



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**“EL TLCUEM. UNA OPORTUNIDAD DE FOMENTO A LAS
EXPORTACIONES DE MÉXICO: EL CASO DEL AGUACATE”**

T E S I N A

P A R A O B T E N E R T I T U L O D E :

LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A :

CAROLINA CASTILLO OLVERA

DIRECTOR: DR. ANTONIO SANCHEZ BUGARIN

MEXICO, D.F

2009



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

- ❖ Deseo expresar mi agradecimiento a la Universidad Nacional Autónoma de México por la formación académica brindada, la cual coadyuvó a la culminación de este logro profesional.
- ❖ Mi más profundo agradecimiento y dedicación por su amor, enseñanza, comprensión, inspiración y apoyo incondicionales a mis Padres Yolanda y Roberto, hermanas Gabriela e Irasema, y Sebastián mi sobrino, sin ustedes ésto no hubiera sido posible.
- ❖ A mi Director de Tesina, Dr. Antonio Sánchez B. por su valiosa colaboración, estimación y siempre sabio consejo, fundamentales para la conclusión de este proyecto.
- ❖ Asimismo a mis sinodales, Dr. Ignacio Martínez, Mtra. Beatriz Pérez, Mtro. Javier Pacheco y el Lic. Javier Zarco por sus apreciables aportaciones, las cuales definitivamente hicieron de éste un mejor trabajo.
- ❖ Con inmensurable cariño a mis amigos, quienes con su entusiasmo y amistad me motivaron a concluir una meta más.
- ❖ Desde luego y finalmente a Dios por la vida tan maravillosa que tengo.

Carolina Castillo

EL TLCUEM. UNA OPORTUNIDAD DE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES DE MÉXICO: EL CASO DEL AGUACATE

INDICE

	página
Introducción	I
1. EL TLCUEM y la relación comercial con México	
1.1 El TLCUEM: Objetivos	3
1.2 Mercado Europeo: Impacto del TLCUEM en la economía nacional	22
1.2.1 La relación comercial entre México y la UE fortalecida por el TLCUEM	29
1.2.2 El TLCUEM en las exportaciones mexicanas	36
2. México: Importancia y características en materia de exportación	
2.1 El papel de México en el comercio	42
2.1.1 Producción nacional	47
2.1.2. Las exportaciones mexicanas: algunos ejemplos	50
2.1.3 La producción nacional de productos agroalimentarios	61
2.2 Productos que se exportan a la Unión Europea	63
3. Estudio de caso: Exportación del aguacate a la Unión Europea	
3.1 El aguacate	73
3.1.1 Definición y características del aguacate mexicano	74
3.1.1.1 Beneficios en el consumo del aguacate	77
3.1.1.2 Épocas de cosecha	78
3.1.2 Variedades	79
3.1.3 Situación nacional del aguacate: Volumen de producción y consumo, Principales estados productores y exportadores	82
3.1.4 Características, requisitos y normatividad para la exportación de aguacate a la UE	99
3.1.5 Documentos y trámites para la exportación de aguacate a la UE	105
3.1.6 Fracción arancelaria y restricciones de la UE al comercio de importación del aguacate	109
3.1.7 Transporte y embalaje	111
3.1.8 Los retos tecnológicos que enfrentan las empresas mexicanas para la adecuada exportación del aguacate	118
3.2 El aguacate en la Unión Europea	122
3.2.1 Ubicación y características del mercado meta	126
3.2.2 Perfil del europeo en el consumo de productos agroalimentarios	129
3.2.3 Países importadores, consumidores del producto	132
3.2.4 Las oportunidades del aguacate en la UE	134
3.2.5 Diez razones para exportar aguacate al mercado europeo	135
3.2.6 Fortalezas y debilidades para impulsar la exportación de aguacate a la UE	136

3.2.7 Análisis y selección de los cinco mercados europeos como mercados meta:	137
a) Francia	
b) Reino Unido	
c) Holanda	
d) Alemania	
e) España	
3.2.8 Apoyos gubernamentales para la exportación del aguacate	145
3.3 Situación actual del aguacate mexicano y el TLCUEM	147
3.3.1 Beneficios que ha aportado el TLCUEM a México en el mercado del aguacate	148
3.3.2 Situación actual de los negocios con la UE	150
3.3.3 Resultados esperados	153
3.3.4 Retos de las empresas mexicanas para la exportación de aguacate	154
Conclusiones	156
Recomendaciones	159
Fuentes de información	162

INTRODUCCION

La dinámica actual de la economía global hace que los países realicen entre ellos acuerdos comerciales y formen el llamado “bloque económico”, entendiéndose por éste: agrupamiento de varios países de una región que tiene como objetivo promover modelos de vinculación económica y entendimiento, orientados a impulsar el desarrollo, la integración económica y la liberación comercial. México tiene firmados varios de estos tratados y acuerdos, entre ellos, el Tratado de Libre Comercio de la Unión Europea y México.

Uno de los procesos que impulsan la economía internacional, propios de estos tratados económicos, son las exportaciones e importaciones de productos. En Europa la demanda de frutas tropicales está siempre en continuo crecimiento. Por su parte, México produce gran variedad de estas frutas gracias a la bondad de su clima tropical.

El aguacate, considerado como fruta, se cultiva con gran logro en nuestro país. Por ello, dada la relación comercial con la Unión Europea (UE), y la dinámica propia de las exportaciones que abren a la economía nacional múltiples posibilidades de crecer y fortalecerse, en este trabajo de investigación analizaremos la exportación de aguacate mexicano a la UE, según los parámetros del TLCUEM, a fin de observar su dinámica de crecimiento en la producción nacional y lo que significa, en términos de inversión y desarrollo, su exportación a la UE.

Además de fortalecer la relación comercial entre México y la UE, estimula la captación de nuevos flujos de inversión extranjera directa, otorgando a empresarios nacionales al mismo tiempo bajo un marco seguro de inversión, un acceso preferencial a productos del mercado mexicano y toda una serie de ventajas comparativas que incrementan el atractivo del país.

Los problemas de aislamiento y estancamiento económico serían mayores y más graves de no hacerlo así, de este modo se estimula el crecimiento del sector exportador y permitir que los países del bloque que conforman la Unión europea importen una gama de insumos y bienes de capital a precios competitivos.

Al sentar estas bases de análisis, se estructurará la demanda de consumo de los productos agroalimentarios importados por la UE conociendo al mismo tiempo el perfil del europeo que nos servirá para evaluar específicamente los alcances para el acceso a este mercado y las posibilidades de éxito del posicionamiento del aguacate mexicano a la UE.

Ejemplo de ello y materia de ésta investigación es el Acuerdo Global de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y al Unión Europea, que entró en vigor en julio del 2000¹ como plataforma de integración de la gran esfera de las transacciones económicas principalmente, aunque sus fines se encuentran en la interpretación de los eventos actuales en los campos del desarrollo, la economía, escenarios sociales, influencias culturales y políticas, las propuestas teóricas de la globalización subrayan estas tendencias al sistema de comunicación mundial.

México tiene varios socios comerciales, el principal es Estados Unidos. Su segundo socio comercial más importante es la Unión Europea² y, por lo tanto, representa su segunda fuente de inversión, con la cual incrementará y fortalecerá sus relaciones económicas y comerciales a través de la eliminación de desventajas de acceso a los mercados que enfrentan los exportadores de ambas partes, equilibrando sus condiciones de competencia con otros socios comerciales. Además, a México le permitirá no sólo diversificar el mercado de sus productos, sino también ampliar la oferta disponible de bienes y servicios.

De los países exportadores a la UE, México se ubica en el número 25, representando el 1.1% del total de las importaciones hechas por la UE. Por su parte, para México las exportaciones hechas a la UE, representan el 5.4% del total de sus exportaciones, después del 85.2% que significan las hechas por medio del TLCAN, con Estados Unidos y Canadá, y del 6.4% que significan las hechas a América Latina y el Caribe.

¹ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Diario Oficial de la Federación, Segunda Sección 26 de junio 2000, pág 1.

² K. Karen, Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea, <http://www.monografias.com/trabajos7/tral/tral.shtml>. Página consultada el 29 de agosto del 2006.

El TLCUEM, que entró en vigor el 1 de julio de 2000, ha significado un intercambio comercial mucho mayor entre México y la UE. Desde su inicio, las exportaciones de México hacia la UE crecieron en 209%, período 2000-2007³. El sector de mayor exportación ha sido el de la “maquinaria y equipo eléctrico”, que representa el 25%. Por el contrario, el sector que representa el menor porcentaje de exportación es el de los “productos agroalimentarios” con el 5%, del cual forma parte el aguacate, a la par de “otros productos” que también representan el 5% como instrumentos y aparatos de óptica y fotografía y productos químicos orgánicos.

México ocupa el primer lugar en la producción de aguacate a nivel mundial con el 23% de la producción total.⁴ Al año produce 900 mil toneladas, de las cuales Michoacán produce 83%, Nayarit 3%, Morelos 2%, Estado de México 2%, Puebla 2% y otros (7%). De la producción nacional exporta el 20% a sus mercados más fuertes: a EEUU exporta 130 mil toneladas, a Japón 30 mil toneladas, a la Unión Europea 15 mil toneladas, a Canadá y Centro América 13 mil toneladas. Por su parte, en el consumo nacional destacan los estados de Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, Michoacán, Estado de México y Distrito Federal.

En el ámbito mundial, la demanda de productos agroalimentarios ha aumentado en los últimos años debido a la elevación progresiva y general de los ingresos de los consumidores, a la multiplicación del tipo de productos consumidos y elevación de la calidad de los mismos, a la diversificación de los lugares de consumo y a los cambios en la forma de preparación de los alimentos. El aguacate entra en este grupo de productos demandados por la novedad que significa para gran parte del mercado europeo, sus características nutricionales pero, sobre todo, por su excelente calidad.

De la UE, los países con mayor importación de aguacate son: Francia, Alemania,

³ Información obtenida a partir de las estadísticas de Bancomext y Eurostat.

⁴ Ramírez, Didier. “Por apertura estadounidense, aumentará 10% exportación de aguacate”, *Comercio Exterior*, Enero 8 - 21 de 2007, p. 21, [Versión electrónica página consultada el 02 de septiembre del 2008].

Inglaterra y España.⁵

OBJETIVOS

Dentro de los objetivos que se han planteado para ésta investigación se señalan los siguientes:

- a) Analizar de qué manera, el TLCUEM, es la opción que permite a los empresarios nacionales invertir en proyectos de exportación para el desarrollo económico.
- b) Identificar nuevas oportunidades de negocio y nuevos mercados de destino de los productos mexicanos, especialmente el aguacate, en el continente europeo, al ubicar y conocer el mercado importador.
- c) Describir las características que tiene el mercado de la UE, que lo hace factible a la exportación de aguacate y dejar una puerta abierta a otros productos agroalimentarios.
- d) Estudiar los mecanismos, desarrollos e implicaciones que dicho proceso de exportación supone para México y la manera en que el país responde a ellos.
- e) Estudiar y conocer los modelos y planes de exportación para este producto.

Preguntas de investigación

Entre otras, las preguntas de investigación que se elaboraron son:

1. ¿Cuáles fueron los objetivos para la entrada de México al TLCUEM?
2. ¿Se han cumplido los propósitos de la suscripción de México al TLCUEM?

5

http://www.ecoportel.net/contenido/temas_especiales/economia/mexico_y_la_union_europe
a página consultada el 04 de septiembre del 2008.

3. ¿Cuáles son los objetivos del TLCUEM para que sea el camino efectivo para la apertura de nuevos mercados para los productos mexicanos?
4. ¿Cuáles han sido las ventajas o desventajas que ha traído la firma del TLCUEM?
5. ¿Cuál es la importancia de las exportaciones de México hacia la UE?
6. ¿Cuál es la relación que tiene actualmente México y la UE en materia comercial específicamente de la importación de productos agroalimentarios nacionales?
7. ¿Qué representa la exportación de aguacate a la UE y qué países lo consumen?
8. ¿Qué importancia tiene para la economía nacional el cultivo de productos agroalimentarios, especialmente el aguacate?
9. ¿Existe apoyo al campo y a los productores de aguacate para incrementar sus producciones y por ende satisfacer las necesidades del mercado europeo?
10. ¿Qué cuidados y exigencias requiere la producción de aguacate para que cumpla con las normas establecidas por la Legislación Alimentaria en la UE?
11. ¿Cuáles son los países que podrían demandar mayor importación de aguacate mexicano y por qué?
12. ¿Cuál es el comportamiento de consumo de productos agroalimentarios en la UE, y qué rol tiene el aguacate en la dieta de los europeos?
13. ¿Qué Estados y sectores de la población mexicana se beneficiarían al aumentarse la producción y exportación de aguacate a la UE?

Hipótesis

Tres son las hipótesis con las que se trabajó en esta Tesina:

A mayor apertura del mercado europeo al aguacate mexicano, mayores ingresos y posibilidades de desarrollo del campo y de los productores mexicanos del producto.

A raíz de la firma del TLCUEM, México ha logrado incrementar sus exportaciones de diversos productos a la UE, en particular del aguacate mexicano.

Con la suscripción del TLCUEM, México abre una posibilidad más para la colocación de productos mexicanos en otra zona geográfica del mundo que había sido poco explorada.

Método de Investigación

En la presente investigación se utilizó el método deductivo ya que partimos de lo general a lo particular, el planteamiento se llevo a cabo utilizando el razonamiento lógico partiendo de verdades previamente establecidas que fueron planteadas a través de las preguntas de investigación, y de hipótesis básicas, constituidas como principios generales.

Asimismo, inicialmente estudiaremos qué es el TLCUEM y concluiremos con un caso de estudio: la exportación del aguacate mexicano a la Unión Europea.

Dicho método facilitó el empleo del análisis estadístico, lo que permitió establecer las estrategias para llegar a los mercados meta ya que con los resultados obtenidos se pudo identificar que la exportación del producto al mercado meta es factible, por las ventajas en sus preferencias de consumo.

La técnica de investigación empleada es documental, la cual consiste en utilizar documentos de toda índole y particularmente para esta tesina, me apoye en información bibliográfica, hemerográfica y ciberográfica, entre otras.

En cuanto a la teoría utilizada para el desarrollo de esta investigación es la Teoría Liberal ya que enfatiza en la importancia del poder de las relaciones del Estado y la sociedad, configuradas por las instituciones domésticas, por la interdependencia económica y por las ideas de aprovisionamiento de bienes públicos nacionales, políticos y socioeconómicos⁶; además de que asocia el propósito social a la simetría y relativa

⁶ <http://www.princeton.edu/~amoravcs/library/preferences.pdf> página consultada 23 septiembre 2008

intensidad de las preferencias estatales, basado en las teorías de oferta y negociación.

Es la de unidad del cambio internacional ya que proporciona acercamientos liberales a la política internacional. Las suposiciones filosóficas comparten que el liberalismo comercial mantiene a las economías del mercado capitalista, desarrollan el libre comercio, explica el por qué las empresas buscan beneficios para fundamentar el comercio internacional. Es importante que consideren los exportadores del producto el significado que tiene los costes más bajos ya que constituye un estímulo para comerciar, estos costes preferentemente deben de permanecer constantes, sea cual sea el nivel de producción, de este modo los remitentes pueden eficientar sus modos de comercialización del producto, ampliar el consumo, en consecuencia sus ingresos y mejorar el nivel de vida.

Para finalizar esta base teórica con observaciones de carácter empírico y soportado por argumentos económicos, los cuales tienden a ser generales en sus reglas, ya que las empresas son las que decidirán la variedad de producto a introducir y los mercados a los que desean entrar, estableciendo sus propias estrategias y planes de comercialización.

En el capítulo 1 se pretendió analizar la situación de México en los últimos siete años conforme a la oportunidad brindada por el Acuerdo de Asociación Económica TLCUEM, cómo se fortalece la economía en un crecimiento bilateral, dichas negociaciones se pueden concretar más fácilmente en materia de política económica y de política exterior, ampliando el mercado de comercialización sin tender a la dependencia económica con los EUA, por tanto el TLCUEM abre la posibilidad de enfrentar el desafío de exportar a la Unión Europea, algunos de los objetivos mas importantes es el de crear espacio comercial en un contexto de integración multinacional a través del establecimiento de una zona de libre comercio para la apertura de oportunidades externas de desarrollo, eliminar las barreras del comercio, fomentar el desarrollo de intercambio de bienes y servicios, etc, apoyándose con diversas medidas de cooperación aduanera, medidas de normalización, sanitarias, fitosanitarias, entre otras.

Todo esto se ha visto reflejado favorablemente con implicaciones entre las que destaca la integración de nuevos miembros ya que se empezaron con 15 socios y actualmente son 27 países, con las mejoras y perspectivas que va ofreciendo a los empresarios mexicanos es importante que aprovechen los beneficios y explorar los nuevos mercados, con sus tendencias y posibilidades para lograr exportaciones efectivas.

Posteriormente en el capítulo 2 se estudió el papel de México en el ámbito económico internacional, pues se coloca entre las diez primeras economías más grandes del mundo, siendo así uno de los principales exportadores del mundo, ya que la economía mexicana y sus políticas de comercio exterior, tienen como objetivo ser competitivos en sus exportaciones.

Para que todo esto se diera fue necesario que México formara parte de los tratados internacionales si no quería estar estancado y tomar perspectivas comerciales muy apegadas a la de los enfoques de los sistemas mundiales para una mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial y sus transacciones comerciales.

Son muchos los productos demandados principalmente por la UE, entre los que destacan la exportación de frutas frescas, animales vivos, productos de caza y pesca, productos del sector automotriz, muebles, textiles, material eléctrico, electrónico, calzado, regalos, entre otros, subrayando los siguientes países como los principales destinos; Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Los Países Bajos, Bélgica, España, Portugal, Austria entre otros.

Por último, aprovechando todo este contexto ofrecido por el TLCUEM con los beneficios arancelarios y apertura de mercados, es como se presenta en el tercer capítulo, el estudio del caso de la exportación del aguacate a la Unión Europea ya que México es un país líder en su producción a nivel mundial, en el ámbito de exportación representa el 23% del mercado internacional y aprovechando actualmente la apertura casi total del mercado estadounidense los productores y exportadores mexicanos tienen la perspectiva de enfrentar nuevos retos comerciales, principalmente desean conquistar a los europeos con la presentación del aguacate Hass y Fuerte.

Los beneficios obtenidos por el TLCUEM es que se han eliminado prácticamente las barreras de entrada a frutas y hortalizas, aunque muchas de estas mercancías importadas entran a los diferentes canales de comercialización de uno de los países del bloque europeo y sólo son utilizados como destinos en tránsito hacia otro destino.

Por otro lado en lo que se refiere a los documentos y trámites de exportación en el caso específico de exportación hasta el momento no existe ningún tipo de restricción fitosanitaria de su ingreso a los mercados europeos, las exigencias son principalmente en

cuanto a calidad, empaque, estado de maduración y peso, sin olvidar las exigencias normales de documentación y trámites correspondientes al presentar la factura comercial, lista de empaque, pedimentos de exportación, certificado de calidad, documento de embarque, certificado de origen, etc.

Las oportunidades del aguacate en la Unión Europea se perfilan hacia los siguientes cinco mercados meta: Francia, Reino Unido, Holanda, Alemania y España. Por tanto, hacer negocios con la Unión Europea ha dado como resultado un mercado de oportunidades para los empresarios mexicanos: Hoy en día la Unión Europea representa un mercado de gran importancia para muchas empresas competitivas quienes tienen el objetivo de internacionalizar sus productos:

- Abre vastos mercados para las empresas de todos los países.
- Difunde la tecnología y las innovaciones por el mundo entero.
- Empuja a cada nación a conseguir niveles de productividad más altos.
- Con el proceso de apertura, México esta desarrollando empresas exportadoras.

Es importante señalar y precisar, que este es mi primer acercamiento formal al tema de investigación que presento como Tesina, del cual he descubierto que existen otras formas de verlo y métodos para abordarlo, las cuales trataré en futuras investigaciones.

CAPÍTULO 1

EL TLCUEM y la relación comercial con México

El libre comercio ha contribuido al crecimiento económico y al desarrollo de la Unión Europea¹, por ello, no resulta extraño el fortalecimiento de las relaciones con otras instituciones financieras o comerciales multilaterales cuya compatibilidad en conceptos y estrategias es amplia y cuyas acciones son complementarias en el nivel bilateral, birregional, enfocándonos a la relación comercial entre los países europeos con México, y por último multilateral.

Para corroborar lo anterior, por lo menos en el caso de México, no hay más que observar los resultados del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) para saber qué sucede cuando se instrumentan acuerdos internacionales de esa naturaleza. El mismo discurso oficial europeo, a nivel bilateral, da cuenta de los problemas que padece el continente americano en general (la distribución de la riqueza, la balanza de pagos, la deuda externa, la vulnerabilidad ante catástrofes naturales, entre otros) y prevé las situaciones que significarán importantes barreras al desarrollo de México y limitantes para atraer al comercio y la inversión europeos: tráfico de drogas, altos niveles de inseguridad –tanto en la capital como en las principales ciudades, sobre todo, a lo largo de la frontera con Estados Unidos-², fracasos en aplicar la justicia a los criminales, la desvinculación económica y social de las comunidades, el distanciamiento entre regiones y grupos sociales que ha tendido a crecer, el continuo éxodo rural y la pobreza de la mayoría de la población.

Sin embargo, no se pone en tela de juicio la colaboración ni los avances que se han dado en el marco del diálogo político. Aunque éste se ha profundizado en las relaciones de la UE con México, la cooperación económica toma un lugar preponderante, pues abre el camino hacia la consolidación de los objetivos de la apertura en el comercio y el fomento a las inversiones, que se plantean en los tratados y acuerdos económicos.

Previo a la entrada en vigor del TLCAN, de conformidad con las cifras de la organización Mundial de Comercio (OMC), México era considerado como la octava potencia comercial del mundo y la primera en América Latina, debido a que en los últimos 10 años su comercio exterior había crecido a un ritmo acelerado, superior al de cualquier otra nación en el mundo

¹ Sanahuja, José Antonio, “México y la Unión Europea, ¿Hacia un nuevo modelo de relación?”, <http://www.ucm.es/infolice/mexico.htm>, página consultada el 20 de abril 2006.

² *Ibidem*

(a una tasa promedio anual del 31.8 % con respecto del 8.5 % que se da a escala mundial), convirtiéndose de esta manera a las exportaciones en el motor fundamental del crecimiento y la generación de empleos en el país.³

Por su parte, la Unión Europea es considerada la primera potencia comercial del mundo, ya que por sí sola concentra aproximadamente la quinta parte del comercio mundial, pues cuenta con un mercado potencial de 497.198.740 de habitantes y un Producto Interno Bruto de 18 millones 493.009 en el 2008, ocupando el 1er lugar a nivel mundial.⁴

En 1999 inició su unificación monetaria con el establecimiento del EURO como medio de pago y de reserva internacional, lo que ha consolidado aún más su unión económica.

Estos datos nos permiten entender por qué luego de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) el 1º de enero de 1994, la Unión Europea pretendió establecer relaciones comerciales privilegiadas con México con el objeto de mantener una posición estratégica dentro esta zona de libre comercio; no obstante, esta decisión se postergó por el temor de Francia de poner en riesgo la "Política Agrícola Común Europea" (PAC). Con todo, entre noviembre de 1998 y noviembre de 1999 se concluyeron las discusiones sobre el contenido fundamental del primer acuerdo comercial entre la Unión Europea (conformada por 15 países para entonces) y un país de América Latina para crear una zona de libre comercio, dando lugar así al Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea (TLCUEM).⁵

Los europeos esperan que dicho acuerdo comercial les permita recuperar su posición dentro del intercambio de bienes y servicios con México y poder concurrir en igualdad de condiciones con Estados Unidos y Canadá. Mientras que la posición mexicana se basa en la atracción de más fuentes de inversión y apertura de mercados. Con este acuerdo México otorga a la Unión Europea un régimen preferencial en un plazo más corto que a otros socios comerciales, pues todos los productos industriales están exentos de derechos de aduana a

³ Gómez, R. Arnulfo, Las relaciones económicas de México con la UE en *Comercio Exterior*, Banco Nacional de Comercio Exterior, Vol. 49, No. 11, noviembre de 1999, México, Banco de datos de INEGI. p. 137.

