANCISCO	SAN FRANCISCO PERIBAN	1841	2,00	CI03P05065-71	1	JESUS	MORALES ROSALES	2,365
PP PERIBAN	SAN FRANCISCO PERIBAN	1572	3,50	CI0320746-24	1	MARIA CONCEPCION	MORALES ROSALES	2,196
PP PERIBAN	SN FCO PERIBAN	1583	3,00	CI03P07688-31	1	MARIA TRINIDAD	MORALES ROSALES	2,276
PP PERIBAN	SN FCO PERIBAN	1578	1,00	CI03P07688-31	2	MARIA TRINIDAD	MORALES ROSALES	1,000
SAN FRANCISCO CA	SN FCO PERIBAN	1759	2,50	CI03P07814-77	1	MARIA TRINIDAD	MORALES ROSALES	3,092
PP PERIBAN	COPETIRO	1689	5,50	CI0318481-43	1	ALEJANDRA MAGDALENA	MORELOS ALCAZAR	8,864
PP PERIBAN	COPETIRO	1752	5,74	CI0318481-43	2	ALEJANDRA MAGDALENA	MORELOS ALCAZAR	5,735
PP PERIBAN	COPETIRO	1727	7,47	CI0318480-44	1	ALEJANDRA MAGDALENA	MORELOS ALCAZAR	7,454
COPETIRO	COPETIRO	1684	1,63	CI0318479-76	1	ALEJANDRA MAGDALENA	MORELOS ALCAZAR	1,637
COPETIRO	COPETIRO	1671	8,48	CI0318479-76	2	ALEJANDRA MAGDALENA	MORELOS ALCAZAR	8,429
PP PERIBAN	PERIBAN	1835	4,00	CI03P06316-18	1	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	4,131
PP PERIBAN	PARAMBEN	1804	10,00	CI03P06128-87	1	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	12,195
PP PERIBAN	PARAMBEN	1898	4,00	CI03P06128-87	2	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	2,332
PP PERIBAN	PERIBAN	1629	1,88	CI03P06256-45	1	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	3,494
PP PERIBAN	PERIBAN	1614	15,00	CI03P06315-15	1	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	14,636
PP PERIBAN	PERIBAN	1602	2,00	CI03P06314-16	1	CARLOS ALBERTO	MORELOS BLANCO	0,996
PP PERIBAN	PERIBAN	1619	2,00	CI03P07916-22	1	GILBERTO	MORELOS ESQUIVEL	4,805
PP PERIBAN	PERIBAN	1684	10,00	CI03P07912-26	1	GILBERTO	MORELOS ESQUIVEL	10,376