⁴ <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/01/weodata/weorept.aspx?sy=2006&ey=2013&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&pr1.x=93&pr1.y=7&c=998&s=NGDPD%2CPPPGDP&grp=1&a=1>, página consultada el 21 de febrero 2009.

⁵ <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=436>, página consultada el 15 de marzo de 2006.

partir del año 2007, después de agotar cuatro etapas de liberalización progresiva, donde los productos sensibles del sector agropecuario reciben un trato especial (cereales, productos derivados de la leche y la carne de bovino).⁶

Para conocer más a fondo el TLCUEM es conveniente hacer un breve recorrido histórico que nos muestre las motivaciones y contextos tanto de la Unión Europea como de México.

1.1 El TLCUEM: Objetivos

El acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea, mejor conocido como “Acuerdo Global” entró en vigor desde el 26 de junio del 2000⁷. Su parte principal, el Tratado de Libre Comercio (TLCUEM) es el segundo en importancia para México, sólo después del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Este acuerdo fue anunciado por el gobierno de México como una oportunidad para diversificar las exportaciones y atraer inversiones productivas para la generación de empleos⁸.

En la formalización de un Tratado Internacional, como el que nos ocupa, es claro que su objetivo es el Crecimiento Económico Bilateral, entre otros aspectos es el esfuerzo en términos de normatividad, regulación y desregulación, adaptación a normas y legislaciones internacionales, modernización de procedimientos y diversificación de relaciones comerciales. México se ha visto afectado por el Gran Dragón de Oriente ya que su principal fuente de ingresos en materia de exportación son en el Sector de Servicios: la manufactura textil, por lo que resulta interesante el estudio del conjunto de todos estos fenómenos económicos, sus ventajas y sus desventajas, es decir si el hecho de que han incrementado las relaciones comerciales con la UE ha ayudado a México a recuperar las pérdidas por el efecto China. Se evidencia entonces a la UE como uno de los proveedores que han implementado nuevos programas de acción en el ámbito de negociación internacional como lo cita el Autor Víctor Manuel Godínez.⁹

⁶ Gómez, R. Arnulfo. *Op. Cit.* pág. 200.

⁷ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Diario Oficial de la Federación, 26 de junio 2000.

⁸ Título I. Naturaleza y ámbito de aplicación. Artículo 1. Fundamento del acuerdo y Artículo 2. Naturaleza y ámbito de aplicación.

⁹ Godínez Zúñiga, Víctor Manuel “Tejiendo Lazos entre Territorios”, Edit. Litografía Garín, S.A.

Las negociaciones iniciaron unos dos años antes de concretarse, en ese entonces México buscaba diversificar sus relaciones con el exterior y los países de Europa buscaban estrechar sus vínculos con América Latina. México entonces resultó ser un país prioritario debido a su cercanía geográfica con Estados Unidos y a su relativa estabilidad política y económica. En los años setenta, México y la entonces Comunidad Económica Europea firmaron un Acuerdo Marco de Cooperación para fortalecer su relación.

La importancia para la Unión Europea de firmar un tratado y darle tanta rapidez en que se llevará a cabo radicó en que la UE había perdido paulatinamente presencia en México después de ser su principal mercado en América Latina¹⁰, por lo que necesitaba recuperar su posición preponderante de segundo socio comercial después del área del TLCAN.

La UE representa para México la segunda área geográfica en importancia en sus relaciones económicas con el exterior; ello, a pesar de que durante los años noventa el comercio con la UE bajó su proporción dentro del comercio total en forma notable, consolidando una tendencia que inició en los ochenta. Sin duda, otro aspecto central de las relaciones de México con la UE es el correspondiente a las inversiones. ---

A diferencia de otros acuerdos, en este la CEE establecía una política de cooperación hacia México en el ámbito económico y tecnológico. Sin embargo, el acuerdo no tuvo los alcances deseados por diferentes razones. Las expectativas de México para colocar sus productos en la CEE no se lograron puesto que sus exportaciones estuvieron sujetas al Sistema de Preferencias Generalizadas. Por su parte, Europa se dio cuenta que el Acuerdo Marco no modificaba el acceso a los recursos naturales mexicanos –especialmente el petróleo- y que tampoco mejoraba las garantías de sus inversiones en suelo mexicano. El objetivo de impulsar el comercio bilateral no se logró puesto que México tuvo un déficit muy alto frente a la Comunidad Económica Europea¹¹.

Para conformar los acuerdos comerciales entre ambas naciones realizaron diversas reformas económicas en México para la profundización del proceso de integración en Europa.

¹⁰ Secretaría de Economía, México: negociaciones comerciales internacionales.

¹¹ Velásquez Flores Rafael y Domínguez Rivera Roberto, "Relaciones México Unión Europea: Una evaluación 2000-2004", redactado por los ponentes del CEU UNAM.

A continuación se presentan los acuerdos y discrepancias que se llevaron a cabo durante las 9 rondas de negociación, hasta el día de hoy este contexto nos ayuda a comprender y reflexionar sobre este fenómeno agro exportador, el cual ofrece una coyuntura externa favorable al intercambio comercial entre estas naciones que ingresan al tratado:

a) *Primera Ronda (9 al 13 de Noviembre de 1998 en la Ciudad de México)*

Durante la primera reunión técnica de negociación del TLC México-UE, las Partes intercambiaron propuestas de textos en:

- Comercio de Bienes
- Reglas de Origen
- Salvaguardas
- Normas Técnicas
- Prácticas Desleales
- Servicios
- Movimientos de Capital y Pagos
- Competencia
- Compras de Gobierno
- Propiedad Intelectual
- Solución de Controversias

b) *Segunda Ronda (10 al 22 de Enero de 1999 en la Ciudad de México)*

Se avanzó en la consolidación de textos, sobre todo en los capítulos correspondientes a competencia, propiedad intelectual, compras de gobierno y normas.

c) *Tercera Ronda (8 al 12 de Marzo de 1999 en Bruselas, Bélgica)*

En esta se intercambiaron listas tanto de desgravación arancelaria, como de reglas de origen específicas. Respecto de este último tema, se logró avanzar en la consolidación del texto. Con relación a normas, competencia, propiedad intelectual y solución de controversias, se conciliaron las diferencias en los textos.

d) *Cuarta Ronda (12 al 16 de Abril de 1999 en la Ciudad de México)*

En esta etapa se analizaron los textos de acceso a mercados, medidas sanitarias y fitosanitarias. Para el sector agropecuario la UE, manifestó su voluntad de revisar caso por caso las restituciones a las exportaciones dirigidas al mercado mexicano. En las reglas de

origen, se llegó a un acuerdo en un número importante de partidas. En el Capítulo sobre solución de controversias, se avanzó sustancialmente en la construcción de un texto común.

e) Quinta Ronda (17 de Mayo al 21 de Mayo de 1999 en Bruselas, Bélgica)

En ella se finalizaron las conciliaciones en los temas de competencia y propiedad intelectual. Respecto a acceso a los mercados de producción industrial, México presentó una nueva oferta. Por lo que se refiere al texto de normas y compras del sector público, se logró un importante grado de avance.

f) Sexta Ronda (16 al 22 de Junio de 1999 en la Ciudad de México)

Se registraron avances en todos los grupos y se entró a los aspectos fundamentales y críticos de la negociación. En materia de acceso al mercado de productos industriales, “la UE mantuvo su demanda de obtener lo que ha llamado la “Paridad TLCAN” y su oferta de eliminar los aranceles al 82% del comercio a la entrada en vigor del acuerdo y al 18% restante al 2003, a fin de acercarse a la propuesta comunitaria. Asimismo se redujo el límite del 2009 al 2007 para que se eliminaran todos los aranceles.”¹²

La oferta de México estableció que el 47.6% del valor de las importaciones procedentes de UE no serían sujetas a aranceles, 5.1% del valor estaría libre de aranceles en el 2003, 5.6% se liberalizaría en el 2005 y el 41.75 restante de las importaciones procedentes de la UE serían libres de arancel a más tardar el 2007.¹³

En materia agrícola se continuaron revisando las listas de prioridades de exportación de cada una de las partes. Por ejemplo, la UE ha manifestado su interés en el sector vitivinícola, en tanto que México lo ha hecho en el de frutas y verduras. En productos pesqueros se revisó la cobertura de las ofertas, ambas partes acordaron continuar tratando de mejorar sus ofertas en cuanto a cobertura y plazos de liberalización.

Por lo que toca a reglas de origen, se avanzó en la revisión del texto, en particular en lo que se refiere a definiciones y metodología para determinar su origen, procesos que confieren origen, procedimientos de certificación y verificación de origen. En servicios se avanzó en el texto de disciplinas generales para la liberalización de su comercio, acordaron una cláusula

¹² http://www.laneta.apc.org/rmalc/documentos/tlcue_3anyos.pdf página consultada el 15 de octubre 2006

¹³ *Ibidem.*

de *status quo* y el intercambio de listas negativas de reservas. Así como la formalización de la aceptación del anexo sobre servicios financieros.

En el grupo técnico de movimientos de capital, el cual incluye a la inversión extranjera directa, se lograron avances sustantivos en la conformación de un texto común que refleje los compromisos de liberalización de ambas partes. Estas se comprometieron al intercambio de un primer borrador de listas negativas de reservas. Para la solución de controversias, se acordó el alcance del procedimiento en dos etapas: consultas ante el Comité Conjunto y Procedimientos para que el panel rinda sus informes y los procedimientos a seguir para el cumplimiento de la decisión del panel y la suspensión de beneficios.

En tanto para el apartado de compras gubernamentales se acordó un texto en un 90% y se realizó el primer intercambio de propuestas de cobertura. Se avanzó en normas técnicas, donde quedó pendiente la discusión de un lenguaje general que reflejara los intereses de ambas partes. En salvaguardas hubo un intercambio de propuestas que permitió aumentar el entendimiento de cada una de las posiciones. A nivel técnico, se concluyeron las negociaciones en materia de competencia y de propiedad intelectual.

g) Séptima Ronda (19 al 23 de Julio de 1999 en Bruselas, Bélgica)

Se avanzó en particular en materia de salvaguardas, medidas sanitarias y fitosanitarias, cooperación aduanera y solución de controversias, prácticamente se concluyeron a nivel técnico. En lo que se refiere a agricultura se avanzó en la conformación de un texto común y hacia el mayor entendimiento entre las partes sobre las listas de interés prioritario de exportación y de la diferente estacionalidad de productos sensibles. En productos industriales, el grupo técnico se concentró en la explicación de posiciones arancelarias y su relación con reglas de origen específicas en donde aún no se ha logrado un acuerdo mutuamente satisfactorio. México desde la V ronda, mejoró su oferta arancelaria y reiteró su interés por el muy favorable tratamiento arancelario que la UE ofrece a los productos mexicanos.

En reglas de origen, México y la UE continuaron acercándose, en lo que se refiere a procedimientos de certificación y verificación se alcanzaron importantes avances y cerca del 80% de las partidas fueron acordadas, quedaron aún pendientes alrededor de 200 partidas, cuya discusión es central y se encuentra asociada a la negociación en materia de aranceles.

¹⁴Sobre cooperación aduanera se acordó un texto prácticamente limpio con base en principios de la Organización Mundial de Aduanas.

h) Octava Ronda (7 al 15 de Octubre de 1999 en la Ciudad de México)

Durante la octava ronda se concluyó el capítulo de salvaguardas y se avanzó de manera importante en los grupos de agricultura, pesca, servicios y movimientos de capital y pagos. En materia de reglas de origen, se presentaron algunas propuestas por parte de la UE, principalmente en la industria automotriz. Finalmente, en materia de compras de gobierno México presentó una nueva propuesta que busca conciliar los intereses de las partes. Ya se cuenta con un texto base muy avanzado y se continúa trabajando sobre las diferencias técnicas relativas a las propuestas de cobertura y modalidades de acceso.

i) Novena Ronda (del 21 al 24 de noviembre en Bruselas, Bélgica)

En la novena y última ronda se concluyeron las negociaciones entre ambas Partes, cubriéndose los siguientes temas: comercio de bienes (cobertura y periodos transitorios, aranceles y restricciones cuantitativas, prácticas desleales de comercio, cooperación aduanera, salvaguardas y excepciones, reglas de origen, normalización y restricciones por dificultades en la balanza de pagos), servicios, inversión y movimientos de capital y de pagos, compras del sector público, cooperación para evitar distorsiones y restricciones de la competencia, propiedad intelectual, y un procedimiento de solución de controversias comerciales relacionadas con el comercio mutuo y compatible con lo dispuesto por la Organización Mundial de Comercio.

A continuación se muestran cronológicamente los pasos que deliberaron el tratado. Fue después de nueve rondas de negociación entre México y la Unión Europea que iniciaron en Julio de 1998, que se acordó llegar a una etapa final con la firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea la cual inició el 24 de Noviembre de 1999 y concluiría el 1 de Julio del 2000.

¹⁴ *Ibidem.*

Cuadro 1. Cronología del Tratado de Libre Comercio México - Unión Europea.

8 de diciembre de 1997	México y la UE firman los tres instrumentos que constituyen la base jurídica de la nueva relación bilateral: un Acuerdo Global , un Acuerdo Interino y un Acta Final .
23 de abril de 1998	El Senado mexicano aprueba por unanimidad el Acuerdo Interino
13 de mayo de 1998	El Parlamento europeo aprueba por gran mayoría el Acuerdo Interino
1 de julio de 1998	Entra en vigor el Acuerdo Interino
14 de julio de 1998	Se instala el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino e inician formalmente las negociaciones comerciales
De noviembre de 1998 a noviembre de 1999 se alternadamente en México, D.F. y Bruselas, Bélgica	celebraron nueve reuniones técnicas de negociación,
6 de mayo de 1999	El Parlamento Europeo aprueba el Acuerdo Global
24 de noviembre de 1999	Después de nueve reuniones, concluye la negociación técnica del acuerdo.
16 de marzo de 2000	El pleno del Parlamento Europeo emite opinión favorable sobre los resultados de la negociación comercial.
20 de marzo de 2000	La Cámara de Senadores aprueba el Acuerdo Global y los resultados de la negociación comercial El Consejo Europeo aprueba los resultados de la negociación en materia de bienes.
23 de marzo de 2000	Se reúne el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino y adopta los resultados en materia de bienes Firma de la Declaración de Lisboa sobre la nueva asociación entre México y la Unión Europea. Signatarios: el Presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León, el Presidente del Consejo Conjunto, Antonio Gutiérrez y el Presidente de la Comisión Europea, Romano Prodi.
1 de julio de 2000	Entrada en vigor del acuerdo en materia de bienes.
27 de febrero de 2001	Se reúne por primera vez el Consejo Conjunto del Acuerdo Global y adopta los resultados de la negociación en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual.
1 de marzo de 2001	Entrada en vigor de las disciplinas en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual. A partir de esta fecha, está en vigor el conjunto completo de disciplinas comerciales que conforman el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea. Entrada en vigor de la vertiente de diálogo político y de cooperación del Acuerdo Global ¹⁵

Fuente: Elaborado por la autora con información de www.cefp.gob.mx/intr/doctos.pdf septiembre 2007

Como se puede apreciar en el cuadro anterior y en la explicación de cada una de las Rondas de Negociación, las relaciones entre la Unión Europea y México se rigen básicamente por el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación (Acuerdo Global) firmado el 8 de diciembre de 1997 y que entró en vigor el 1º de octubre del 2000. Además de que institucionalizó el diálogo político y amplió las

¹⁵ <http://www.economia.gob.mx/index.jsp?P=436>, página consultada el 10 de octubre 2006.

áreas e instrumentos de cooperación entre las dos partes. En su vertiente comercial, este Acuerdo crea una zona de libre comercio para mercancías “(Decisión n° 2/2000 que entró en vigor el 01/07/2000) y para servicios (Decisión n° 2/2001 que entró en vigor el 01/03/2001)”.¹⁶

A continuación se enlista cada uno de los objetivos del tratado dividiéndose en objetivos generales y específicos, los segundos demostraran a detalle las condiciones de los empresarios e industriales mexicanos para ingresar al mercado único Europeo, cabe destacar que desde su puesta en marcha, liberó el 47.6 por ciento de las importaciones industriales, y el 1 de enero del 2003, se sumó a monto el 5.1 por ciento adicional. A inicios del 2005 se liberará asimismo otro 5.6 por ciento, para que finalmente en el año 2007 terminar con el resto de las restricciones, demostrando con esto que se trata de una liberación de forma bastante acelerada, tarifas arancelarias máximas del 5% frente a un arancel máximo aplicado antes del TLCUEM del 35%¹⁷, desde esta perspectiva México, con dichas negociaciones los objetivos se pueden concretar más fácilmente en materia política, económica y de política exterior, el propósito debe constar en liberarse de la fuerte dependencia que la economía mexicana tiene hacia los Estados Unidos de América, por tanto se enfrenta un fuerte desafío planteado por la alta concentración de su comercio exterior con respecto a un solo mercado y los presentes objetivos son para ampliar el radio de influencia comercial y política allegándose a nuevos aliados en el ámbito multilateral¹⁸.

¹⁶ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Diario Oficial de la Federación, 26 de junio 2000,

¹⁷ Porcentajes de la situación de las preferencias arancelarias ofrecidas por el TLCUEM obtenidas en la General Agreement Trade página de la Organización mundial de comercio www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/gatsintr_e.htm

¹⁸ Los alcances de la cooperación tampoco tienen horizontes mayores, para ello hubiese sido necesario el compromiso por parte de la UE de proporcionar mayores recursos económicos y de transferencia del know how al quehacer productivo de México (incluyendo al sector educativo, científico y tecnológico) que los que se observan en la actualidad. Es cierto que México tiene también la posibilidad de recurrir a los programas horizontales de cooperación entre la Unión Europea y América Latina (ALFA, ALBAN, URB-AL, AL-Invest/Eurocentros, Ariel, Al-Partenariat y @lis) pero aún en ese caso, el monto programado para el periodo 2000-2006 es relativamente pequeño, suma para toda América Latina 250 millones de euros. Ver Rosa María Piñón Antillón, “La Asociación Estratégica entre la Unión Europea, América Latina y el Caribe: ¿Mito o realidad?.

Objetivos Generales¹⁹

- Crear un espacio comercial en un contexto de integración multinacional a través del establecimiento de una zona de libre comercio para la apertura de oportunidades externas de desarrollo.
- Establecer un marco para fomentar el desarrollo del intercambio de bienes y servicios.
- Eliminar barreras al comercio; promover condiciones para una competencia justa, incrementar las oportunidades de inversión, proporcionar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual, establecer procedimientos efectivos para la aplicación del Tratado y la solución de controversias, así como fomentar la cooperación regional y multilateral.
- Fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios.
- Liberalizar preferencial, progresiva y recíprocamente el comercio de bienes y servicios, que tenga en cuenta determinados productos y sectores de servicios, y de conformidad con las normas pertinentes de la OMC de México y los 15 países miembros de la Unión Europea.
- Dinamizar la actividad económica y comercial.
- Atraer insumos y tecnología para la empresa mexicana.
- Generar mayores empleos.
- Promover la inversión directa.
- Incrementar las oportunidades y alianzas estratégicas para la empresa mexicana.

Objetivos Específicos²⁰

a) Comercio de Servicios e Inversión

Servicios

- Accesos sin restricción al número de operaciones o prestadores de servicios en territorio comunitario.

¹⁹ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Obtenido del DOF publicado el 26 de junio del 2000.

²⁰ *Ibidem*

- Otorgamiento de trato nacional y trato de de nación mas favorecida.
- Consolidación del grado de apertura vigente en las respectivas legislaciones nacionales.
- Se contempla la prestación de servicios transfronterizos e inversión en este sector, exceptuando audiovisuales, transporte aéreo y cabotaje marítimo.

Inversión

- Consolidación de la apertura actual, plasmada en legislaciones nacionales de pagos relacionados con inversión directa.
- No implicación de apertura adicional a la inversión extranjera directa en ningún sector.
- Reiteración de compromisos internacionales y establecimiento del acuerdo de promover recíprocamente la inversión.

En el contexto de que los mercados financieros internacionales en los años noventa, se han caracterizado por la escasez de capitales y, por lo mismo, por una intensa y creciente competencia por la atracción de flujos de inversión entre los países que los demandan, se han designado y adecuado estos objetivos a la política de inversión extranjera, asumiendo una actitud más promotora para hacerse llegar capitales, tecnología y capacidad exportadora a la planta productiva nacional.

b) Aspectos Institucionales²¹

Solución de controversias

- Establecimiento de un mecanismo de consulta y solución de controversias con procedimientos claros y expeditos (primera vez que la Unión Europea incorpora esta disciplina en un tratado comercial).
- Concesión prioritaria a la conciliación antes de acudir a un procedimiento arbitral; México conserva su derecho de impugnar ante la OMC.
- Instituciones
- Creación de un consejo conjunto, integrado por representantes a nivel ministerial del Consejo y la Comisión de la Unión Europea y el gobierno de México.

²¹ *Ibidem*

- Establecimiento de un Comité integrado por ambas partes como auxiliar del consejo conjunto.

En el correspondiente a la Solución de Controversias derivadas de la interpretación y aplicación del Tratado, se estableció un procedimiento específico compatible con los mecanismos para la solución de controversias de la OMC, consistente en consultas, funciones del Comité Conjunto e inicio del procedimiento ante los tribunales. Asimismo el TLCUEM establece un marco institucional para la administración y seguimiento de los acuerdos alcanzados.

c) Compras del Gobierno y Propiedad Intelectual²²

Compras de gobierno

- Otorgamiento de mejores condiciones de acceso que los demás socios comerciales de la Unión Europea.
- Consolidación del grado de apertura vigente y no modificación de la legislación del sector.
- Entrada de vigencia del capítulo de servicios hasta la entrega de estadística desagregada para las compras de por lo menos, 150 empresas de la Unión Europea.

Propiedad intelectual

- Establecimiento de obligaciones, conforme a las legislaciones nacionales sobre adquisición, conservación y ejecución de los derechos de propiedad intelectual.
- Establecimiento de un comité especial de consulta para la atención de asuntos y desacuerdos en la materia.
- Confirmación de obligaciones y derechos en los tratados y convenciones internacionales suscritos.

En materia de Propiedad Intelectual, lo más destacado del TLCUEM es el establecimiento de un mecanismo de consulta y el respeto a los convenios internacionales más importantes en la materia, que han suscrito los países signatarios del tratado. Sin embargo, cada país se reserva el derecho de proteger adecuada y

²² *Ibidem*

efectivamente los Derechos de Propiedad Intelectual con base en el principio de "Trato Nacional", y asegurará el cumplimiento efectivo de esos Derechos, tanto a nivel nacional como en las fronteras.

d) Evaluación General e Identificación de Productos²³

Identificación de productos

- Convenio comercial que entrara en vigor a mediados del 2000, y sin duda será una de las grandes oportunidades de nuestro país. La UE representa la primera potencia comercial en el marco internacional, concentrando alrededor de la 5ª parte del comercio mundial.
- Ya es un hecho que la UE sea el 2º socio comercial y la 2ª fuente de Inversión extranjera Directa para nuestro país. Es importante señalar que el acuerdo comercial con la UE representara un 95% de las exportaciones mexicanas con goce de tratamiento preferencial, lo que redundara en la generación de mejores empleos, aumento de inversiones y la apertura de nuevas oportunidades y alianzas estratégicas para las empresas mexicanas.

La importancia de este objetivo radica en precisamente eso, identificar los productos contemplados en sectores como: textil, confección, cuero y calzado, electrónico, eléctrico y electrodoméstico, siderúrgico, agricultura, agroindustrial, ganadería y pesca, plástico, alimentos y bebidas, artículos para decoración y regalo, automotriz, autopartes y otros vehículos, imprenta e industria editorial, industrias metálicas, maquinaria y equipo, materiales de construcción, minería, muebles, químico y farmacéutico.

e) Comercio de Bienes²⁴

Acceso a mercados

- Acceso preferencial y seguro al mercado mas grande del mundo.
- Diversificación de las relaciones económicas.
- Generación del mayor flujo de IED y alianzas estratégicas empresariales
- Fortalecimiento de la presencia y posición estratégica de México en el mundo.

²³ *Ibidem*

²⁴ *Ibidem*

- Eliminación gradual y recíproca de aranceles a la exportación.
- Desgravación diferenciada para distintos sectores.
- Eliminación de prohibiciones y restricciones cuantitativas, conservando el derecho de adoptar medidas necesarias para la protección de la vida, salud humana, animal y vegetal, medio ambiente y moral pública.

Se pretende establecer las reglas relativas a los aranceles y otros cargos, así como a restricciones cuantitativas tales como cuotas o cupos, licencias y permisos y requisitos de precios a importaciones o exportaciones que regirán al comercio de bienes. Asimismo, constituir un marco jurídico que dé certidumbre al acceso a los mercados de los bienes que se produzcan y se comercien en la zona de libre comercio.

Reglas de Origen y Procedimientos Aduaneros

- Preferencia a bienes originarios, a bienes elaborados con insumos originarios o no originarios con transformación suficiente.
- Obtención, para 95% de las exportaciones, de regla de origen que beneficia al sector productivo nacional, destacando los sectores textil, transporte y autopartes, electrodomésticos, calzado, químicos y plásticos.
- Expedición de certificado de origen por la SE, en el caso de México.
- Reservación del derecho de la verificación en las aduanas respectivas.

Las Reglas de Origen disponen que los bienes se consideraran originarios de la región cuando se produzcan en su totalidad en cualquiera de los 27 países de la UE ó en México. Los bienes que contengan insumos que no provengan de la zona también se considerarán originarios de la región, siempre y cuando los insumos ajenos a la región sean transformados en cualquier país socio del TLCUEM, pero bajo la condición de que dicha transformación deberá de ser suficiente para modificar su clasificación arancelaria conforme a las disposiciones del Tratado.

Sector industrial y normas técnicas

- Conclusión de desgravación arancelaria en el 2003 con un trato asimétrico.
- Acceso preferencial a la exportación a partir de una tasa de desgravación igual a los aranceles vigentes en el sistema generalizado de preferencial.

- Liberación inmediata de 82% de productos industriales y el restante 18% a partir de 2003.
- Desgravación arancelaria de algunos productos altamente competitivos a partir de una tasa base de 1998 conforme al SGP, como: pantalones de algodón, terciopelo y felpa por trama, televisores, mezclilla, automóviles. Expedición y cumplimiento de normas técnicas compatibles con base en definiciones científicas internacionales.
- Prohibición de expedir y hacer cumplir normas técnicas que obstaculicen el comercio.

Las normas técnicas tienen como propósito proteger la vida y la salud humana, animal y vegetal, al consumidor y al medio ambiente. Asimismo, buscan garantizar la veracidad de la información que proporciona un producto sobre sus ingredientes, contenido, peso y volumen; y establecen los requisitos que debe cumplir la fabricación de maquinaria y equipo.

Sector agropecuario y medidas sanitarias y fitosanitarias²⁵

- Desgravación inmediata y paulatina durante 10 años; existencia de cuotas de importación y lista de espera para productos agrícolas que gozaran de importantes apoyos a la producción y exportación.
- Acceso preferencial para 95% de las exportaciones agrícolas
- Eliminación de aranceles, a la entrada de en vigor del tratado, para, productos como: café, garbanzo, tequila, cerveza, mangos, y guayabas; beneficio de una cuota amplia con acceso preferencial para el jugo de naranja y **el aguacate**, el cual se liberalizará en 2008 con una ventana de importación estacional con 0 – cero- arancel al entrar en vigor dicho tratado.
- Libre acceso en 2003 del limón y toronja, e ingreso libre de arancel para 2008 de jugo de toronja.
- Eliminación de arancel para 2003 a 88% de productos pesqueros, y otorgamiento de una cuota con acceso preferencial al atún enlatado.
- Establecimiento de reglas, normas y disposiciones gubernamentales para proteger la salud humana, animal, y vegetal, al medio ambiente y al consumidor.

²⁵ Esta sección aplica a los productos listados en los capítulos 1 al 24 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, con la adición de cualquier producto listado en el anexo I del Acuerdo sobre Agricultura de la OMC.

Este objetivo establece preceptos para el desarrollo, adopción y ejecución de medidas sanitarias y fitosanitarias, es decir, aquellas que se adopten para proteger la vida o la salud humana, animal y vegetal, de los riesgos que surjan de enfermedades o plagas de animales o vegetales, o de aditivos o sustancias contaminantes en alimentos.

Con lo anterior se reafirma lo citado en los artículos 5º ²⁶ y 21²⁷ del tratado que nos confiere, se mencionan las reglas acordadas en materia de comercio y de bienes agrícolas, en este caso del aguacate, y de cooperación.

Conforme al método de trabajo acordado, se establecieron grupos divididos en tres grandes rubros: acceso a mercado, servicios y movimientos de capital, y otros tópicos.

Las negociaciones caminaron con su propia velocidad y se ha evidenciado la complejidad y la forma distinta de actuar, y en general, los temas acordados en el TLCUEM responden al esquema acordado por México en otros tratados de libre comercio que se han suscrito con otros países.

Los once capítulos de los cuales consta este Tratado son:

- Acceso a mercados
- Reglas de origen
- Normas técnicas
- Normas sanitarias y fitosanitarias
- Salvaguardas
- Inversión y pagos relacionados
- Comercio de servicios
- Compras del Sector Público
- Competencia

²⁶ Con el fin de fomentar el desarrollo de los intercambios de bienes y servicios, incluyendo una liberalización bilateral y preferencial, progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios que tenga en cuenta la sensibilidad, el Consejo Conjunto decidirá las medidas y el calendario para la liberalización bilateral, progresiva y recíproca de las barreras arancelarias y no arancelarias al comercio de bienes, de conformidad con las normas pertinentes de la OMC, en particular el artículo XXIV del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) y teniendo en cuenta la sensibilidad de determinados productos.

²⁷ Cooperación en el sector agropecuario: 1. Las Partes se comprometen a fomentar el desarrollo y la cooperación en el sector agrícola, agroindustrial y rural. 2. A tal fin, estudiarán entre otras cuestiones, lo siguiente: a) las disposiciones para armonizar las normas y las medidas sanitarias, fitosanitarias y medioambientales, con vistas a facilitar los intercambios comerciales, teniendo en cuenta la legislación en vigor en esos ámbitos para las dos Partes y de conformidad con las normas de la OMC, así como las disposiciones del artículo 5.

- Propiedad Intelectual
- Solución de controversias

i. Acceso a mercados²⁸

En materia de acceso a mercados, la decisión establece reglas para el acceso de productos a los mercados de ambas Partes. Aquí se reconoce la diferencia en el nivel de desarrollo existente entre la UE y México, por lo que se otorga un trato asimétrico a favor de México estableciéndose así que para el 1 de enero de 2003 todas las exportaciones mexicanas de productos industriales entrarán libre de aranceles, mientras que la desgravación arancelaria mexicana concluye el 1 de enero de 2007.

En productos agrícolas se establecen cuatro períodos de liberalización (2000, 2003, 2008 y 2010), también con una asimetría a favor de México. Además, se señala una lista en que se incluyen los productos sensibles para México que no estarán sujetos al calendario de liberalización. Así como una lista de espera para productos a los que la UE otorga apoyos o subsidios en producción o exportación.²⁹

Conforme a los principios de la OMC, se establecen medidas comunes con el fin de eliminar las barreras no arancelarias entre las Partes y evitar el surgimiento de nuevas barreras en el futuro. De tal forma que se prevé la no discriminación entre las mercancías importadas y la eliminación de prohibiciones o restricciones a la importación y exportación.

ii. Reglas de origen³⁰

Las reglas de origen definirían los requisitos que deben cumplir los bienes para gozar de una preferencia arancelaria acordada dentro de la Decisión.

²⁸ *Ibidem*

²⁹ http://www.laneta.apc.org/rmalc/documentos/tlcue_3anyos.pdf página consultada el 15 de octubre 2006

³⁰ Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio

Las reglas de origen determinan que los bienes que recibirán trato arancelario preferencial son los que se obtienen plenamente en los territorios de las partes o los elaborados con insumos originarios, o producidos con componentes no originarios, siempre éstos se transformen de manera suficiente.

Se establecen reglas de origen claras para determinar qué bienes gozarían de las preferencias arancelarias.

iii. Cooperación Aduanera³¹

Se establecería un mecanismo de cooperación aduanera mediante la creación de un Comité Especial de Cooperación Aduanera y Reglas de Origen para: garantizar el cumplimiento de las disposiciones aduaneras previstas en la Decisión; garantizar la aplicación uniforme de las reglas de origen; intercambiar información estadística; y proveer un foro de consulta y discusión de todos los temas en materia de aduanas y reglas de origen.

iv. Medidas relativas a la normalización³²

Las normas técnicas establecidas por los países están destinadas a la protección del consumidor, la salud, el ambiente, y la seguridad pública, entre otros. Su uso indebido puede generar barreras al flujo de bienes y servicios o llevar implícita una discriminación entre productos, productores, prestadores de servicios o países. Para evitar lo anterior, la Decisión establece que las Partes confirman sus derechos y obligaciones emanados del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC. También se propone la intensificación de la cooperación bilateral en esta área con el fin de facilitar el acceso a los mercados.

v. Medidas sanitarias y fitosanitarias³³

Las medidas sanitarias y fitosanitarias son las medidas aplicadas en el territorio de un país para proteger la salud y la vida de las personas, de los animales o para preservar los vegetales de los riesgos resultantes de la entrada, radicación o propagación de

³¹ *Ibidem*

³² *Ibidem*

³³ *Ibidem*

plagas, enfermedades, y de los riesgos resultantes de la presencia de organismos patógenos en los productos alimenticios, las bebidas o forrajes.

La Decisión establece un compromiso de cooperación en esta materia para facilitar el comercio entre las partes, mediante la creación de un Comité Especial de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.

vi. Medidas antidumping y compensatorias³⁴

La Decisión establecería que las Partes confirmarían sus derechos y obligaciones derivadas del Acuerdo relativo a la Aplicación del artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994, y del Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias de la OMC, para garantizar que su aplicación esté justificada y sea transparente.

vii. Salvaguardas³⁵

Las salvaguardas son mecanismos jurídicos indispensables en los acuerdos comerciales, para que los gobiernos puedan contrarrestar situaciones de emergencia ante un aumento brusco en las importaciones de un producto que causen daño grave o amenaza de daño grave a la fabricación nacional de dicho producto. Estas salvaguardas tienen una vigencia de tres años y no pueden renovarse hasta cumplir este período y demostrar ante el Consejo Conjunto la fragilidad o vulnerabilidad del mercado.

Para esto se debe llevar un procedimiento claro y transparente para la aplicación de las salvaguardas, que incluiría su temporalidad y la posibilidad de aumentar los aranceles a un nivel no mayor al utilizado como base en la negociación tarifaria. Asimismo, se crea un mecanismo de compensación para la Parte afectada por la medida.

viii. Compras del sector público³⁶

Este como sector delicado, establece las disposiciones para que proveedores mexicanos y de la UE, participen en las licitaciones que realicen dependencias y entidades

³⁴ *Ibid*

³⁵ *Ibid*

³⁶ *Ibid*

gubernamentales de ambas Partes para la compra de bienes y servicios, incluidos los servicios de construcción, cuyo valor exceda ciertos umbrales.

Se establece una reserva transitoria (siete años) para México para las compras que realicen PEMEX, CFE, la construcción del sector energético, y la adquisición de medicamentos no patentados.

El rubro de Compras del Sector Público entrara en vigor hasta que la UE entregue estadísticas e información sobre sus respectivos mercados de compras gubernamentales.

ix. Política en materia de competencia³⁷

Se establece un mecanismo de cooperación entre las autoridades de las Partes responsables de aplicar las respectivas legislaciones. Este mecanismo busca los siguientes objetivos:

- a) Promover la cooperación y coordinación entre las Partes en relación con la aplicación de sus leyes de competencia en sus respectivos territorios y proveerse asistencia mutua en cualquier campo de la competencia que consideren necesario;
- b) Eliminar actividades anticompetitivas con el fin de evitar efectos negativos sobre el comercio bilateral, así como los que pudieran tener en los intereses de la otra Parte; y
- c) Promover la cooperación a fin de aclarar cualquier diferencia en la aplicación de sus respectivas leyes de competencia.

x. Propiedad Intelectual³⁸

En materia de propiedad intelectual se creó un Comité Especial sobre Asuntos de Propiedad Intelectual con el propósito de alcanzar soluciones mutuamente satisfactorias en caso de dificultades en asuntos que afecten la disponibilidad, adquisición, alcance, mantenimiento y observancia de los derechos de propiedad intelectual. Se entiende como propiedad intelectual las patentes, marcas y derechos de autor.

³⁷ *Ibid*

³⁸ *Ibid*

xi. Solución de Controversias³⁹

Debido a la relación económica intensa que se espera se genere entre México y la UE, es natural anticipar que podrían surgir fricciones o diferencias de criterios e interpretación, por lo cual se establece un mecanismo de solución de controversias sobre bases de equidad, seguridad jurídica y neutralidad.

Este mecanismo de solución de controversias entre Estado y Estado tiene como objetivo prevenir o dirimir conflictos derivados de la interpretación o aplicación del Tratado, o cuando una Parte considerara que una medida vigente es incompatible con las disposiciones del mismo. El proceso consta de dos etapas. La primera, de naturaleza consultiva, ante el Comité Conjunto y, la otra, contenciosa, ante un tribunal arbitral.

La decisión final del tribunal es obligatoria para las Partes. La Parte reclamante podrá suspender beneficios de efecto equivalente a la Parte demandada, si ésta no cumpliera con la resolución final dentro del plazo fijado por el tribunal.

El mecanismo de solución de controversias no se aplica a las controversias referentes a las siguientes situaciones: medidas antidumping y compensatorias; normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad; medidas sanitarias y fitosanitarias; dificultades en materia de balanza de pagos; uniones aduaneras y áreas de libre comercio; y al Comité Especial sobre Asuntos de Propiedad Intelectual.

1.2 Mercado Europeo: Impacto del TLCUEM en la economía nacional

El Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México, se inserta en un macro contexto, que es el de la economía mundial, caracterizada por la creación de bloques económicos y comerciales. Hoy en día, los países buscan incrementar su desarrollo estableciendo este tipo de alianzas, acuerdos y tratados comerciales. Fuera de esta dinámica propia de la economía capitalista no hay opciones de desarrollo.

Esta tendencia de integración a nivel global, hace que los países realicen no sólo uno de estos tratados con socios comerciales vecinos, sino también a lo largo y ancho del planeta. Así, socio comercial es el que abre las puertas de su economía a la inversión

³⁹ *Ibid*

extranjera, al tiempo que acepta invertir en los demás países. Procesos, pues, de exportación e importación son los medios que permiten el desarrollo económico de los países.

El TLCUEM es una red de comercio que permite a México exportar a todos los países que integran la Unión Europea. En otras palabras, la interdependencia económica, de los países que conforman un Acuerdo o Tratado de Libre Comercio, se amplía a otros países e incluso a otras zonas comerciales. Basta mencionar algunos de estos “bloques económicos” que a nivel internacional están en vigor y de los cuales México es miembro: Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA), Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM) y la Cooperación Económica Asia – Pacífico (APEC).

Pero hay muchos otros acuerdos que dirigen igualmente el rumbo y desarrollo del resto de los países, por ejemplo, el Mercado Común Centroamericano (MCCA), Comunidad del Caribe (CARICOM), Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Organización de los Estados del Caribe Oriental, Asociación de Naciones del Sudeste Asiático, Consejo de Cooperación del Golfo, Mercado Común del África Meridional y Oriental, Cooperación Económica del Mar Negro, entre otros.

Ampliamente lo que busca el TLCUEM es establecer un marco para fomentar el desarrollo del intercambio de bienes y servicios, incluyendo una liberalización bilateral y preferencial, progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios que tenga en cuenta determinados productos y sectores de servicios, y de conformidad con las normas pertinentes de la OMC de México y los 27 países miembros de la Unión Europea.

Eliminar barreras al comercio; promover condiciones para una competencia justa, incrementar las oportunidades de inversión, proporcionar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual, establecer procedimientos efectivos para la aplicación del Tratado y la solución de controversias, así como fomentar la cooperación regional y multilateral.

Es así como México y la Unión Europea logran consolidar establecer una zona de libre comercio al término de un periodo de transición, con una duración máxima de 10 años, favoreciendo a eliminar los aranceles a las importaciones de diferentes productos, como

los agrícolas y pesqueros, esto a partir de los aranceles base contenidos en los calendarios de desgravación.

Eliminando las prohibiciones y restricciones cuantitativas (permisos a la importación o exportación), pero se conserva el derecho de adoptar medidas necesarias para proteger la vida o la salud humana, animal o vegetal del medio ambiente o la moral pública.

El TLCUEM establece utilizar una sola moneda para comercializar el “Euro”, la “Zona Euro” € constituida por 27 estados miembros: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, la República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia y el Reino Unido. El Banco Central Europeo, con sede en Alemania, tiene la autoridad única de establecer la política monetaria de estos 27 países.⁴⁰

Para unirse a la UE, un país debe satisfacer los criterios de Copenhague, definidos en 1993 en el Consejo Europeo de Copenhague. Estos exigen una democracia estable que respete los derechos humanos y el Estado de Derecho; una economía de mercado viable capaz de competir dentro de la UE, y la aceptación de las obligaciones de la adhesión, incluida la legislación de la UE. La evaluación del cumplimiento de los criterios por parte de un país es la responsabilidad del Consejo Europeo.⁴¹ El marco actual no especifica cómo un país puede salir de la Unión (aunque Groenlandia, un territorio de Dinamarca, se retiró en 1985), pero el proyecto de Tratado de Lisboa contiene un procedimiento formal para la retirada.

Cuatro países de Europa occidental que han optado por no adherirse a la UE se han comprometido en parte con la economía de la UE y sus reglamentos: Islandia, Liechtenstein, y Noruega son una parte del mercado común a través del Espacio Económico Europeo, y Suiza tiene vínculos similares a través de tratados bilaterales.⁴²

⁴⁰ http://europa.eu/index_es.htm consultada el 23 de febrero 2009.

⁴¹ http://europa.eu/scadplus/glossary/accesion_criteria_copenhague_en.htm consultada el 23 de febrero 2009.

⁴² http://ec.europa.eu/external_relations/switzerland/index_en.htm consultada el 23 de febrero 2009.

Las relaciones entre la Unión Europea y microestados como Andorra, Mónaco, San Marino y Ciudad del Vaticano incluyen el uso del euro y otras cooperaciones.⁴³

Los TLCs de México con la UE y con la Asociación Europea de Libre comercio (AELC)⁴⁴ no garantizan un acceso privilegiado a Europa Occidental y Central. Cabe destacar que este tratado fue el primer acuerdo trasatlántico negociado entre la UE y un país del continente Americano.

Para los productos industriales: Un trato asimétrico a favor de México, debido a que la desgravación arancelaria europea concluiría en 2003, mientras que la mexicana lo haría en el 2007.

La opinión general del empresario mexicano, es decir el impacto esperado ante este acuerdo fue positiva y contrasta con las críticas que se llegaron a escuchar durante los meses más difíciles de la negociación. Las principales organizaciones empresariales del país resaltaron la eliminación de los picos arancelarios, la negociación en materia de reglas de origen y en especial, los beneficios obtenidos para el sector agropecuario y automotriz, así como las oportunidades que se generaron en materia de inversión⁴⁵

Este nuevo esquema de relaciones internacionales es regido por los lineamientos macroeconómicos y condiciones del Fondo Monetario Internacional y del Banco Mundial y por las reglas que se negocian en el seno de la Organización Mundial del Comercio y que tienen incidencia directa a la legislación interna de los países. Este panorama de negociaciones, de actores nacionales y supranacionales y de una gran diversidad de escenarios conforma el contexto de análisis de la evolución económica de los países.⁴⁶

Tanto los representantes del gobierno mexicano como de la Comisión Europea auguraban que, a medida que se fueran eliminando las restricciones, se experimentaría un incremento sustancial del comercio entre México y los quince países que integraban la Unión Europea cuando se firmó el Acuerdo: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca,

⁴³ http://ec.europa.eu/economy_finance/the_euro/euro_in_world9369_en.htm consultada el 23 de febrero 2009.

⁴⁴ La Asociación Europea de libre comercio integrada por Noruega, Suiza, Islandia y Liechtenstein, Europa 2004.

⁴⁵ Frederic Fournier, funcionario de la comisión Europea encargado de las relaciones con México, entrevista personal realizada en marzo del 2001.

⁴⁶ <http://www.un.org/womenwatch/daw/csw/todaro.htm> página consultada el 18 noviembre 2007.

España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido y Suecia.⁴⁷ Había expectativas de un incremento de las exportaciones mexicanas de productos agrícolas y semielaborados y de las exportaciones europeas de productos elaborados como maquinaria y material de transporte.

Si se analiza únicamente la información de 2001 a 2004, sin considerar el año 2000 en que se firma el tratado, se observa que se mantiene la tendencia hacia un mayor crecimiento, el gobierno mexicano estimaba que las exportaciones de México hacia la Unión Europea se triplicarían en un lapso de cinco años y la inversión extranjera directa se incrementaría en 70%. A cuatro años de su vigencia, la información muestra que si bien el intercambio comercial total entre México y la Unión Europea creció 52.5%, al pasar de 17,945.5 millones de dólares en 1999 a 27,379.3 millones de dólares en 2004, el análisis más detallado muestra que este incremento no ha sido favorable para México ya que entre 1999 y 2004 las exportaciones hacia la Unión Europea crecieron 22.3%, al pasar de 5,202.7 millones de dólares a 6,466.6. Por su parte las importaciones se incrementaron 40.2%, al pasar de 12,742.8 millones de dólares a 20,912 durante el mismo periodo.⁴⁸

Tabla 1. Comercio bilateral de México - UE (mmd)

Tipo de operación	1999	2007	2008**	Crecimiento %99-07
Exportaciones mexicanas*	5.2	14.1	9.3	174
Importaciones mexicanas	13.2	34.0	18.8	157
Comercio Total	18.5	48.2	28	162
Balanza Comercial	-8.2	-19.8	-9.5	147

*Corresponde al valor de las importaciones comunitarias provenientes de México

**Cifras al primer semestre con datos de Banxico y de Eurostat.

Fuente: Elaborado por la autora con información de la Secretaría de Economía Subsecretaría de Negociaciones Comerciales, con Datos del Banco de México.

⁴⁷ En marzo de 2004 se integraron diez países más: Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia y la República Checa.

⁴⁸ Datos de la Secretaría de Economía. Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales.

En la tabla anterior se puede apreciar el dinamismo que han presentado los intercambios comerciales entre México y la UE. No obstante, las estadísticas comerciales muestran que tanto las importaciones como las exportaciones mexicanas han registrado importantes crecimientos a partir de la entrada en vigor del TLCUEM; es cierto también que México compra de la UE el doble de lo que el bloque comunitario compra de nuestro país.

Unión Europea: Diversidad en la unidad.

Las Comunidades Europeas, fundadas en los años 50 del siglo XX, contaban originalmente con seis Estados fundadores. La Unión Europea (UE) es el resultado de la ampliación de contenidos de los antiguos tratados constitutivos de las aquellas Comunidades Europeas y de las sucesivas ampliaciones con la adhesión de nuevos Estados miembros. Por eso, ha crecido hasta los 27 miembros, y varios estados más han solicitado su adhesión o se espera que lo hagan en los próximos años.⁴⁹

Para la incorporación de un Estado europeo a la Unión Europea, aquél debe cumplir unas condiciones económicas y políticas conocidas como los criterios de Copenhague, por haberse tomado el correspondiente acuerdo en el Consejo Europeo de 1993 celebrado en la capital danesa.

Ahora bien, la bandera de la Unión Europea (círculo de doce estrellas doradas sobre fondo azul) fue adoptada por la Unión Europea en 1985, y su número de estrellas ha sido y será invariablemente doce, es decir, no tiene relación con el número de estados de la Unión.

La Unión Europea representa un mercado que cuenta con una población total de 497 millones 198, 740 de consumidores⁵⁰, siendo así la primera potencia económica mundial con más del 18% del volumen total de exportaciones e importaciones. En su interior, Alemania tiene el mayor mercado de la Unión.⁵¹

Se trata de un mercado muy competitivo, lo que requiere la adecuación del producto ya que la mayoría de los habitantes de este mercado tienen gran conciencia social y

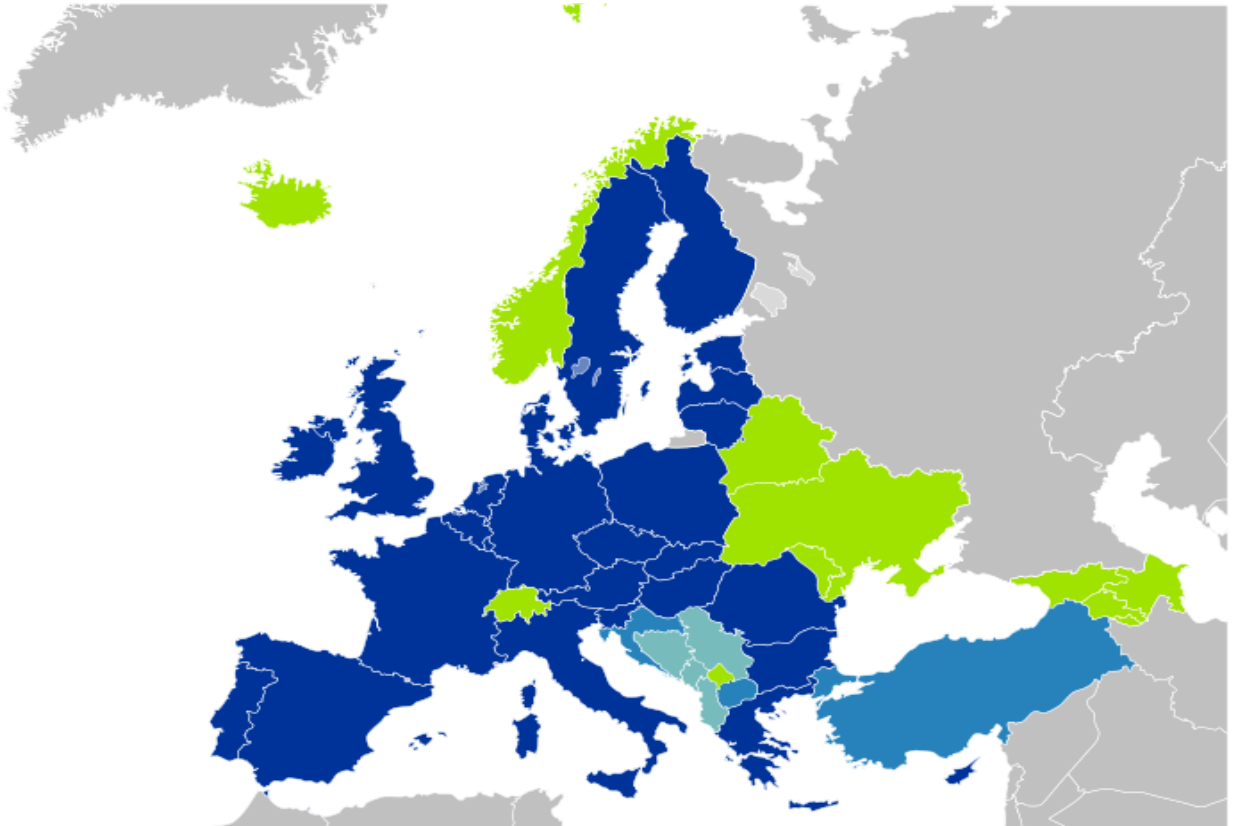
⁴⁹ http://ec.europa.eu/enlargement/index_es.htm consultada el 16 de diciembre del 2008.

⁵⁰ Datos de www.ine.es/prodyser/pubweb/espue27/espue27_pob.pdf.

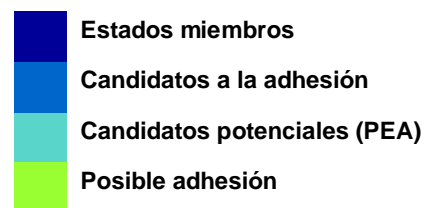
⁵¹ <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2309779,00.html> página consultada el 19 de diciembre del 2008.

Cuadro 2. PAISES MIEMBROS DE LA UNIÓN EUROPEA.

ecológica por lo que cuentan con estrictas normas técnicas, sanitarias y ecológicas, requisitos de empaque, embalaje y etiquetado de los productos que importan se trata de consumidores informados que hacen valer su poder de compra, buscan precio, calidad y servicio.



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:EU27-further_enlargement_map.svg



1.2.1 La relación comercial entre México y la UE fortalecida por el TLCUEM

Como pauta, el Tratado de Libre Comercio focalizado en el TLCUEM surge como un nuevo período de relaciones de comercio e inversión entre México y la UE y pretende demostrar que en las actuales relaciones de comercio e inversión entre ambas partes tienen direcciones de enfoque diferentes: mientras México pretende eliminar el alto y creciente déficit comercial en sus Balances de Pagos a través del TLCUEM, la UE pretende tener a México como escenario de producción para la Exportación a otros nuevos mercados como EEUU, pero dentro de este contexto intervienen dos fenómenos: El Institucionalismo de México a nivel Negociaciones Internacionales y la fuerte competencia que esta presionando a nivel de costos⁵².

En los últimos años de lo que va de 1994 al 2003, México recibió 132,509 millones de dólares en IED(Inversión extranjera directa)⁵³, por países, según la secretaría de economía, siendo Estados Unidos el primer inversor de México, en este período con el 66.5%, y el conjunto de la UE, figura como el segundo con el 19.7%. Por distribución sectorial, el 49.9% se ha dirigido a las manufacturas, un 10.9% al comercio, de acuerdo a la presente investigación es el rubro de mayor importancia para el desarrollo del mismo, y un 24.5% a los servicios financieros.

La UE es la principal región demandante de alimentos y bebidas, los principales países importadores son: Alemania, Italia, Reino Unido, Países bajos, España y Francia⁵⁴. Los países de la UE consumen el 57% de las exportaciones mundiales en frutas frescas y el 56% de hortalizas, los 27 países tienen el mayor consumo per cápita de carne de cerdo del mundo.

⁵² www.rmalc.org.mx/documentos/significado_tlcue.pdf ¿Qué significa el TLCUEM en el contexto de la globalización? Una perspectiva crítica. Análisis y Propuestas de las OSC/México-UE. Página consultada 25 junio 2007.

⁵³ Datos de la Secretaría de Economía, de sus análisis estadísticos sobre el IED.

⁵⁴ Capítulos del 1 al 23 del sistema armonizado, fuente: World Trade Atlas-2005.

Según Bancomext, a continuación se presentan las principales las oportunidades que México tiene por producto⁵⁵:

Frutas

Toronja roja, Limón persa, Mango, Aguacate, Litchi, Carambola, Dátil, Zarcamoras, Fresas, Nueces, Higos, Uvas, Guayaba, Papaya, Maracuyá, Nectarina, Fruta de la pasión, Pitahaya, Tuna, Plátano, Frambuesas.

Productos pesqueros:

Atún, moluscos como abulón, almeja, ostión, camarón, langostas, merluza, calamar, pulpo, lenguado y sardina.

Derivados de la industria alimenticia:

Pasta de soya y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya.

Preparaciones alimenticias para animales domésticos.

Harinas, polvo o pellets de pescado, crustáceos o moluscos.

Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas.

Semillas y frutos oleaginosos:

Soya, girasol, Lino, ajonjolí, colza, semillas para siembra de remolocha, semillas de trébol.

A continuación presentamos una gráfica que nos refleja los sectores y zonas prioritarios comparativo con el sector de alimentos donde podemos observar el potencial de crecimiento en volúmenes de exportaciones a la UE, la experiencia en exportación como el primer proveedor mundial de hortalizas a los EE.UU. nos proporciona la confianza necesaria para ampliar el panorama de exportación a este nuevo mercado destacando que existen oportunidades de nichos de mercado en la UE⁵⁶.

⁵⁵www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemRUTLCUEMInstrumentoOportunidadesNegociosSE.pps consultada el 8 de noviembre del 2008

⁵⁶Datos de la Secretaría de Economía: Fuente Evolución del TLCUEM mostrando la situación de las exportaciones dinámicas del 2006.

Cuadro 3. LOS CUPOS AGROPECUARIOS PARA MÉXICO BAJO EL TLCUEM EN EL 2006.

PRODUCTOS	CUOTA INICIAL TONS.	TONS. DISPONIBLES (31 DE JUL 2006)	LIBRE%	ARANCEL DEL CUPO PARA MEXICO
Huevos libres de patógenos.	300	300	100	17.5 EUR/1000 P/ST
Yemas de huevo	1000	1000	100	De 17.6 EUR/ 100 KG A 71 EUR 100 KG
Miel natural	30000	29361	97.7	8.60%
Flores	1500	1499.3	99.9	0.00%
Espárragos frescos.	600	405	68	0%(6.2% En enero y febrero)
Chícharos frescos.	500	500	100	7.20%
Ovoalbúminas	3000	3000	100	0.00%
Aguacates	20000	19831	99.2	0.00%
Melones	1000	1000	100	4.80%
Fresas congeladas	1000	1000	100	2.00%
Pectina de (Ene-dic)	250	0	0	0.00%
Conservas de atún y otros	5000	5000	100	7.9% y 8.3%
Melaza de caña	275000	275000	100	0.00%
Lomos de atún. (Ene-dic)	6000	6000	98.3	7.00%
Chicle	1000	983.7	100	no mayor a 6.0%
Esparragos en conserva	1000	1000	100	7.00%
Frutas en conserva	1500	1500	100	5.5% a 9.2%
Jugo de naranja congelado, Jugo de naranja congelado concentr.	10000/3000	1000/29463	100/98.21	De 6.1% a 16.8%+10.3% eur/100 kg
Jugo de piña.	2500	2500	100	De 7.6% a 16.8%+10.3% eur/100 kg

Fuente: Elaborado por la autora con información del Bancomext: Seminario El TLCUEM un instrumento

En el cuadro 3 se puede ver que México disfruta de cupos para 21 productos agropecuarios. En términos generales, desde la implementación del TLCUEM, México ha utilizado de manera mínima los cupos arancelarios otorgados bajo la categoría 6 (miel natural, yema de huevo, flores, algunas hortalizas y frutas, conservas de pescado, melaza de caña, chicles y materias albúminas). A junio de 2004 se observa utilización de los de miel natural, aguacate, chicle, jugos de frutas, jugo de naranja y espárragos frescos. Por lo tanto, existe una gran ventana de oportunidades para los productos agropecuarios mexicanos aún sin aprovechar.

Tomando en cuenta la recomendación del Programa Integral de Apoyo a PYMES referente a la demanda de consumo de productos agroalimentarios, enseguida se enlistan las tendencias de consumo para todos aquellos interesados en introducir sus productos en la UE:

- Demanda ascendente en productos prácticos (fáciles de cocinas y de comer).
- Crece la demanda de productos nuevos.

- Demandan el consumo de productos exóticos.
- Demandan los productos orgánicos.
- Crecen las marcas privadas.
- Demandan un etiquetado visible, honesto e informativo.⁵⁷

Desde una perspectiva sumamente complaciente, podríamos señalar que desde el año 2000, con la entrada en vigor del TLCUEM, el comercio entre México y la UE se ha incrementado en 31%. Durante el año 2003, el comercio bilateral ascendió a \$23,453.6 millones de dólares (mdd), de los cuales 17,861.9 fueron importaciones mexicanas (que representan el 3.4% del total de las exportaciones de México) y 5,591.7 exportaciones de México a la UE (10.4% de las importaciones totales de nuestro país). Asimismo, las cifras disponibles para el año 2004 indican que el comercio bilateral alcanzó, a octubre de ese año, los 23,532 mdd.⁵⁸

Alemania es uno de los destinos con el mayor mercado para los productos mexicanos con un 34.1%, seguida por España con 25%, Reino Unido que absorbe el 10% y Holanda con el 9.2%. Los principales productos de exportación de México hacia los mercados europeos son el petróleo, vehículos automotores (partes y motores), instrumentos y aparatos de óptica y fotografía, productos farmacéuticos, bebidas alcohólicas, máquinas y material eléctrico y productos de la industria química⁵⁹, a continuación por medio de una serie histórica que abarca de 1998 al 2003 se muestra la participación comercial que ejerce la comunidad Europea en las exportaciones de los diferentes sectores.

⁵⁷ <http://www.cemue.com.mx/apps/sitemgr.nsf/All/93F32C34E60EC4F98625711700602CA5?OpenDocument> consultada el 6 de noviembre del 2008.

⁵⁸ Sarabia Ernesto y García Myriam, artículo “Alcanza cifra récord comercio México-UE”, proporcionan cifras publicadas en el diario Reforma el 23 de diciembre del 2004.

⁵⁹ www.sre.gob.mx/uaos/ponencia/11CEEUNAM%20Chanona.doc Chanona Alejandro, ensayo “CEE UNAM: Balance de las relaciones económicas México-Unión Europea en el marco del TLCUEM”, 2004. Página consultada el 13 mayo 2007.

Tabla 2. Exportaciones Totales de México a la UE y Norteamérica. (valores en mdd)

País	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	enero-diciembre 2008
TOTAL	166,120.7	158,779.7	161,046.0	164,766.4	187,998.6	214,233.0	249,925.1	272,044.2	292,636.5
NORTEAMÉRICA	149,783.9	139,714.0	144,889.0	147,335.1	167,813.5	187,797.3	216,975.6	229,898.0	241,686.7
Estados Unidos	146,214.5	136,446.4	141,897.7	144,293.4	164,522.0	183,562.8	211,799.4	223,403.6	234,557.1
Canadá	3,569.4	3,267.6	2,991.3	3,041.8	3,291.5	4,234.5	5,176.2	6,494.4	7,129.6
UNIÓN EUROPEA	5,799.4	5,646.9	5,626.2	6,211.9	6,818.2	9,141.8	10,966.8	13,943.5	17,079.9
Alemania	1,545.1	1,501.3	1,159.1	1,715.2	1,689.1	2,289.4	2,972.6	4,104.8	5,013.1
Austria 1/	42.2	88.5	61.1	15.8	34.4	52.5	51.2	59.9	45.5
Bélgica	316.8	458.9	482.4	343.8	442.3	534.4	686.8	841.9	794.1
Dinamarca	54.5	46.8	37.0	44.2	47.8	71.1	100.4	126.0	97.3
España	1,513.0	1,287.6	1,393.7	1,512.4	2,026.9	2,954.1	3,270.1	3,583.7	4,447.3
Finlandia 1/	9.0	12.3	12.0	16.7	24.7	69.0	139.2	106.8	580.6
Francia	323.1	329.8	310.0	336.7	334.8	372.7	555.9	696.9	533.3
Grecia	14.7	13.9	14.1	17.9	19.8	22.2	25.5	34.0	31.0
Holanda	399.8	424.9	796.6	700.7	606.4	801.4	1,285.9	1,570.2	2,188.7
Irlanda	108.4	194.6	213.0	184.4	161.9	129.4	109.4	147.6	227.6
Italia	255.7	269.8	195.6	276.1	235.5	194.7	266.7	482.2	588.3
Luxemburgo	5.8	5.1	1.7	4.0	1.6	5.0	5.0	4.6	26.3
Portugal	160.4	110.6	140.8	186.6	153.7	269.6	281.7	278.7	126.0
Reino Unido	872.7	787.1	664.0	733.5	840.2	1,188.3	924.9	1,563.2	1,753.9
Suecia 1/	27.9	35.6	43.4	28.5	80.2	52.8	59.2	80.6	113.7
Chipre	3.9	2.6	2.5	2.3	1.7	3.6	5.8	7.4	11.8
Estonia	0.2	1.9	0.6	0.1	0.7	0.9	2.9	9.2	7.0
Hungría	114.4	38.6	62.3	57.3	57.6	40.1	54.0	87.2	221.0
Lituania	0.1	0.3	0.9	1.2	1.6	2.7	2.3	5.5	6.6
Malta	1.8	1.2	0.5	0.7	0.4	1.6	0.7	17.4	2.2
Polonia	20.2	19.2	18.2	14.5	15.3	41.3	89.6	51.6	132.8
Eslovenia	6.9	5.4	9.6	5.2	6.7	11.4	2.8	9.2	9.4
Letonia	0.0	0.4	0.3	0.6	1.1	2.3	3.2	4.1	3.9
República Checa	2.8	9.1	6.6	8.8	30.3	29.1	67.4	64.9	111.4
República Eslovaca	0.1	1.4	0.1	4.7	3.8	2.3	3.6	5.9	7.3
ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	131.4	88.7	171.8	113.0	118.8	153.2	153.5	262.3	643.4
Islandia	0.5	0.5	0.2	0.1	0.1	0.2	0.3	0.1	3.8
Noruega	20.9	8.3	8.0	10.2	29.0	35.8	58.5	41.0	37.2
Suiza	110.0	79.9	163.6	102.7	89.7	117.1	94.7	221.3	602.4

Fuente: Elaborado por la autora con información de la Secretaría de Economía. Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales.

En la tabla anterior encontramos los principales socios de México con relación a su nivel de importaciones, éstos son Alemania (35.9%), Italia (13.7%), España (13.0%) y Francia (11.2%), seguidos por Reino Unido (6.6%), Suecia (4.1%), Holanda (3.4%), Irlanda (3.4%) y Bélgica (3.2%). En conjunto, representan el 94.5% de la inversión comunitaria captada por México para el período 2000-2008.

México no debe desaprovechar la oportunidad de colocar sus productos en nuevos mercados y atraer inversiones para la planta productiva del país que se traduzcan en

empleos y en el fortalecimiento de la estructura económica de nuestro país. El TLCUEM no sólo garantiza la entrada de productos mexicanos a 27 países europeos, con un mercado de más de 450 millones de consumidores, sino que abre la posibilidad de beneficiarse de una forma tangible de la IED europea y de los diversos programas de cooperación de la Unión, como los que tiene en marcha en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas, beneficiándose el país con la reducción de aranceles y otras restricciones al comercio entre los países socios.

Una característica en los mercados de productos agrícolas y alimenticios son los cambios en la política comercial. Aunque han existido dificultades para someter al comercio mundial de productos agrícolas bajo reglas y disciplinas similares a las que se aplican para los productos manufacturados, las naciones con bajos costos de exportación están intensificando sus esfuerzos para que los mercados se abran⁶⁰. Esto genera la pregunta, ¿Cuál será el impacto de esta apertura de mercado y de qué manera se distribuirán estos impactos entre los países involucrados?

Para cuantificar los impactos de esta apertura comercial se construyen modelos de equilibrio para los productos agroalimentarios y se diseñen diversos escenarios de política comercial.

Para el posicionamiento de productos nacionales en el mercado de la UE antes que nada deben de realizarse análisis comparativos de los mercados meta, comparar los siguientes puntos en relación con el país.

- Producción.- De los mercados metas hay que analizar si el producto que se va a exportar ellos en su territorio lo producen y en qué cantidad.
- Productividad.- Analizar y comparar la productividad entre México y el país importador.
- Comercio internacional, este punto permitirá medir el nivel de competitividad de un producto frente a otro, su participación en un mercado definido.⁶¹
- Precios.- Este punto es para determinar el precio del producto a exportar, dependerá de los volúmenes que se negocien, esto se determinará tomando en cuenta el

⁶⁰ Fuente: Meike Wenseley y Cluff, año 2000.

⁶¹ Vollarath Th. L, Competitiveness and Protection in World Agriculture. Agriculture Information Bulletin Number 567. USDA, Washington, Julio 1989, p.2.

incremento de la producción, el comportamiento del clima que en ocasiones baja o alzan los precios.

- Consumo.- Analizar el consumo del producto a exportar en el mercado meta ya sea porque se consume directamente o porque se le da valor agregado dependiendo que sea la materia prima para la elaboración de otro producto.

Los datos duros que arrojan las estadísticas de las relaciones económicas con nuestros socios europeos demuestran que no es suficiente contar con un marco legal que de certeza a las relaciones. Por ello, la principal tarea está al interior de nuestro país. Es urgente que México genere una estrategia de desarrollo que incluya tanto las reformas necesarias para captar más inversión (las conocidas reformas estructurales en las áreas fiscal, laboral y energética) como una agresiva estrategia de fomento a la inversión en desarrollo tecnológico⁶².

Con el TLCUEM, México busca: diversificar los mercados de exportación para aumentar las ventas de la industria al exterior, consolidar la posición estratégica de México, ya que sería la única economía del mundo con acceso preferencial a la U.E., EE.UU., Canadá, y a seis países latinoamericanos, aumentar su competitividad, diversificar las fuentes de insumos, fomentar mayores flujos de inversión, promover la transferencia de tecnología en beneficio de las empresas mexicanas, en particular de PYMES y; generar más y mejores empleos.

México será el único país con acceso preferencial a los dos mayores mercados del mundo, además de América Latina.

El TLCUEM, junto con nuestros otros acuerdos, crea condiciones de certidumbre y seguridad jurídica en la relación de México con las principales potencias inversionistas del mundo. La UE representa grandes oportunidades para la exportación.

⁶² *Ibidem.*

1.2.2 El TLCUEM en las exportaciones mexicanas

Los analistas observan que las exportaciones de México con la Unión Europea se concentran en las principales economías europeas. Así, países como Alemania, España, Francia, Holanda, Italia y el Reino Unido representan el destino y origen de más del 80 por ciento de las transacciones mexicanas de bienes y servicios, aunque ya el año pasado se observó que “sólo dos países (España y Alemania) de los 25 con los que firmamos el TLCUEM concentran más de la mitad de nuestras exportaciones a la Unión Europea (53.06 por ciento)”⁶³.

Gracias a la ampliación de la UE y al TLCUEM el empresario mexicano entra a nuevos mercados en condiciones más favorables que las que enfrentan sus competidores.

Algunas de las implicaciones que conlleva dicha ampliación son la intensificación de la promoción y difusión del TLCUEM para que los empresarios mexicanos conozcan las oportunidades de comercio e inversión que se abren con estos países.

La ampliación de la Unión Europea implica u obliga a la reducción o eliminación de aranceles de este nuevo mercado de 74 millones de personas para los productos mexicanos, que se suman al mercado de 381 millones de personas que ya aplican estas preferencias. Para entender un poco más el alcance de estas reducciones arancelarias, en el caso de vehículos de transporte, Chipre aplicaba un arancel del 10.0% para los productos mexicanos que se vio reducido al 0.0% debido a la extensión del TLCUEM a los nuevos estados miembros de la UE. Polonia mantenía un arancel del 30.0% en la cerveza que se redujo al 0.0%; la República Checa disminuyó el arancel sobre los alimentos para animales del 56.0% al 0.0%; Eslovaquia disminuyó el arancel sobre el tequila del 56.0% al 0.0%, entre otros.

La adhesión de Rumania y Bulgaria al TLCUEM implica que los exportadores mexicanos con ventas en los mercados búlgaro y rumano gozan, desde 2007, de las preferencias arancelarias establecidas en el tratado. De igual manera, las empresas establecidas en México que importan desde estos países pagan aranceles menores.

De conformidad con el calendario de desgravación pactado en el TLCUEM, el comercio de bienes industriales entre México y los países miembros de la Unión Europea quedó

⁶³Egremy Nidia, “Los favorecidos del TLCUEM”, publicado en Red de prensa no alineados, www.voltairenet.org/article157803.htm, página consultada el 25 de julio del 2008.

completamente libre de aranceles desde julio de 2007. Por lo que se refiere a los productos agrícolas, éstos son objeto de una eliminación arancelaria más lenta, que culmina, para buena parte de los productos incluidos en el acuerdo, en el año 2010. Existe un grupo de bienes agropecuarios, principalmente cárnicos, granos y lácteos, que no fueron incluidos en el calendario de eliminación de impuestos a la importación prevista en el tratado.

La aplicación de las preferencias arancelarias TLCUEM a las importaciones provenientes de Bulgaria y Rumania, representará un ahorro para los importadores mexicanos en aquellos productos que aún no están exentos de arancel, de acuerdo con la tasa general aplicable a la Nación Más Favorecida.

Comercio con Bulgaria.- Entre 2006 y 2007, las exportaciones mexicanas a Bulgaria crecieron 1166%, al pasar de 629 mil dólares a 7.9 millones de dólares. Por su parte, en ese mismo periodo, las importaciones mexicanas provenientes de Bulgaria mostraron un decremento de 28%, pasando de 47 millones de dólares al inicio del periodo a 33 millones en 2007.

Los productos que registraron mayor aportación al crecimiento de las ventas mexicanas a Bulgaria en este periodo fueron: petróleo; cobre; productos laminados; termómetros y pirómetros; chapas y tiras de cobre; entre otros.

Comercio con Rumania.- Los productos que en este periodo registraron mayor aportación al crecimiento de las ventas mexicanas a Rumania fueron: cables para bujías; aceites petróleo; neumáticos; vehículos; aceites ligeros; asientos de madera; calzado; entre otros.

No hay duda que la liberación del comercio de bienes agrícolas afecta diversas variables económicas, tales como: precios, producción, consumo, importaciones, exportaciones e ingresos de los productores. Predecir la respuesta de los mercados y cuantificar los efectos potenciales resultantes de cambios en el ambiente en el que se realizan los negocios y de las políticas comerciales es difícil, dado que las interacciones entre los países y entre los bienes comerciados son complejas y de un rango amplio. En un esfuerzo para predecir y cuantificar estos cambios se construyen modelos económicos, y se simulan escenarios de cambios en algunas variables económicas de interés para

predecir y cuantificar los impactos económicos de la implementación de políticas comerciales.

En la última década ha habido importantes cambios en la demanda mundial de bienes alimenticios, principalmente en el mercado de la UE. De acuerdo al análisis realizado por el especialista Raúl Green, señala que el cambio del comportamiento de los consumidores de estos países lo atribuye a los siguientes factores:

- a. Elevación progresiva y general de los ingresos de los consumidores.
- b. Multiplicación del tipo de productos consumidos y elevación de la calidad de los mismos.
- c. Diversificación de los lugares de consumo.
- d. Cambios en la forma de preparación de los alimentos.
- e. La apertura comercial de las naciones, realizando diferentes tratados de intercambio comercial, donde las naciones obtienen beneficios mutuos.⁶⁴

Estos factores han contribuido al crecimiento de las ventas de alimentos, así como al aprovechamiento de los aranceles beneficiados por el TLCUEM para que México exporte productos de calidad o alternativos orientados fundamentalmente hacia segmentos urbanos de medios y altos ingresos. Los consumidores hablan de un proceso de reestructuración por el que transitan algunos sectores de la agricultura y la agroindustria.

Existen varias metodologías que se han utilizado para la formulación de estos modelos. Las economías se analizan en conjunto y se particulariza en las relaciones intersectoriales, como en los análisis de insumo-producto⁶⁵

Las condiciones de acceso al mercado de la Unión Europea no son difíciles, solo es necesario aplicar los siguientes pasos como nos aconseja Bancomext⁶⁶:

⁶⁴ Clasificación de Torres, 1997. Instituto de investigaciones económicas y empresariales. Universidad michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.

⁶⁵ La diferencia entre los modelos de equilibrio se asignan de acuerdo a las regiones o áreas(espacios), según la actividad económica, mientras que los modelos de equilibrio parcial modelan un mercado simple e ignoran las repercusiones en otros mercados, y los de equilibrio general crean un equilibrio para todos los mercados.

⁶⁶ www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/LogisticaExportacionBmxtAgs.pps consultada el 27 de julio del 2008.

- ✓ Identificar el producto a exportar.
- ✓ La normatividad aplicable al producto de exportación.
- ✓ El producto a exportar se tiene que normalizar y certificar en la Unión Europea.
- ✓ Responsabilidades por productos defectuosos en la UE.
- ✓ Normalmente, es necesario tener un representante legal autorizado en la UE que puede ser el propio importador o un distribuidor.

Otra de las implicaciones importantes que plantea el establecimiento del TLCUEM es que las naciones de la UE concentran su cultura en la importancia que se le debe de dar a las consecuencias medio ambientales por lo que es importante para México cuestionarse acerca de la expansión exportadora y preguntarnos si ¿los números crecientes y las gráficas ascendentes ameritan la degradación de los recursos naturales? o ¿se están tomando las medidas pertinentes por medio de la reforestación, la competencia entre países y la saturación de los mercados?, éstos son elementos que marcan límites no solo a los productos agroalimentarios si no en general a los llamados no tradicionales, los efectos negativos de la expansión de bienes similares han sido estudiados por diversos autores⁶⁷.

La creación del intercambio comercial es el término utilizado para describir la sustitución de la producción de los países consumidores es decir de las importaciones de alto costo por la de menor costo de un país asociado, inducidos por las preferencias arancelarias consignadas en el acuerdo de integración.⁶⁸

En resumen, se pueden distinguir dos beneficios para los empresarios mexicanos derivados de la ampliación de la UE y la extensión del TLCUEM:

1. Reducción y eliminación de los aranceles aplicados a los productos mexicanos y eliminación de las barreras no arancelarias al comercio en los nuevos países miembros, siguiendo las normas del TLCUEM.

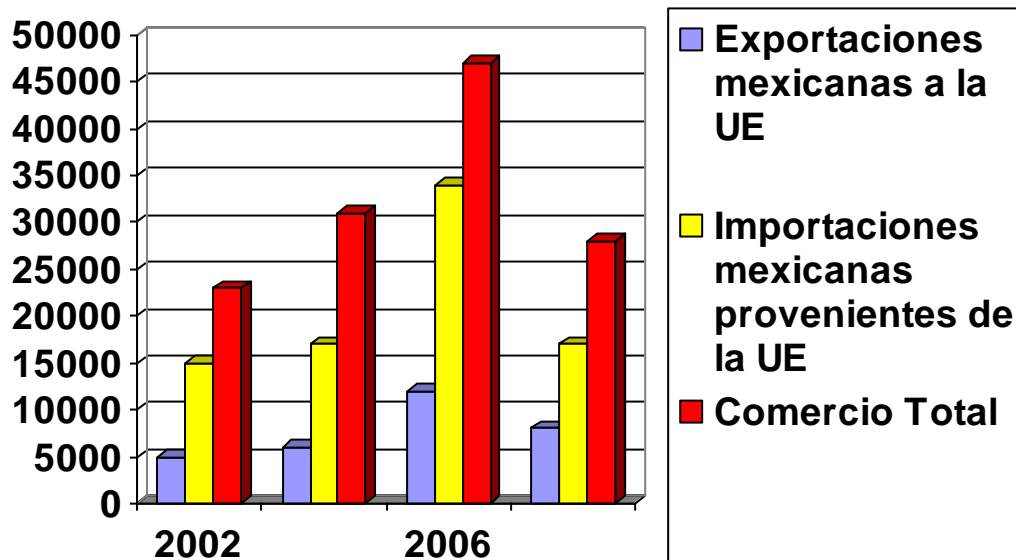
⁶⁷Teubal 2001: 50 Murray, 1998, 2001, Gwynne y Kay, 1997, "Efectos negativos de la globalización" han estudiado la reducción de la autosuficiencia alimentaria, por medio del nuevo paradigma económico que sacrificó en un principio las ventajas comparativas.2001.

⁶⁸Robert Keohane (1990): México presentaría dos asimetrías con los negociadores externos e internos, la consulta fue delimitada basándonos en el PIB de México en relación con socios comerciales de la UE.

2. Facilitación de los trámites comerciales por la homogenización de los procedimientos administrativos comerciales y la instalación de un arancel común para los productos mexicanos en los 25 países de la UE.

Con estas inmejorables perspectivas, en estos momentos, es tarea de los empresarios mexicanos aprovechar los beneficios de la ampliación de la UE, explorando estos nuevos mercados y sus tendencias y posibilidades para lograr realizar exportaciones efectivas que México tiene con la Unión Europea.

Gráfica 1. Crecimiento del comercio total entre México y la UE (mdd)

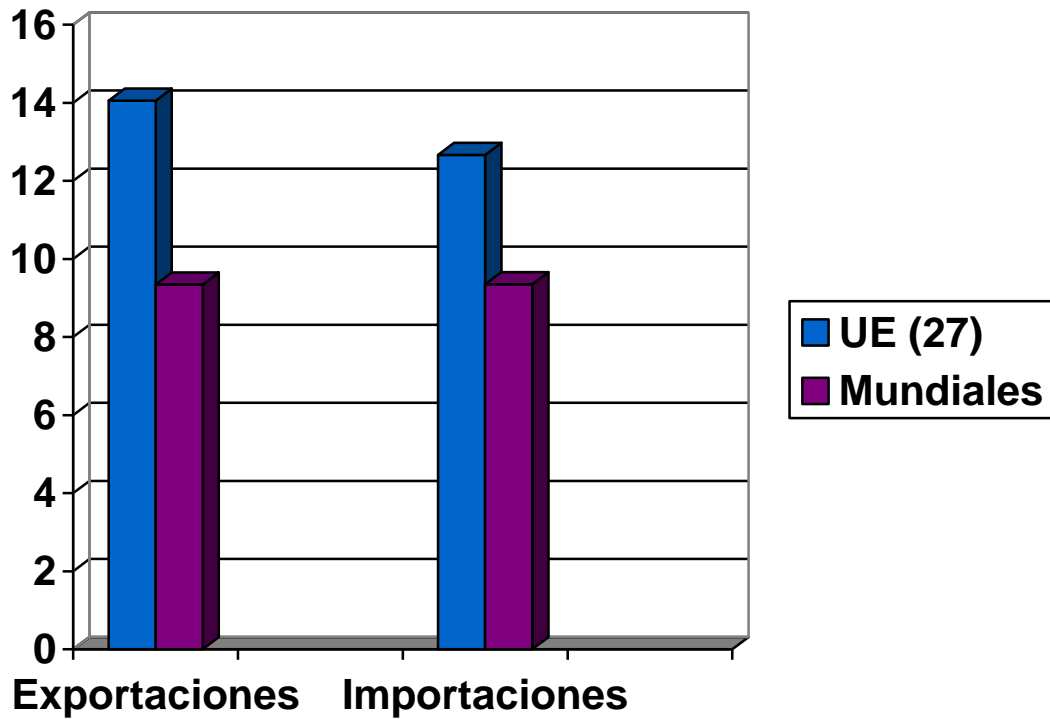


Fuente: Elaborado por la autora con datos de Banxico y Eurostat. Secretaría de Economía

** Cifras al primer semestre

En la gráfica 1 se muestra que la puesta en marcha del acuerdo comercial ha permitido que el intercambio comercial de México con la UE haya crecido a un mayor ritmo que el registrado con el resto de sus socios comerciales. Lo anterior indica que, en buena medida, México está aprovechando su posición geográfica estratégica para utilizarla como plataforma de exportación al mercado estadounidense; es decir, las empresas comunitarias establecidas en nuestro país importan insumos de la UE, los transforman en bienes terminados y, en muchos casos, los exportan al mercado estadounidense, generando así inversión la cual se traduce en mayores empleos para México.

Gráfica 2. Crecimiento del comercio de México con la UE y con el resto del mundo (1999-2007)



Fuente: Elaborado por la autora con datos de Banxico y Eurostat. Secretaría de Economía.

De igual modo, la gráfica 2 demuestra que las compras mexicanas de productos comunitarios han crecido con mayor dinamismo que las provenientes de EE.UU, aunque son superadas en este rubro por las provenientes de Japón y China.

CAPÍTULO 2

MÉXICO: IMPORTANCIA Y CARACTERÍSTICAS EN MATERIA DE EXPORTACIÓN

El comportamiento comercial de los últimos diez años ha permitido a México contar con fundamentos sólidos en los cuales sustentar su estrategia de desarrollo a largo plazo proporcionándole estabilidad macroeconómica, mayor grado de competitividad, tendencia al creciente intercambio comercial con otros países y menor vulnerabilidad ante las crisis originadas en el exterior. Actualmente el sector exportador es el motor de la economía mexicana, impulsado en gran parte por la apertura agrícola, ha sido un proceso suave porque el campo mexicano tiene un mayor desarrollo y se han creado programas para mejorar su calidad y competitividad.

Otras de las cuestiones que han favorecido las exportaciones de productos mexicanos a países extranjeros son los apoyos a los ingresos a productos agrícolas entre los que destacan: desgravación arancelaria sobre insumos y bienes de capital para el sector agropecuario, subsidios a la exportación, apoyos internos, las medidas fitosanitarias etc.

A continuación en base al análisis de la evolución del comercio exterior de México se presentan los resultados de la participación del país y los beneficios más destacados.

2.1 El papel de México en el comercio

Conforme a datos del Banco Mundial en el 2005, México tuvo el [ingreso nacional bruto per cápita](#) más alto de [Latinoamérica](#), así como también el [Ingreso Nacional Bruto](#) más elevado en términos nominales de esta región ese año, consolidándose como un país de ingreso medio-alto. En tanto, el [FMI](#) reportó que en 2006 tuvo el segundo PIB per cápita en [términos nominales](#) después de [Chile](#) y el quinto por [paridad de poder adquisitivo](#) a nivel [latinoamericano](#).¹

Además, la economía mexicana, en términos del Producto Interior Bruto, fue en 2006 la decimocuarta más grande del mundo en valores nominales y la duodécima en [paridad por poder adquisitivo](#). Se conforma así como el segundo mayor [PIB nominal](#) de [América Latina](#), sólo superado por el de Brasil.

¹http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9xico#cite_note210http://www.imf.org/external/public/ft/weo/ consultada 15 de junio 2008.

Sin embargo, la distribución de la riqueza del país no es equitativa y la división entre ricos y pobres es muy grande. Aun así el país tuvo una increíble recuperación de la última [crisis financiera desatada en 1994-1995](#). México es el décimo mayor exportador del mundo y recientemente se le ha nombrado como "Economía Emergente" como se les denomina a las economías cuyo crecimiento ha sido sostenido en los últimos años. La actividad económica del país depende en gran medida de su comercio con los Estados Unidos de América, los cuales consumen más del 85% de las exportaciones mexicanas y dan trabajo a casi el 10% de su población. El envío de remesas por parte de los migrantes internacionales constituye la segunda fuente de ingresos más importante del país después del [petróleo](#).²

Desde mediados de la década de los [ochenta](#) el país se ha inclinado por un modelo económico [neoliberal](#) con un fuerte énfasis en la apertura comercial hacia otros mercados, lo cual ha convertido al país en el líder mundial en acuerdos de libre comercio habiendo firmado convenios de este tipo con 40 países en 12 diferentes Tratados. Su asociación comercial principal es el [Tratado de Libre Comercio de América del Norte](#) (T.L.C.A.N. o NAFTA, por su sigla en inglés), integrado son Estados Unidos, [Canadá](#). México también cuenta con un tratado de libre comercio con la [Unión Europea](#), con el bloque denominado EFTA (Luxemburgo, Suiza, Liechtenstein y Noruega) y recientemente se selló un compromiso similar con [Japón](#).³

Es el país que atrae mayor Inversión Extranjera Directa en América Central y el Caribe, pues captó el 73 por ciento de ésta en 2007, según un informe de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo⁴.

Las medidas de liberalización del comercio adoptadas por México y su red de acuerdos de libre comercio libre e inversión han hecho una importante contribución a nuestro desarrollo económico de largo plazo. Hace diez años pocos habrían podido imaginarse que México llegaría a ser el sexto lugar del mundo en materia de competitividad en América Latina⁵, en materia de exportación de acuerdo a datos proporcionados por la OMC (Organización Mundial de Comercio), el país se

² <http://www.imf.org/external/pubs> consultada 15 de junio 2008.

³ *Ibidem*.

⁴ Nota de la Revista Milenio publicada el 24/09/08 y consultada el 29 de septiembre del 2008.

⁵ Nota periodística ¿Qué lugar ocupa México en la economía mundial?. Página electrónica, www.regiomontano.wordpress.com Publicado el 24/09/08 consultada el 27 de septiembre

encuentra en el lugar número undécimo de los mejores exportadores del mundo, con 46 por ciento de las exportaciones de la región y 47 por ciento de sus importaciones⁶.

Las negociaciones comerciales internacionales de México, se han convertido en la base de la mayoría de todas las importaciones y exportaciones del país.

En general todos los acuerdos y tratados suscritos por México, tienen como objetivo intensificar las relaciones económicas y comerciales; aumentar y diversificar el comercio; coordinar y complementar actividades económicas, en especial en las áreas productivas de bienes y servicios; estimular las inversiones, facilitar la creación y funcionamiento de empresas bilaterales e intensificar la integración entre los países, este proceso de estabilización económica inició en la década de los 80, estructurando reformas de modernización económica, logrando con esto: pasar a ser una economía relativamente cerrada a uno de los países más abiertos del mundo. Además de instrumentar una serie de medidas internas para desregular la economía y fomentar la inversión privada, el país adoptó una estrategia de apertura comercial para fortalecer la competitividad industrial e impulsar el crecimiento orientado a la exportación. Esta etapa dio inicio con la entrada de México en el GATT ⁷(*General Agreement on Tariffs and Trade*, por sus siglas en inglés), hoy en día la Organización Mundial de Comercio (OMC)⁸.

En relación con estos tratados comerciales firmados por México que actualmente se encuentran vigentes, han creado un marco jurídico que ofrece certidumbre a los agentes económicos, incluyendo a los exportadores y consumidores. A continuación enumerare de manera somera algunos de los tratados vigentes⁹:

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), con Estados Unidos y Canadá (1994)

Desde que entró en vigor en 1994, el TLCAN ha sido un factor clave en el incremento de las relaciones comerciales entre México, Estados Unidos y Canadá,

⁶ Información de la Organización mundial de comercio, del 11/04/08 medición proporcionada por el Banco mundial (BM).

⁷ Ingreso de México al Gatt en el año de 1986 el 29 de octubre y el 26 de noviembre, aprobación y promulgación de protocolo de adhesión de México al GATT, política de apertura comercial, véase capítulo VII de la obra El comercio exterior de México, por México, Instituto mexicano de comercio.

⁸Del Castillo Gustavo, "Antecedentes en materia de comercio y del libro México en el GATT, ventajas y desventajas", información consultada en www.economia.gob.mx :, México, el Colef, 1986, 108 págs.

⁹ Mendiola, Gerardo, "Expansión. México, Expansión", V.23 no. 575 Octubre 2007.

y ha permitido que Norte América se consolide como una de las regiones económicas más dinámicas e integradas del mundo. De 1994 a la fecha, se han eliminado 84.5 por ciento de los aranceles para todas las exportaciones mexicanas no petroleras y agrícolas hacia Estados Unidos y 79 por ciento hacia Canadá. En 2007, el comercio bilateral entre México y Estados Unidos ascendió a 364 mil millones de dólares, mientras que el comercio entre México y Canadá, en el mismo período, fue de 14 mil 400 millones de dólares.¹⁰

Tratado de Libre Comercio del G3, entre México-Colombia y Venezuela (1995)

Este Tratado ha contribuido a fortalecer los lazos comerciales entre México y América del Sur, permitiendo a nuestro país consolidar su posición en este mercado. Con este acuerdo quedó libre de arancel todo el universo de productos, con excepción de productos de los sectores textil, petroquímico y agrícola. Por determinación propia, Venezuela se ha retirado de este acuerdo. En 2007, el comercio bilateral con Colombia alcanzó los 3 mil 700 millones de dólares.¹¹

Tratado de Libre Comercio con Costa Rica (1995)

Éste fue el primer tratado de Libre Comercio entre México y un país Centroamericano. Con este acuerdo se eliminaron todos los aranceles para las exportaciones mexicanas no agrícolas hacia Costa Rica; además, se establecieron normas que aseguran el trato nacional a los bienes y servicios de ambos países y se fijaron mecanismos para la efectiva eliminación de barreras no arancelarias. Desde que entró en vigor ha arrojado resultados significativos: entre 1995 y 2007, el comercio entre México y Costa Rica se ha incrementado en más de 600 por ciento, alcanzando un total de más de mil 400 millones de dólares.

Tratado de Libre Comercio con Bolivia (1995)

Con su implementación se eliminaron aranceles para 95 por ciento de las exportaciones mexicanas a Bolivia y 99 por ciento para las exportaciones bolivianas a México. Desde su entrada en vigor, el comercio entre México y Bolivia se ha incrementado en más de 200 por ciento.¹²

¹⁰ <http://www.sre.gob.mx/tratados/Default.htm> consultada el 20 de agosto del 2008.

¹¹ *Ibidem*

¹² *Ibidem*

Tratado de Libre Comercio con Nicaragua (1998)

A julio de 2007 se habían eliminado 78 por ciento de los aranceles a las exportaciones mexicanas a Nicaragua. En 2007, el comercio total entre México y Nicaragua alcanzó los 821 millones de dólares.¹³

Tratado de Libre Comercio con Chile (1999)

Como resultado de este acuerdo, el comercio entre México y Chile alcanzó más de 3 mil 700 millones de dólares en 2007.¹⁴

Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM) 2000

Con este tratado se creó la primera zona de Libre Comercio entre Europa y el continente Americano. En 2007, el comercio total entre México y la Unión Europea fue de más de 47 mil millones de dólares. Este acuerdo brinda a las empresas establecidas en México la oportunidad de incrementar sus exportaciones hacia un mercado potencial de más de 455 millones de personas.

Tratado de Libre Comercio con Israel (2000)

Gracias a este acuerdo, México ha incrementado su participación en el mercado israelí. En 2007, el comercio bilateral entre México e Israel alcanzó los 571 millones de dólares.

Tratado de Libre Comercio con la Asociación Europea de Libre Comercio (Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein) 2001

Este acuerdo fue negociado sobre la base del TLCUEM; su entrada en vigor ha convertido a México en el único país latinoamericano que cuenta con acuerdos de libre comercio con las principales economías del mundo. En el marco de este acuerdo, México negoció la apertura total para el 100 por ciento de sus exportaciones de productos industriales. En 2007, el comercio total entre México y la Asociación Europea de Libre Comercio ascendió a mil 800 millones de dólares.

¹⁵

Tratado de Libre Comercio con el Triángulo del Norte (El Salvador, Guatemala y Honduras) 2001

Desde la entrada en vigor de este acuerdo, México ha incrementado considerablemente sus exportaciones hacia Centro América. Más de la mitad de

¹³ *Ibidem*

¹⁴ *Ibidem*

¹⁵ *Ibidem*

las exportaciones de México al Triángulo del Norte están libres de arancel desde la implementación de este acuerdo. En 2007, el comercio total entre México y el Triángulo del Norte alcanzó 2 mil 750 millones de dólares.¹⁶

Tratado de Libre Comercio con Uruguay (2004)

Este acuerdo ha permitido a México incrementar su participación en la región económica del Mercosur. En 2007 el comercio entre México y Uruguay fue de 422 millones de dólares.¹⁷

Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre México y Japón (2005)

Acuerdo gracias al cual, el comercio bilateral entre México y Japón ha crecido 26 por ciento, para alcanzar 18 mil 200 millones de dólares en 2007.¹⁸

De este modo México se ha comprometido firmemente con la liberalización económica. En los últimos 16 años, abandonó el control de precios y estimuló la competencia mediante reformas normativas y la eliminación de barreras artificiales al ingreso de bienes, modificó el modelo cerrado de desarrollo industrial mediante la sustitución de importaciones en favor del crecimiento que hace hincapié en las exportaciones.

Luego de una reducción unilateral de los aranceles y de la eliminación de las licencias de importación, en 1986 México se unió al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (hoy la Organización Mundial de Comercio - OMC) y desde entonces ha seguido políticas de mercado con gran determinación y compromiso y participa activamente en negociaciones de comercio bilaterales, regionales y multilaterales, estas medidas de liberalización del comercio adoptadas por México y su red de acuerdos de libre comercio libre e inversión han hecho una importante contribución a nuestro desarrollo económico de largo plazo.

2.1.1 Producción nacional

Durante 2007, la actividad económica en México presentó un menor dinamismo que en el año anterior. El PIB registró un crecimiento real anual de 3.3 por ciento, que se compara con 4.8 por ciento en 2006. Esta desaceleración se originó,

¹⁶ *Ibidem*

¹⁷ *Ibidem*

¹⁸ *Ibidem*

principalmente, por un menor crecimiento de la demanda externa, aunque también el gasto interno atenuó su ritmo de expansión. Por su parte, la disminución en el crecimiento de la masa salarial y en los ingresos por remesas del exterior contribuyeron a la desaceleración del gasto de consumo privado. La inversión, en particular la realizada por el sector privado, también redujo su tasa de crecimiento.¹⁹

La actividad económica redujo su ritmo de expansión con respecto al año anterior en el primer trimestre, esta evolución fue resultado, principalmente, de la fuerte desaceleración de la economía de los Estados Unidos de América, la cual impactó el dinamismo de la producción manufacturera de ese país y de México, situación que refleja el estrecho vínculo entre las variaciones de la producción industrial en la Unión Americana y su impacto en el dinamismo de las exportaciones petroleras y manufactureras de nuestro país²⁰.

Sin embargo, es importante destacar que a partir del segundo trimestre de 2007 la economía del país empezó a mostrar signos claros de una recuperación importante en la actividad productiva. Las exportaciones mexicanas y la fabricación de vehículos tuvieron un desempeño más dinámico, lo cual aunado al comportamiento favorable que se mantuvo en los componentes del gasto del sector privado, permitió elevar sustancialmente el ritmo de crecimiento de la economía con respecto al observado en los primeros tres meses del año.

En el primer trimestre de 2007 la demanda externa por productos mexicanos tuvo una pérdida de dinamismo debido a la desaceleración de la economía estadounidense, lo que propició que las exportaciones totales de bienes y servicios presentaran una disminución anual real de 1.6%.

Los principales componentes de la demanda agregada de los dos países también muestran una fuerte sincronía entre los ciclos económicos de ambas naciones. En el primer trimestre de 2007 la demanda agregada en México mostró un desempeño diferenciado. Por el lado de la demanda interna, el consumo y la inversión privados continuaron registrando variaciones reales anuales positivas, impulsados por la estabilidad macroeconómica.

¹⁹ <http://www.economia.gob.mx> consultada el 9 de octubre del 2008.

²⁰ Primer informe de gobierno, Periodo 2000 mayo de 2007 la correlación del sector de ambos países fue de 0.9.

- La producción industrial mostró un ritmo de crecimiento anual real de 0.7%, con una evolución diferenciada a su interior.
- El desempeño en la actividad fabril, aunado a una mayor demanda de energía en el sector residencial, impulsó el crecimiento de la generación de electricidad, gas y agua en 4.1% anual real.
- La expansión del financiamiento para la vivienda, así como el desarrollo de proyectos de infraestructura en vías de transporte y comunicación, propiciaron que la construcción registrara un aumento anual real de 1.6%.
- La producción minera observó un crecimiento de 1% anual real, propiciado por una mayor participación de la actividad no petrolera.
- La industria manufacturera creció a un ritmo anual real de 0.2%, resultado que se derivó principalmente de una mayor producción de carnes y lácteos; preparación de frutas y legumbres; cerveza y malta; productos a base de minerales no metálicos; jabones, detergentes y cosméticos; vidrio y productos del mismo; y maquinaria y equipo no eléctrico, entre otros.
- El sector agropecuario registró un crecimiento anual real de 2%, derivado de una mayor cosecha de maíz, aguacate, caña de azúcar, jitomate, manzana, durazno, cebolla, alfalfa verde, y sorgo, principalmente.²¹

Los principales cultivos que se producen en México son: Maíz en grano, avena, sorgo, trigo, tomate rojo, chile verde, papa, frijol, cebolla, caña de azúcar, pastos, alfalfa verde, naranja, mango, café, cereza y aguacate²².

Producción pecuaria: carne, comprende carne de ave, bovino, caprino, ovino y porcino, leche de bovino y caprino, huevos y miel²³.

Producción pesquera: Sardina, camarón, atún y similares, mojarra, ostión, tiburón, cazón y otras especies pesqueras²⁴.

²¹ http://www.economia.gob.mx/pics/pages/5200_5208_1_base/Resultados_TLCUEM.pdf
16 de enero 2009.

²² Los cultivos fueron seleccionados de acuerdo al valor de la producción en el 2007, corresponden a los denominados genéricos, es decir se agrupan en un solo concepto, las diversas variedades de cada cultivo. Fuente: Secretaría de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación. Sistema de información agroalimentaria de consulta SIACON. México 2008.

²³ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. *Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON)*. México, 2007.

²⁴ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, citada en Presidencia de la República. Primer Informe de Gobierno, 2007. Anexo Estadístico. México, 2007.

Producción maderable por producto: Escuadría, celulosa, chapa y triplay, postes, pilotes y morillos, combustibles, durmientes²⁵.

Producción minerometalúrgica: metales preciosos como oro y plata, industriales no ferrosos: cobre, zinc, plomo, molibdeno, siderúrgicos: coque, carbón mineral, fierro, minerales no metálicos: sal²⁶.

Producción de hidrocarburos y gas natural: petróleo crudo, líquidos de gas, gas natural²⁷.

Producción manufacturera, principales productos: automóviles de 4 cilindros, camiones de carga comerciales y ligeros, planchones y palanquillas, refrescos de cola, cemento, láminas de acero, automóviles de 6 y 8 cilindros, acero: tubos, refrescos de sabores frutales, cervezas de todo tipo, cigarrillos de todo tipo²⁸.

2.1.2 Las exportaciones mexicanas: algunos ejemplos

Hace once años México, Canadá y Estados Unidos de América (EUA) conformaron un área de libre comercio con un Producto Interno Bruto (PIB) de \$11.4 billones de dólares. Eso convertía a América del Norte en el área de libre comercio más grande del mundo, con cerca de una tercera parte del PIB mundial, muy superior al de la Unión Europea (UE). Aun con la incorporación de los diez países nuevos miembros de la UE, el PIB de ésta se incrementó a 8.3 billones de dólares, quedando todavía muy lejos del PIB de la región TLCAN.²⁹

Entre algunos de los resultados favorables de este tratado, se encuentran los siguientes: los países del TLCAN son responsables del 19% de las exportaciones mundiales y del 25% de las importaciones.

Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca. México, 2007.

²⁵Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, citada en Presidencia de la República. Primer

Informe de Gobierno, 2007. Anexo Estadístico. México, 2007.

²⁶ INEGI. La Minería en México. Edición 1996. México, 1997. INEGI. Estadísticas Económicas. Industria Minerometalúrgica. Agosto, 2007. México. Consulta en Internet el 13 de septiembre de 2007: www.inegi.gob.mx.147.0.

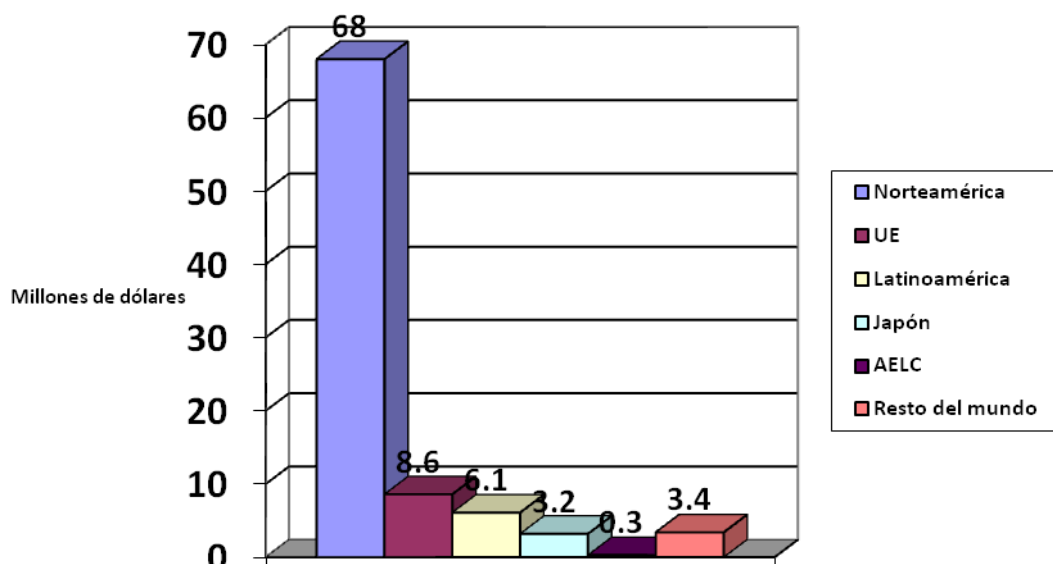
²⁷Petróleos Mexicanos. Anuario Estadístico, 2006. México, 2007.

²⁸ INEGI. Encuesta Industrial Mensual. Resumen Anual, 2005. México, 2007.

²⁹ <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/mcro-tlcan.htm> 25 de octubre 2008.

Aproximadamente una cuarta parte del comercio total de la región se realiza entre los países socios del TLCAN. Entre 1994 y 2003 el crecimiento promedio anual del comercio total entre México, EUA y Canadá ha sido 8.1%. En ese lapso, el comercio total entre México, EUA y Canadá aumentó 117% (cerca de 337 mil millones de dólares) para superar los 626 mil millones de dólares en 2003. En los últimos años, México se ha convertido en la 8ª potencia comercial mundial y la 1ª primera potencia comercial en América Latina, con una participación del 44% en las exportaciones y 49% en las importaciones totales de la región.³⁰

Gráfica 5. Comercio Total de México 2007



Fuente: Elaborado por la autora con información de la Secretaría de Economía
http://www.economia.gob.mx/pics/pages/5200_5208_1_base/Foro-taller.pdf

En la gráfica anterior se puede observar que tan sólo en diez años, México logró triplicar sus exportaciones: de 51.9 mil millones de dólares a 164.9 mil millones de dólares entre 1993-2003. Incrementado sus importaciones 161%: de 65.4 a 170.6

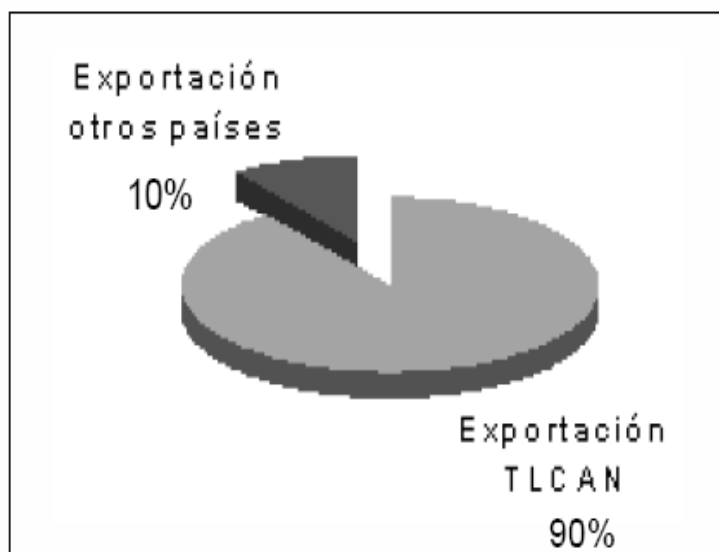
³⁰ www.bancomext.com/Bancomext/ControlServlet?category=2655&document=6250 – 25 octubre 2008.

mil millones de dólares entre 1993-2003. En 2003, 90.5% del valor total de las exportaciones mexicanas fueron dirigidas a EUA y Canadá.³¹

La economía mexicana y sus políticas de comercio exterior, tienen como objetivo ser competitivos en sus exportaciones. La competitividad mexicana fue puesta a prueba con la entrada en vigor del TLCAN y México ha dado una muestra, sobrepasando todas las expectativas. Es importante señalar que el jaguar latino ha llegado a ser una potencia exportadora y un ejemplo a seguir para los otros países latinoamericanos. Actualmente es una economía fuerte en las exportaciones aprovechando las oportunidades y ventajas del TLCAN. Es necesario hacer notar que con este tratado de libre comercio las exportaciones mexicanas se cuadruplicaron debido a la intensificación del intercambio comercial entre Canadá y los Estados Unidos, así como lo muestra la gráfica siguiente:

Gráfica 6. Exportaciones del Tlcan.

**EXPORTACIONES DE MÉXICO HACIA
ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ**



Fuente: Elaborado por la autora con información Presentación del anuario de SECOFI, al cierre del 2002.

³¹ *Ibidem*

Por otro lado, durante los años noventa México en materia de exportación sufría un período de estancamiento y las relaciones comerciales entre México y la Unión Europea mostraban un desequilibrio es ascenso en contraposición con el dinamismo de las ventas europeas, buena parte de las importaciones provenientes de Europa han sido compras de bienes intermedios y de capital que a final de cuentas se ha traducido y contabilizado- al ser transformadas y reexportadas – como ventas realizadas al exterior principalmente al País vecino de los Estados Unidos³². Este hecho debe ser tomado en cuenta para valorar el cada vez mayor déficit comercial de México con la Unión Europea. Sin embargo el fenómeno más inquietante alrededor del déficit de la balanza comercial es evitar el estancamiento de las ventas mexicanas.

Sin duda, las exportaciones nacionales en la década de los noventas se vio bastante afectada por fenómenos como la caída del precio del petróleo – hasta 1998 – y de otras materias primas. Reflejándose una mejoría en las ventas de petróleo durante el 2002 representado un 27.8%³³ del total de las exportaciones mexicanas a Europa situación que nos demostró, que más de la mitad de las ventas de México a la UE, dependen básicamente del petróleo, las autopartes y los vehículos, esto fue lo que se reflejó al cierre del 2002.

En este sentido fue necesario que México formara parte de los tratados internacionales si no quería estar estancado y tomar perspectivas comerciales muy apegadas a la de los enfoques de los sistemas mundiales para una mayor intercomunicación entre los centros de poder mundial y sus transacciones comerciales.

Con la entrada en vigor del tratado de libre comercio entre México y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC), se han impulsado tanto la inversión como la exportación y el comercio en los primeros seis años. El comercio en México registra niveles record. Desde el 2000 comercio bilateral total (exportaciones más importaciones) ha crecido en 53.2 por ciento, llegando a 1.6 mil millones dólares en 2006. Suiza representó el 76.2 por ciento del comercio total entre México y la AELC y Noruega aportó el 21.6 por ciento.

³²Salinas Chávez Antonio, "Argumento sostenido", 522p., años 1998 y 1999.

³³Cálculos hechos por la Secretaría de Economía en el anuario de los años 1999 al 2002. www.economía-snci.gob.mx.

A continuación se mostrará a manera de ejemplo algunos de los instrumentos internacionales como tratados celebrados por México con otros países en materia de exportación (balanza comercial de los grupos de tratados internacionales de 1993 al 2003):

Con América del Norte en los últimos diez años la balanza comercial ha sido superavitaria, pasando de un comercio total de 106 mil millones de dólares en el año de 1994, cuando se registró su último déficit (-3'145,412), hasta llegar a más de 252 mil millones de dólares en 2003, con un superávit de 41 mil millones de dólares.

Entre 1993 y 2002 el comercio entre estos dos países creció a una tasa anual de 12.3 %, sin embargo este porcentaje es inferior a la tasa de 15.4 % que se registró entre 1986 y 1993, antes de existir el TLCAN.

En el caso de Canadá, por el contrario, el saldo es deficitario (-474,293 dólares) en 2003, y el comercio total se ha duplicado, pasando de más de 3 905 millones en 1994 a más de 6 900 millones de dólares en 2003.

Otro ejemplo es el conocido como Grupo de los 3 (México-Colombia-Venezuela), con el cual se ha logrado duplicar el comercio en términos absolutos, pero los volúmenes no son significativos, con relación a otras regiones. Con Colombia desde el inicio del tratado, se pasó de 550 mil dólares de comercio total a 925 mil en 2003, con un superávit de 114 mil dólares. Para el caso de Venezuela de 593 mil dólares en 1995, se pasó a más de un millón en 2002, cayendo a 894 mil dólares en 2003, teniendo un déficit con este país, en ese último año, de 237 mil dólares.

Otro modelo es el comercio mexicano con Costa Rica el cual se ha triplicado pasando de 157 mil dólares en 1995 a 915 mil en 2004. Sin embargo nuestro déficit en el último año fue de 252 mil dólares.

Con el Triángulo del Norte México registra saldos favorables en su comercio, sin embargo el volumen del total de comercio no tiene significación. Con El Salvador el comercio total se ha mantenido en los 300 mil dólares desde el año de 2001 en que entró en vigor el tratado hasta el 2003. Con Honduras pasó de 197 mil dólares

en el primer año a 256 mil en 2003. En el caso de Guatemala se ha mantenido arriba de los 650 mil dólares en los años referidos.

Los países centroamericanos dependen de manera significativa de los ingresos fiscales de algunos artículos que son particularmente sensibles, por lo que fueron excluidos de la liberación o los plazos de desgravación son demasiados largos³⁴, lo que representa una actitud defensiva de esos países en cuanto al propio acuerdo. Además desde la firma del TLCAN, las naciones del istmo iniciaron gestiones con los estadounidenses para firmar un acuerdo similar³⁵, lo cual ya han realizado y están en espera de la ratificación de sus respectivos Congresos.

Por otro lado está el tratado con Nicaragua de 1998, el comercio total estaba en 78 mil dólares en ese año. Para el año de 2003 se registró 149 mil dólares, con un superávit por parte de México de 72 mil dólares. De esta forma, Nicaragua participó con 0.04% del comercio total de México durante 2003.³⁶

Existe otro ejemplo y ese es con Israel, desde mediados de los años noventa México mantiene una relación comercial deficitaria con Israel. En el año 2000 en el que entra en vigor el tratado teníamos un comercio global de 351 millones de dólares, y en el 2003 apenas llegó a 370 millones de dólares, con un déficit para México de 256 mil dólares.³⁷

Las cifras de intercambio comercial entre México y Bolivia casi se han duplicado desde la entrada en vigor del tratado cuando en 1995 se registraron 32 millones de dólares y en 2003 se anotan 53 millones de dólares. Sin embargo desde 2002 se registra un déficit para México que en 2003 es de cerca de 4 millones de dólares.

³⁴ Blanco, H, y Zabudovsky, J. *Alcances y límites en las negociaciones del ALCA*, Documento de Trabajo IECI-01, Banco Interamericano de Desarrollo, INTAL, 2003, p.9.

³⁵ El Tratado D-CAFTA (Rep. Dominicana, Centroamérica y EE.UU.), será un mercado de 300 millones de consumidores y se considera que traerá beneficios a los sistemas de apoyo crediticio y tecnológico, protección arancelaria, entre otros. Foro: Inversión y Comercio, organizado por el BID, Tegucigalpa, Honduras, septiembre de 2004, Diario "El Herald"p.2

³⁶ http://www.economia.gob.mx/work/sneci/negociaciones/nic/pdfs/com_antesdespues_nicaragua.pdf 25 octubre 2008

³⁷ http://www.sice.oas.org/TPD/Mex_ISR/Studies/Comercio_s.pdf 25 octubre 2008.

Desde que entró en vigor el tratado México-Chile, México empezó a ser deficitario en su comercio con dicho país. Del millón 400 mil dólares de intercambio de mercancías entre ambos países en 2003, México sólo exportó 322 mil dólares, quedándole un saldo desfavorable que duplica sus exportaciones (759 mil dólares).

Al contrario del tratado con Uruguay, México ha mantenido una balanza favorable, la cual registró en 2003 un saldo de 40 millones de dólares.

Y con respecto al bloque económico que nos compete, el comercio total del acuerdo con la Unión Europea pasó de 20 mil millones de dólares en el año 2000 al inicio del tratado a 23 mil millones de dólares en 2003. En términos de volumen el comercio se ha incrementado pero en realidad la Unión Europea ha disminuido su contribución en el total del comercio mexicano, cuando en 1990 representaba el 10%, y hoy sólo el 7%, además que sólo 5 países de la unión: Alemania, España, Italia, Francia y Reino Unido, concentran el 80% de este intercambio comercial.

También la Asociación Europea de Libre Comercio es un mercado potencial para los productos mexicanos y una importante fuente de inversión. La constituyen Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza. Para el 2007 tenía un PIB de 810 mmd. La IED acumulada asciende a 2.9 mmd (crecimiento de 2200% respecto a 1999). A marzo de 2008, existen 512 empresas con inversión de la AELC en México.³⁸

Resumiendo lo anterior las exportaciones entre 1990 y 2003³⁹ se multiplicaron por 4, al pasar de 40 mil millones de dólares a 166 mil millones de dólares. El comercio con Costa Rica en 328% desplazando a Guatemala como el principal proveedor centroamericano. El comercio con Bolivia incrementó un 18% mientras que las exportaciones crecieron un 82%. El comercio con el Triángulo del norte, representa el 21% del total de las exportaciones a América Latina.

³⁸ http://www.economia.gob.mx/pics/pages/5200_5208_1_base/Foro-taller.pdf 25 octubre 2008

³⁹ Datos de la Subsecretaría de Negociaciones comerciales Internacionales, México 2008.

Exportaciones mexicanas a la AELC⁴⁰:

En 2006, México exportó 183.9 millones de dólares (md) a la AELC. Los sectores de exportación mexicanos con mayor participación son: químicos (20.6%), equipo de oficina y telecomunicaciones (19.1 %) y productos agrícolas (17.9%) incluyendo café, miel, frutas y verduras. Estos sectores representan más de la mitad de las exportaciones mexicanas a AELC.

Los sectores de exportación que experimentaron los mayores incrementos en términos de valor a la AELC, en el período 2000-2006, son: otras manufacturas de bienes de consumo (14 md), hierro y acero (9.1 md), productos alimenticios (8.4 md) y maquinaria (7.4 md). Suiza representó 51.1 por ciento de las exportaciones mexicanas a la AELC y Noruega 46.3 por ciento.

Saldo de la balanza comercial acumulado de enero a diciembre del 2007⁴¹:

Durante 2007 el valor total de las exportaciones de mercancías cerró en 272,084 millones de dólares, para un incremento de 8.8 por ciento. En ese año las exportaciones petroleras crecieron 9.9 por ciento, mientras que las no petroleras lo hicieron en 8.6 por ciento. Esta última tasa se debió al avance de 5 por ciento de las exportaciones dirigidas a Estados Unidos y de 30.3 por ciento de las canalizadas al resto del mundo.

Por otra parte, el valor de las exportaciones de productos manufacturados se elevó 9.1 por ciento a tasa anual, como resultado de incrementos de 0.4 por ciento de las exportaciones de la industria automotriz y de 12.1 por ciento de las efectuadas por el resto del sector manufacturero.

⁴⁰ Datos de la Subsecretaría de Negociaciones comerciales Internacionales, México 2006.

⁴¹ Información revisada sobre la balanza comercial, comunicado de prensa publicado el 11 de febrero del 2008 por la SHCP (Secretaría de Hacienda y crédito público). Fuente INEGI.

En cuanto a su comportamiento en 2007 las exportaciones manufactureras crecieron 8.3 por ciento, destacando las variaciones que registraron las de productos químicos; siderúrgicos; minerometalúrgicos; equipos y aparatos eléctricos y electrónicos, y productos metálicos de uso doméstico (principalmente refrigeradores).

En 2007 el valor de las exportaciones petroleras cerró en 42,890 millones de dólares, un monto sin precedente que reflejó los elevados precios del crudo que prevalecieron en los mercados internacionales durante la mayor parte de ese año. Así, en 2007 el precio promedio de la mezcla de crudo mexicano de exportación alcanzó 61.43 dólares, un nivel que superó en 8.39 dólares al observado un año antes. Por su parte, las importaciones petroleras se ubicaron en 2007 en 25,703 millones, de manera que en dicho año el saldo superavitario del comercio exterior de productos petroleros se situó en 17,187 millones de dólares, mientras que en 2006 había sido de 19,005 millones.

Durante 2007 las ventas al exterior de los productos agropecuarios mostraron un crecimiento anual de 12.8 por ciento, derivado principalmente de aumentos en el valor de las exportaciones de aguacate, café crudo en grano, frutas, cítricos y trigo.

Por su parte, las extractivas llegaron a 176 millones de dólares en el último mes del año anterior, presentando una variación anual de 7 por ciento, mientras que en el periodo enero-diciembre ésta fue de 31.9 por ciento.

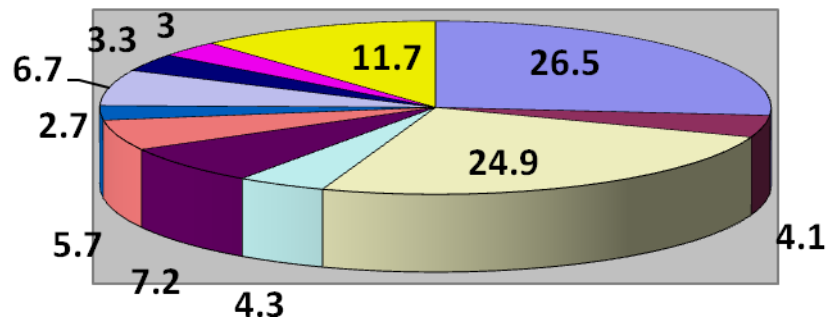
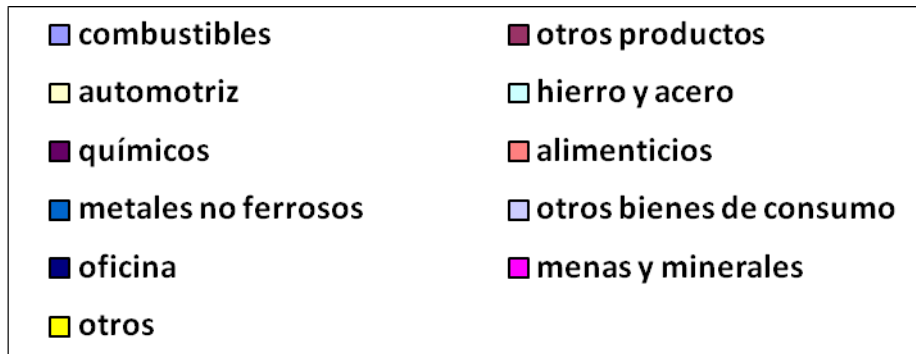
A continuación se muestran 2 gráficos donde podremos apreciar los principales socios comerciales europeos con los que mantiene relación México; además de los principales productos exportados, divididos por sector.

Cuadro 6. Comercio de México con la UE en 2007 (por país)

PAÍS	EXP.	%
ALEMANIA	4.675.	28.
ESPAÑA	3.771.	23.
REINO UNIDO	2.66.3	12.
BELGICA	1429.8	8.8
PAISES	1408.3	8.6
FRANCIA	787.9	4.8
ITALIA	589.4	3.6
PORTUGAL	309.1	1.9
IRLANDA	166.8	1.0
HUNGRIA	142.5	0.9
POLONIA	142	0.9
FINLANDIA	137.2	0.8
SUECIA	121.9	0.7
AUSTRIA	108.0	0.7
REP. CHECA	106.9	0.7
DINAMARCA	105.5	0.6
RUMANIA	62.5	0.4
GRECIA	59.8	0.4
LUXEMBRUG	57.7	0.4
ESLOVAQUIA	16.9	0.1
BULGARIA	11.6	0.1
ESLOVENIA	11.1	0.1
LITUANIA	6.2	0
CHIPRE	3.8	0
LETONIA	3.7	0
ESTONIA	2.5	0
MALTA	1.8	0
TOTAL UE	16.306	100

Fuente: Secretaría de Economía con datos de Banxico y Eurostat.

Gráfica 7. Exportaciones a la UE en 2007.



Fuente: Elaborado por la autora con información de la Secretaría de Economía Estadísticas

De 1999 a 2007, las exportaciones mexicanas a la UE aumentaron a una tasa anual promedio de 58.7%. Las ventas mexicanas a la UE registraron crecimiento prácticamente en todos los sectores así como lo muestra la gráfica anterior. A diferencia de las ventas comunitarias a México, las exportaciones mexicanas están relativamente concentradas. Los sectores que mayor participación han alcanzado en 2008 son: petróleo, vehículos, maquinaria y material eléctrico, reactores nucleares, perlas y piedras preciosas e instrumentos y aparatos de óptica.

Algunos sectores en los que las exportaciones mexicanas a la UE han registrado mayor dinamismo a partir de la entrada en vigor del tratado son: cereales; cinc, plomo y productos fotográficos o cinematográficos.

El petróleo es el principal producto de exportación a la UE, representa cerca del 29% de las ventas mexicanas a este bloque comercial, con más de 27 millones de dólares durante el primer semestre de 2008. Por lo que se refiere a las exportaciones no petroleras, su composición es netamente industrial. Con excepción de la cerveza, los primeros quince productos no petroleros que México exporta al bloque comunitario son bienes industriales, en los sectores automotriz, acero, electrónico, aparatos de medicina y de comunicación.

En materia de preferencias arancelarias pactadas en el TLCUEM, las exportaciones mexicanas a la UE reflejan una tasa de aprovechamiento menor que las comunitarias a México. Al ser un bloque comercial relativamente abierto, los aranceles a la importación aplicados en la UE a la gran mayoría de los bienes industriales son muy bajos

2.1.3 La producción nacional de productos agroalimentarios

Con base en datos del Banco de México se añaden los principales productos agroalimentarios que México produce: tomate; el tequila y el mezcal; aguacate 5%; melón, sandía y papaya, los bovinos en pie, pepino, los chiles en sus diferentes variedades, la naranja, el limón, café, legumbres, pescado.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) proporciona la siguiente información relativa a la importancia que tiene los productos agroalimentarios dentro de las exportaciones y el porcentaje que representa dentro de la balanza comercial: el tomate representó 16% de las exportaciones totales; el tequila y el mezcal 6%; aguacate 5%; melón, sandía y papaya 4%, y los bovinos en pie 4% del total de las ventas de México al mundo.⁴²

Las exportaciones de productos agroalimentarios y pesqueros con los países de la Unión Europea (UE), tuvieron un incremento de 22 por ciento, al pasar de 114.6 millones de euros de enero a marzo del 2006 a 139.6 millones de euros en 2007. Y de acuerdo con los datos de la Agencia Europea de Estadística (Eurostat), el 69.4% de las exportaciones se concentró en cinco grupos de bienes: bebidas alcohólicas, café, legumbres, frutas y pescado.⁴³

⁴² <http://www.sagarpa.gob.mx/> consultada 30 octubre 2008.

⁴³ *Ibidem.*

Según informes del Banco de México el valor de las exportaciones agropecuarias y pesqueras en diciembre del 2008 cerró en 714 millones de dólares, lo que implicó una disminución de 2.8 por ciento a tasa anual. En tales exportaciones sobresalieron los crecimientos que mostraron las de legumbres y hortalizas (24.4 por ciento), cítricos (12.7 por ciento), fresas frescas (20.2 por ciento) y ganado vacuno (15.9 por ciento). En contraste, las exportaciones de frutas y de jitomate mostraron descensos (de 49.1 y 17.3 por ciento, respectivamente). Por otra parte, durante 2008 las ventas al exterior de los productos agropecuarios y pesqueros mostraron un crecimiento anual de 12.8 por ciento, derivado principalmente de aumentos en el valor de las exportaciones de aguacate; jitomate; legumbres y hortalizas; y de trigo.

Durante 2008 el valor total de las exportaciones de mercancías ascendió a 291,807 millones de dólares, para un incremento de 7.3 por ciento. En ese año las exportaciones petroleras aumentaron 17.7 por ciento, mientras que las no petroleras lo hicieron en 5.4 por ciento. En cuanto a las exportaciones manufactureras su crecimiento ese año resultó de 5.1 por ciento, destacando los que registraron las de productos químicos; siderúrgicos; minerometalurgia; equipos y aparatos eléctricos y electrónicos; equipo profesional y científico; y productos metálicos de uso doméstico (principalmente refrigeradores).⁴⁴

La estructura del valor de las exportaciones de mercancías en 2008 fue la siguiente: bienes manufacturados, 79.1 por ciento; productos petroleros, 17.3 por ciento; bienes agropecuarios, 2.9 por ciento; y productos extractivos no petroleros, 0.7 por ciento.⁴⁵

Esto cifra refleja que los productos agroindustriales nacionales han empezado a diversificar sus puntos de venta.

México es el primer exportador y productor mundial de aguacates, mangos, papayas, sandías y melones. El segundo vendedor de cebolla, nueces, garbanzos, pepinos, espárragos y limones, y el tercero en berenjenas, pimientos, tomates, espinacas, calabazas, coliflor y fresas.

⁴⁴ <http://www.banxico.org.mx/documents/%7Bf6f4acff-1b34-378d-64fd-e4f5d9db17c3%7D.pdf> consultada el 23 febrero 2009.

⁴⁵ *Ibidem*.

Aunque el principal mercado de venta de los productos del campo mexicano sigue siendo Estados Unidos, la relación comercial registra una importante expansión hacia países de Centroamérica como El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Belice.

Lo anterior también se observa en los países de la [Unión Europea](#) como España, Portugal, Italia, Alemania, Francia, Bélgica, Reino Unido, Suiza, Suecia y Holanda, entre otros. También se están vendiendo cada vez más alimentos mexicanos en países como Japón, China, Emiratos Árabes, Sri Lanka, Hong Kong, Singapur, Indonesia y Malasia⁴⁶.

2.2 Productos que se exportan a la Unión Europea.

La UE es la principal región demandante de alimentos y bebidas, los principales países importadores son: Alemania, Italia, Reino Unido, Países bajos, España y Francia⁴⁷.

Los países de la UE consumen el 57% de las exportaciones mundiales en frutas frescas y el 56% de hortalizas, los 27 países tienen el mayor consumo per cápita de carne de cerdo del mundo.

Algunos ejemplos de productos totalmente obtenidos en un país beneficiario son: Productos del reino vegetal, animales vivos, productos de la caza y pesca, productos extraídos del suelo o subsuelo marino, entre otros.

La UE demanda en los últimos tres años, productos del sector automotriz, muebles, alimentos frescos y procesados, textiles en materia de confección, material eléctrico y electrónico, calzado, muebles y regalos.

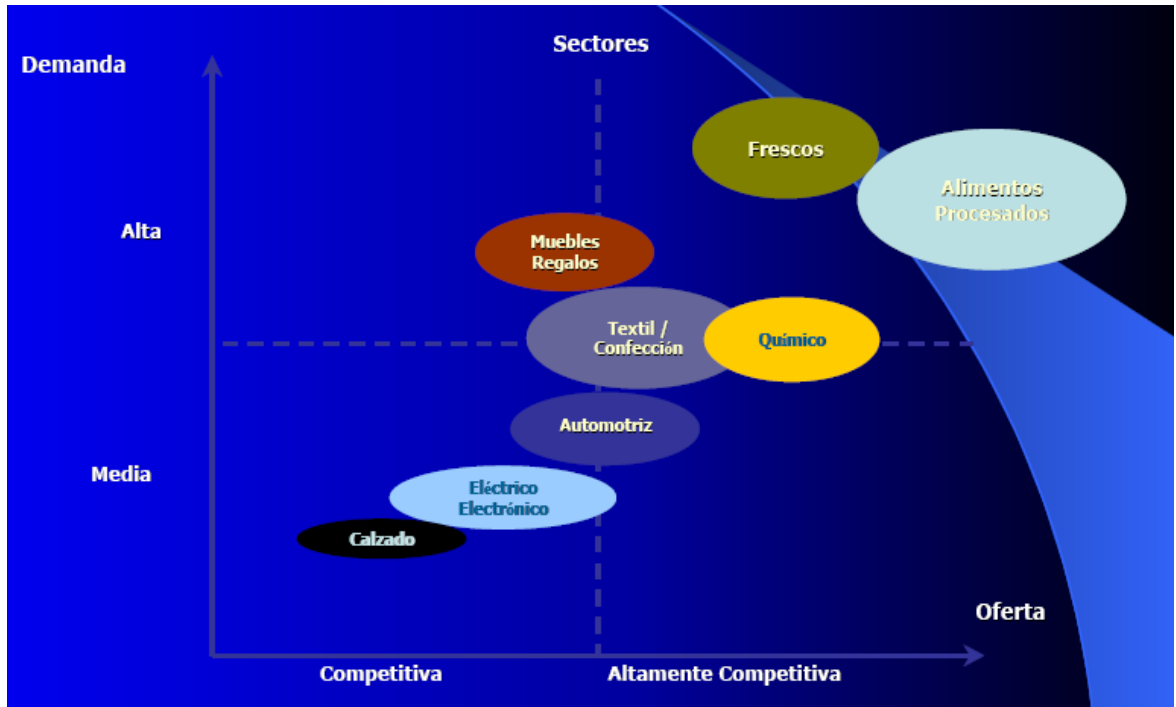
A continuación de forma grafica presentamos los sectores con mayor demanda en la Unión Europea, a manera de referenciar la importancia que debe de tener para los empresarios mexicanos el comercializar con esta comunidad, al mismo tiempo con el objetivo de impulsar los lazos de comercio que establezcan estrategias que les permita aventurarse a llevar sus productos arriesgando en lo menor posible en

⁴⁶Nota informativa /www.informador.com.mx/economia, publicada el 16/09/08, consultada el 27/09/2008.

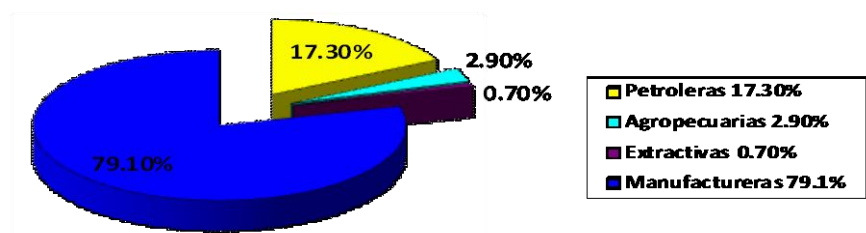
⁴⁷Capítulos del 1 al 23 del sistema armonizado, fuente: World Trade Atlas-2005.

este camino, aprovechando únicamente los beneficios de los diferentes cupos arancelarios que se van abriendo año con año.

Gráfica 8. Diagrama de la demanda de los diferentes sectores en el intercambio comercial con la UE



Gráfica 9. Estructura de las exportaciones a la UE de mercancías Enero-Diciembre 2008.



Fuente: <http://www.bancomexico.org.mx>

Como pudimos ver en la gráfica 9 el valor de las exportaciones agropecuarias y pesqueras en diciembre pasado cerró en 714 millones de dólares, lo que implicó una disminución de 2.8 por ciento a tasa anual. En tales exportaciones sobresalieron los crecimientos que mostraron las de legumbres y hortalizas (24.4 por ciento), cítricos (12.7 por ciento), fresas frescas (20.2 por ciento) y ganado vacuno (15.9 por ciento). En contraste, las exportaciones de frutas y de jitomate mostraron descensos (de 49.1 y 17.3 por ciento, respectivamente). Por otra parte, durante 2008 las ventas al exterior de los productos agropecuarios y pesqueros mostraron un crecimiento anual de 12.8 por ciento, derivado principalmente de aumentos en el valor de las exportaciones de aguacate; jitomate; legumbres y hortalizas; y de trigo.

Durante 2008 el valor total de las exportaciones de mercancías ascendió a 291,807 millones de dólares, para un incremento de 7.3 por ciento. En ese año las exportaciones petroleras aumentaron 17.7 por ciento, mientras que las no petroleras lo hicieron en 5.4 por ciento. En cuanto a las exportaciones manufactureras su crecimiento ese año resultó de 5.1 por ciento, destacando los que registraron las de productos químicos; siderúrgicos; minerometalurgia; equipos y aparatos eléctricos y electrónicos; equipo profesional y científico; y productos metálicos de uso doméstico (principalmente refrigeradores).

Es importante tomar en cuenta que para establecer el intercambio o bloque comercial entre México y la UE se realizan estudios de mercado de los productos que importa los europeos; por ejemplo, gustan de consumir frutas tropicales que comercializan principalmente por grandes redes de distribución, esto indica un mercado altamente competitivo y poderoso que hace presión en la calidad, presentación y en los precios de los productos importados.

Los productos que generan demanda en este mercado en el sector alimenticio principalmente recaen en los siguientes:

- Productos pesqueros y acuícolas: atún, dorado, calamar, camarones congelados, langosta y pulpos.
- Alimentos frescos (sobre todo orgánicos): aguacate, piña, ajo, cebolla, frutas, hierbas, especias, limón, mango, nuez, uva, nopal.

- Alimentos procesados: alimentos estilo mexicano, apicultura, botanas, conservas, guacamoles congelados, salsas, tequila, mezcal.⁴⁸

Los Países que demandan los alimentos procesados y frescos son: Alemania, España, Francia, Italia, Los Países bajos y Reino Unido.⁴⁹

Dentro de las frutas tropicales que demandan los europeos enmarcadas en el estudio realizado por la base de datos de COMEX de EUROSTAT son las siguientes:

- El mercado español consume principalmente los siguientes alimentos: piñas, sandías, melones, aguacates, guayabas, mangos, papayas, cítricos, peras, manzanas.
- El mercado Italiano consume: plátano, piña, toronja, mango, limón, zarzamora , esparrago verde, garbanzo seco, pasta de cacao, café en grano, tortillas congeladas, alimentos típicos preparados instantáneos, pulpos, langostas congeladas, atún, camarón blanco congelado, vainilla, concentrados cítricos, frutas deshidratadas.
- Bélgica consume principalmente: Frutas frescas. Los importadores de frutas frescas están en constante búsqueda de nuevos proveedores para productos ya conocidos, nuevas variedades y frutos de contra estación, con el fin de poder cubrir con oferta suficiente y constante, la demanda del mercado durante todo el año. Lo anterior se debe a que los consumidores demandan una oferta continua de productos frescos, de acuerdo a datos de la consejería se detectan oportunidades para las siguientes: sandía sin semilla; melón variedades, papaya variedades de piña; mango en variedades rojas y ataúlfo; naranja valencia; limón persa; toronja roja, rosada y blanca.
- El mercado Alemán prefiere los siguientes alimentos: frutas tropicales como mango, aguacate, limón persa por su calidad. Alimentos orgánicos: Alemania mayor mercado para alimentos orgánicos en Europa, por ejemplo para: especias, fruta tropical fresca, café orgánico, etc.

⁴⁸ Datos de la Secretaría de Economía Oct. 2006.

⁴⁹ Fuente grupo Europa 2006.

- El Reino Unido de igual forma muestra cierta preferencia de consumir: Alimentos frescos y procesados, 12.7 millones de dólares de los cuales el 52.4% es de consumo de vegetales y el 47.6% de frutas⁵⁰, de los cuáles se importan el 95.5% en frutas y el 28.8 en vegetales. Consumen hortalizas de invierno y frutas tropicales, nichos de mercado para el mango, melón, betabel, aguacate, uva, cebollín y cítricos como el limón y la toronja. Productos orgánicos como el cacao en grano, café verde, dátiles. Preferencia hacia los alimentos procesados, principalmente aquellos envueltos en tortillas, consumen del mismo modo chiles jalapeños en vinagre o salmuera. Pescados frescos y refrigerados, camarones.

De acuerdo a la información de la compañía española FRUITS CMR, S.A a través de una entrevista realizada a su presidente comercial Carles Martí Sousa quien opina que la demanda de las frutas tropicales en el caso de España es alta en la época navideña, explica que este comportamiento se da principalmente por la falta de conocimiento del consumidor, los precios altos de estas frutas y la excesiva oferta a precios más bajos de las frutas tradicionales que se producen en el país como por ejemplo los cítricos, peras y manzanas.

En general los empresarios entrevistados en el estudio opinan que existe mucho por hacer en el mercado de las frutas tropicales, manifiestan que las calidades de las mismas son buenas, sin embargo los exportadores deben mejorar la presentación de los productos, hacer esfuerzos de promoción, mejorar la logística, presentar capacidad de suministro, continuidad de marcas y precios más bajos que puedan ser competitivos.⁵¹

Por otro lado, los mismos empresarios coinciden en que productos como piñas, aguacates, sandías y melones son bien conocidos, las calidades son buenas al igual que el sabor gracias al desarrollo de buenas variedades y lo que se necesita es hacer mejores gestiones de marketing.

Para los productos menos conocidos como el mango, que es un producto con un gran potencial, es necesario desarrollar mejores variedades que presenten una buena coloración (asociado con un color rojo maduro) y poca fibra. En el caso de la papaya opinan que las calidades y las variedades son buenas, pero hace falta

⁵⁰Datos de Bancomext, Diapositiva, Oportunidades comerciales en el Reino Unido elaborada en el 2005.

⁵¹Fernández R, información obtenida de la Revista de distribución: "Panorámica de consumo de frutas y hortalizas en la Unión Europea" No. 52, 2000.

hacer conocer más el producto y buscar alternativas de transporte a menores costos y así poder ofrecer mejores precios a los consumidores.

Otros de los aspectos importantes que reflejaron los empresarios es la necesidad de promocionar las frutas tropicales menos conocidas y presentar informaciones de las formas de consumo. Además, mencionan que ésto es un esfuerzo que deben hacer en conjunto los exportadores con los gobiernos de los países productores para promover estas frutas en Europa y de este modo se incrementará la demanda de las importaciones con muchos beneficios para los países exportadores.⁵²

Oportunidades para las siguientes frutas: toronja roja, limón persa, mango, aguacate, litchi, carambola, dátil, zarzamoras, fresas, nueces, higos, uvas, guayaba, papaya, maracuyá, nectarina, fruta de la pasión, pitahaya, tuna, plátano, frambuesas.

Productos pesqueros: Atún, moluscos como abulón, almeja, ostión, camarón, langostas, merluza, calamar, pulpo, lenguado y sardina.

Derivados de la industria alimenticia: Pasta de soya y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soya. Preparaciones alimenticias para animales domésticos. Harinas, polvo o pellets de pescado, crustáceos o moluscos. Tortas y demás residuos sólidos de la extracción de grasas.

Semillas y frutos oleaginosos: Soya, girasol, Lino, ajonjolí, colza, semillas para siembra de remolacha, semillas de trébol.

A continuación se presenta el cuadro 7 que nos refleja los sectores y zonas prioritarios comparativo con el sector de alimentos donde podemos observar el potencial de crecimiento en volúmenes de exportaciones a la UE, la experiencia en exportación como el primer proveedor mundial de hortofrutales a los EE.UU. destacando que existen oportunidades de nichos de mercado en la UE.

⁵²Secretaría General De La Comunidad Andina. 2000. Estudio de inteligencia comercial del mercado Europeo para piña, mango, melón, fresa, palmito, jugos tropicales y quinua. 43 p.

Cuadro 7. Otros rubros de oferta exportable a la Unión europea comparativa por zonas y sectores (mdd).

ZONAS/SECTORES	I	II	III	IV	V	Total
Alimentos	312	49	78	20	41	500
Textil	50	11	14	20	16	111
Regalos	11	45	1	3	28	87
Plastico	200	14	12	6	6	238
Muebles	24	9	6	1	1	41
Construcción	27	10	5	2	1	44
Cuero	15	2	3	5	1	26
Metal	689	434	44	64	118	1349
Papel	6	6	6	1	1	20
Total	1334	580	169	122	213	2416

Fuente: Elaborado por la autora con información de la Secretaría de Economía con datos de Bancomext.

Debido a los datos proporcionados se puede balancear la situación comercial favorable tanto para el rubro de productos agroalimentarios como para otros sectores de la producción esto es con la intención de que el destino se vuelva más atractivo para todos aquellos que se encuentren interesados en acceder al mercado europeo, en el cuadro inferior mostraremos las principales importaciones agroalimentarias y pesqueras en millones de USD, de la UE en el 2004.

Cuadro 8. Comparativo del sector agroalimentario en usd.

PRODUCTOS	MILLONES DE USD
Frutas frescas.	12702
Pescados y mariscos.	12472
Oleaginosas.	7620
Bebidas alcohólicas.	5264
Vegetales preparados.	4848
Café y especias.	4420
Grasa animal	4302
Preparaciones a base de carne.	4026
Hortalizas frescas.	4286

Fuente Elaborado por la autora con información del World Trade Atlas, 2004.

Enseguida se enlistan como dato importante para todos aquellos interesados en introducir sus productos en la UE.

- Demanda ascendente en productos prácticos (fáciles de cocinas y de comer).
- Crece la demanda de productos nuevos.
- Demandan el consumo de productos exóticos.
- Demandan los productos orgánicos.
- Crecen las marcas privadas.
- Demandan un etiquetado visible, honesto e informativo.

La actividad exportadora es una importante fuente de divisas, tanto en productos frescos como en la parte agroindustrial. Por tanto, México se ha mantenido en el mundo como décimo exportador de productos agroalimentarios, según la Organización Mundial de Comercio (OMC), siendo primer lugar en la exportación de aguacates, mangos, papayas, sandías y melones; en segundo cebolla, garbanzos, pepinos, espárragos, nueces y limones; y en tercer lugar berenjenas, pimientos, tomates, espinaca, calabazas, coliflores, y fresas⁵³.

Los principales destinos de la Unión Europea:

Reino Unido Alemania Francia

España Italia Bélgica

Suecia Luxemburgo Países Bajos

Irlanda Portugal Austria

Dinamarca Grecia

⁵³ Acerca con datos de la FAO (Statistical Databases, respecto al volumen exportado en el año 2004).

Los principales productos agroalimentarios exportados durante el 2007, por su valor en miles de US dólares son:

Tabla 3. Principales productos que exporta México en el ámbito general.

PRODUCTO	VALOR
Otras legumbres y hortalizas frescas	2,196,200
Cerveza	1,788,900
Tomate	1,197,900
Tequila y mezcal	740,000
Otros productos agropecuarios	634,400
Aguacate	617,100
Productos de panadería	392,400
Melón, sandía y papaya	344,500
Café sin tostar ni descafeinar	313,100
Preparaciones alimenticias diversas	310,800

Fuente: Elaborado por la autora con información estadística de la página electrónica de la Fao 2007.

CAPÍTULO 3

Estudio de caso: Exportación del aguacate a la Unión Europea

Por ser México un país líder en la producción mundial de aguacate con más de 937 mil toneladas anuales, la exportación de este fruto representa alrededor del 23 por ciento del mercado internacional.

Luego de la apertura casi total del mercado estadounidense de los diferentes mercados principalmente el de Michoacán los productores y exportadores enfrentan un nuevo reto comercial donde México ha podido incursionar con envíos a los principales consumidores europeos, esto se ha dado gracias a las condiciones de excelencia del aguacate mexicano, el desarrollo de los siguientes objetivos desea demostrar que todavía hay mucho por hacer y lograr que el “oro verde” llegue a otros países ampliando su venta en otros continentes.

3.1 El aguacate: ¿Qué es el aguacate?

El aguacate o palto (*Persea americana*) es un [árbol](#) originario de América perteneciente a la familia de las [lauráceas](#). Su fruto se conoce como aguacate o palta¹.

El aguacate de California es una planta nativa de América con una historia larga y distinguida. Hoy la variedad más popular es el Hass. El árbol madre de todos los aguacates Hass nació en un patio en La Habra Heights, California.

El aguacate (*Persea americana*) se originó en el sur centro de México, en algún momento entre el año 7.000 y 5.000 a. C. Pero fue varios milenios antes de que esta variedad silvestre fuera cultivada. Arqueólogos en el Perú encontraron semillas de aguacate doméstico enterradas con momias Incas que datan hasta 750 A.C. y hay evidencias de que los aguacates fueron cultivados en México tan temprano como en [500 a. C.](#)

Su [fruto](#) comestible, recibe el nombre de "aguacate", "palta", "cura", "avocado" o "abacate" según las regiones. Se divide en tres "razas": mexicana, guatemalteca y antillana.

¹ Diccionario Enciclopédico Clase, Zamora editores Ltda. Edición 2001. Barcelona España, pág. 358.

En la sistemática vegetal, su situación es:²

Orden: Ranales.

Suborden: magnolíneas.

Familia: lauráceas.

Género: persea.

3.1.1 Características del aguacate mexicano

El aguacate es nativo de América. El árbol se originó en México, Centro América hasta Colombia, Venezuela, Ecuador y Perú.

El país exporta cada año unas 4,500 toneladas métricas de aguacate, con apoyo de la Asociación Gremial de Exportadores de Productos no tradicionales.

Características:

- 1) Forma: con forma de pera, en su interior contiene una única semilla redondeada de color claro y 2-4 centímetros de longitud (salvo la variedad dátil), que aparece recubierta de una delgada capa leñosa de color marrón.
- 2) Tamaño y peso: aunque existen variedades que pesan unos 100 gramos y otras que pueden alcanzar los 2 kilogramos, los que más se comercializan suelen medir 10-13 centímetros, con un peso de 150-350 gramos.
- 3) Color: la corteza, gruesa y dura, con rugosidades, presenta una coloración verde que varía en intensidad en función de la variedad. La pulpa es cremosa, aceitosa, de color verde crema o pálido a blanco amarillento, muy similar a la mantequilla.
- 4) Sabor: el sabor de la pulpa recuerda al de la nuez y la avellana.
- 5) El aguacate, un fruto de origen antiquísimo proveniente de regiones tropicales, ha comenzado a ser llamado "Oro Verde" en México, debido al alto nivel de ingresos que su exportación genera actualmente para el país.
- 6) La mayoría de las variedades comerciales en los países productores de aguacate se han clasificado en tres razas básicas o grupos ecológicos: La mexicana, de origen Mexicano, La guatemalteca y antillana, ambas de origen Guatemalteco y parte de Centroamérica.

²Diccionario enciclopédico Clase, Zamora editores Ltda., segunda edición primera impresión 2001, Bogotá Colombia.

- Entre las características distintivas se tomó en cuenta, la época de floración y recolección, el peso y tipo de corteza de la fruta, el contenido de aceite de la pulpa y la resistencia al frío.

Requerimientos agroecológicos para su producción:

Temperatura: entre 14 y 32°C

Altitud: entre 0 y 2.400 m.s.n.m

Precipitación: 1.200 mm anuales bien distribuidos

Vientos: buena protección natural contra el viento o en su ausencia, establecer una barrera cortavientos preferentemente un año antes del establecimiento de la plantación.

Su mejor época:

La variedad bacon se puede comprar a partir de octubre, la fuerte durante todo el año y la pinkerton, sólo está disponible en los meses de febrero y marzo.

La recolección generalmente se hace a mano, ya que es un fruto muy delicado. Se emplea una escalera y se corta el pedúnculo por encima de la inserción con el fruto. Los frutos no maduran en el árbol, sino que lo hacen una vez que han sido recolectados, momento en el que tiene lugar una intensa actividad respiratoria (desprenden etileno), por lo que su almacenamiento por períodos largos es difícil. Dicha actividad respiratoria difiere según la variedad y el grado de madurez, las condiciones ambientales y de almacenamiento.

Humedad Relativa: exceso de humedad relativa puede ocasionar el desarrollo de algas o líquenes sobre el tallo, ramas y hojas o enfermedades fúngicas que afectan el follaje, la floración, la polinización y el desarrollo de los frutos. Un ambiente muy seco provoca la muerte del polen con efectos negativos sobre la fecundación y con ello la formación de menor número Suelo: de textura ligera, profundos, bien drenados; puede cultivarse en suelos arcillosos o franco arcillosos siempre que exista un buen drenaje, pues el exceso de humedad propicia un medio adecuado para el desarrollo de enfermedades de la raíz.

Sanidad vegetal

Plagas Chinche hediondo (*Antiteuchos* sp.) Arañitas rojas Gusano canasta (*Oiketicus* sp.) Barrenador de ramas (*Copturomyrmus*) Enfermedades *Phytophthora* sp.

Evitar la caída de la fruta y protegerla del contacto directo con el suelo. Empaques Canastilla plástica.

Rendimiento

Por árbol es de 80 kg. / año y como mínimo 8.000 kg./ha/año³.

Es considerado como un alimento altamente energético y nutritivo. Para la preparación de ensaladas, consumo fresco, entremeses y en forma de crema mezclado con otras frutas.

Tabla 4. Composición Nutricional del aguacate.

Composición 100 gr. de aguacate	
Agua	74, 27 gr.
Energía	161 Kcal
Grasa	15, 32 gr.
Proteína	1, 98 gr.
Hidratos de carbono	7, 39 gr.
Fibra	5 gr.
Potasio	600 mg
Sodio	10 mg
Fósforo	41 mg
Calcio	11 mg
Magnesio	39 mg
Cobre	0, 26 mg
Hierro	0, 40 mg
Zinc	1 mg

³Descripción botánica del aguacate: www.ecoportal.net/contenido/temas_especiales, consultada en 15 de octubre del 2007.

Vitamina C	7, 9 mg
Vitamina B1	0, 108 mg
Vitamina B2	0, 122 mg
Vitamina B6	0, 280 mg
Vitamina A	61 IU
Vitamina E	1,340 mg
Folacina	62 mcg
Niacina	1, 921 mg

Fuente: Descripción botánica del aguacate, en Ecoportal, 2007.

3.1.1.1 Beneficios en el consumo del aguacate

Posee un alto contenido de aceites vegetales, por lo que se le considera un excelente alimento en cuanto a nutrición, además se ha descubierto que el aceite de aguacate posee propiedades antioxidantes. Es rico en grasa vegetal que aporta beneficios al organismo.

Una característica extraordinaria del aguacate es su efecto benéfico adicional al ayudar a eliminar el colesterol dañino a la salud humana (lipoproteínas de baja densidad) y reducir el riesgo de desarrollar aterosclerosis. También se ha observado un efecto benéfico del consumo de aguacate en pacientes humanos con asma y con artritis reumatoide⁴. El aguacate es un abogado de la salud por su efecto en la disminución del colesterol al promover un aumento en las lipoproteínas de alta densidad, reducción en triglicéridos y en niveles de insulina en ayuno⁵.

El cultivo de aguacate es una alternativa viable para la diversificación en áreas cafetaleras, ya que puede incorporarse a la estructura productiva de la finca en asocio con el café, sirviendo de sombra para este y generando ingresos económicos en el mediano plazo.

⁴M. Alvisouri et al., resúmenes IV Congreso Mundial del Aguacate 2003.

⁵J. Carranza, resúmenes IV Congreso Mundial del Aguacate, 2003.

3.1.1.2 Épocas de cosecha

El aguacate es una fruta muy noble y debido a la gran adaptación que tienen las diferentes variedades que produce México, hay producción todo el año. Las épocas de cosecha de aguacate se dividen en alta y baja. La primera se presenta en los meses de octubre a enero y la segunda de febrero a septiembre.

Las diferencias en la temperatura media anual y en la pluviosidad, han dado lugar a tres grupos o razas biológicas de aguacate: la mexicana, la guatemalteca y la antillana cuyas distintas condiciones de adaptación al medio han permitido la difusión del cultivo por diversos lugares del mundo.⁶

México produce aguacate en 28 de sus 32 estados, pero algunos estados concentran el 86% de la superficie sembrada, el 88% de la superficie cosechada y el 89% de la producción. Las entidades federativas que se ubican en este grupo, en orden de importancia son: Michoacán, Nayarit, Morelos, México y Puebla (Véase tabla 5). Es importante resaltar que la producción de aguacate es eminentemente regional, ya que dentro del grupo de entidades anteriormente señaladas, el Estado de Michoacán, participa con más de las tres cuartas partes de la producción, de la superficie cosechada y sembrada del total nacional.

Tabla 5: ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN

ESTADO	MESES											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
JALISCO	BAJA	BAJA			BAJA	MEDIA	BAJA	ALTA	ALTA	MEDIA	MEDIA	BAJA
MÉXICO				ALTA	ALTA	BAJA		MEDIA	MEDIA	BAJA	BAJA	ALTA
MICHOACÁN	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	ALTA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	BAJA	ALTA
NAYARIT	MEDIA					BAJA	BAJA	BAJA	ALTA	ALTA	MEDIA	MEDIA
OAXACA		BAJA	BAJA		BAJA	ALTA	ALTA	BAJA	MEDIA			
SINALOA										MEDIA	ALTA	BAJA
YUCATÁN					BAJA	ALTA	ALTA	ALTA				

■ BAJA ■ MEDIA ■ ALTA

⁶Alejandro F. Barrientos Priego y López Luis "Historia y Genética del aguacate", www.avocadosources.com.pg.pdf 19 dic.2006.

3.1.2 Variedades

El [fruto](#) de *P. americana* es de color verde oscuro y en ocasiones morado oscuro casi negro dependiendo de la variedad y grado de madurez. Su tamaño, aunque dependiente de la variedad es de cerca de 1 [dm](#) de largo y su diámetro máximo de unos 6 [cm](#).

Esta fruta posee más de 400 variedades, entre las que destacan las siguientes:

- Fuerte. Originaria de [México](#) y [Centroamérica](#). La piel, ligeramente áspera, se separa con facilidad de la carne.
- Hass. Originaria de [California](#). Piel gruesa, rugosa, se pela con facilidad y presenta color verde a oscuro cuando está madura. La pulpa es cremosa y sin fibras.
- Edranol.
- Bacón. Originario de [California](#). Su piel es fina y verde brillante.
- Negra de la Cruz. Es conocida como Prada o Vicencio. Se originó en el pueblo de [Olmué](#), de la zona central de [Chile](#), por hibridación natural, en la que podría haber alguna influencia de la variedad *Mexicana Leucaria*. La piel es de color morada o negra. Se le llama "de la cruz" por ser su mayor lugar de producción el poblado de La Cruz, en la V región de Valparaíso, de donde salen los mejores frutos de esta variedad.
- Ettinger. De piel fina, delgada y brillante. Uno de los principales productores es [Israel](#), donde representa entre el 25% y el 30% de las plantaciones.

Otras variedades: Atlixo, Duke, Perfecto, Sinaloa, Zutano y San Sebastián de las Guatemaltecas: Anaheim, Collins, Lamat y Linda, y de las Antillas: Baker, Butler, Polloky Villa Campa⁷.

En [México](#), el aguacate es importante y tradicional en la dieta diaria desde antes de la llegada de los europeos, se utiliza como parte de [ensaladas](#), como [guarnición](#), y para preparar [guacamole](#), entre muchos otros usos. Se cultivan distintas variedades con características distintas como el grosor y color de la cáscara y de distintos tamaños del fruto.

⁷ Rodríguez Suppo, Florencio. El aguacate, editorial Mundiprensa. México, 1995 1a.Edición. p.122.

Sin embargo, por razones de productividad y otras características apetecidas en el mercado que van desde su perecibilidad hasta su contenido graso, la explotación comercial del aguacate mexicano se limita a las siguientes variedades:

Variedades de Aguacate mexicano⁸:

- Atlixco.
- Bacon.
- Benedict.
- Duke.
- Mexicano o Azteca.
- Perfecto.
- Puebla.
- San Sebastián.
- Topa-topa y
- Zutano.
- Hass.

Estos tipos de aguacates, se caracterizan porque sus hojas son más pequeñas, que las de las otras razas, las cuáles, junto con los tallos, tienen glándulas esenciales. Los frutos son pequeños de 30 a 80 mm de longitud y de un peso comprendido entre los 90 y 180 grms, de péndulo delgado y cilíndrico, de diámetro uniforme, cascara delgada, regularmente es de color verde claro, pero sus tonalidades pueden ir a verde más oscuro, según las variedades, coloraciones rojas, moradas o casi negras.

⁸Leandro Ibar, Editorial Aedos, Barcelona España, págs. 19-22.

Cuadro 11. Imágenes de las variedades del aguacate.

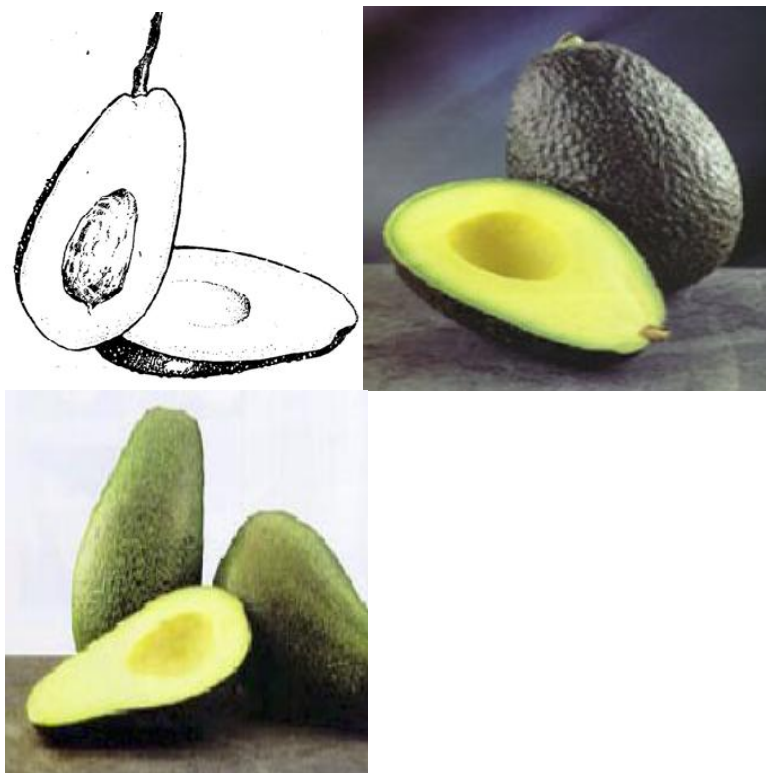


Figura del aguacate mexicano, Fuente: Leandro Ibar, Editorial Aedos.

Existen otros aguacates característicos de la raza guatemalteca típico de las montañas de América central, Ecuador, Nicaragua, y la raza antillana, se da en valles, depresiones y tierras bajas de América central y norte meridional, es la raza menos resistente al frío, de esta mezcla de razas para producir mas tipos de aguacate surgen los Híbridos este tipo varia pero consiguen mayor adaptación a determinada zona geográfica, se busca obtener con su cosecha frutos de tamaño intermedio al de los de su origen y hacerlos de este modo más comerciales.

Variedades de los llamados Híbridos⁹:

- Collinred.
- Collinson.
- Choquette.
- Dorotea.
- Ettinger.

⁹Ibidem.

- Fley.
- Flora.
- Fuerte.
- Galo.
- Gemma.
- La Molina.
- Lula.
- Pinelli.
- Robusto.
- Simmons.
- Verónica.
- Catalina.
- Booth 8.
- Booth 7.
- Masutomi.
- Kahalú.
- Hall.
- Guatemala.
- Fujikawa.
- Nabal.
- Ettinger.
- Wurstz.

3.1.3 Situación nacional del aguacate: Volumen de producción y consumo, principales estados productores y exportadores

El aguacate es uno de los frutos mexicanos con mayor éxito comercial a nivel nacional y mundial, ya que somos uno de los mayores consumidores, el 80% de la producción es para abastecer el consumo nacional y el 20% es destinado para exportación¹⁰.

En base a la estadística proporcionada por el SIAP (Sistema de Información Agrícola y Pesquera) durante el año 2006 había establecidas aproximadamente 104,507 hectáreas principalmente para el cultivo y recolección de aguacate hass,

¹⁰Información de la FAO y del SIAP (Sistema de información agrícola y pesquera datos), 2006.

de la cual el 74% de éstas se concentra en sólo un Estado de la República, lo que ocasiona que el movimiento de la fruta para abastecer a la gran mayoría de las ciudades del país represente un esfuerzo gigantesco que involucra gran cantidad de personas en la comercialización, la mayoría de las veces externas a su producción y empaque. Se considera que los intermediarios locales ofertan 63%, los intermediarios de otras ciudades 15% y emparadoras locales 15%; el 7% restante se exporta a diferentes países.

El producto se consume y comercializa como aguacate fresco, guacamole, el aguacate también se utiliza para pasteles y similares, en mezclas de sopas finas y botanas y producción de cosméticos (aceites, lociones, jabones, cremas, shampoos, etc.), por el aceite que contiene un esteroide de fácil penetración, aunado a que es un producto biodegradable, demostrando ser el filtro solar más eficaz. Las hojas y el fruto se utilizan en la medicina natural.

También la industria farmacéutica considera de gran valor la fracción del aceite, a partir del cual se extrae el "Factor H", sustancia de propiedades curativas, la cual se utiliza en la industria de alimentos para perros y aceite para cocinar. En algunas zonas el aguacate caído o sobremaduro se deshuesa y se da como alimento al ganado porcino. Las ramas producto de las podas se aprovechan en la producción de cajas de empaque o para leña y la madera, por la renovación de huertas en algunos sitios se utiliza para la construcción.

La industria del aceite de aguacate consume alrededor de 1,000 t de fruta por año de lo que se obtienen aproximadamente 500 t de aceite en bruto. De esta cantidad se utiliza el 50% por año en la producción de aceite comestible y productos cosméticos en México y el resto se exporta.

- Volumen de producción y consumo.

Los principales estados productores desde hace un poco más de una década recaen en los estados de Michoacán con el 80% de la superficie cosechada, seguido por los estados de Morelos, Nayarit, Puebla, Jalisco y el Edo. de México.

Son 29 estados los que se dedican a la producción de aguacate, sin embargo la explotación de aguacate a nivel comercial se practica en 16 Estados, entre los que participan Michoacán, Puebla, Chiapas, Estado de México, Veracruz, Jalisco,

Nayarit, Morelos, Guanajuato, Guerrero, Sinaloa entre otros.

De lo que va de enero a junio del 2008 se programó una producción por cultivar de 122 mil superficie por ha. De acuerdo a datos estadísticos se sembraron 122 mil ha. Se avanzó un porcentaje de 100 mil ha. y la realidad nos muestra una cosecha de 103 mil ha. en porcentaje un 84.3% ,de las cuales se obtuvo una producción de 510 mil toneladas, un avance de 44.4% total de lo programado. En México el aguacate es uno de los principales cultivos perennes, en producción nacional ocupa el octavo lugar en cuanto a volumen producido.¹¹

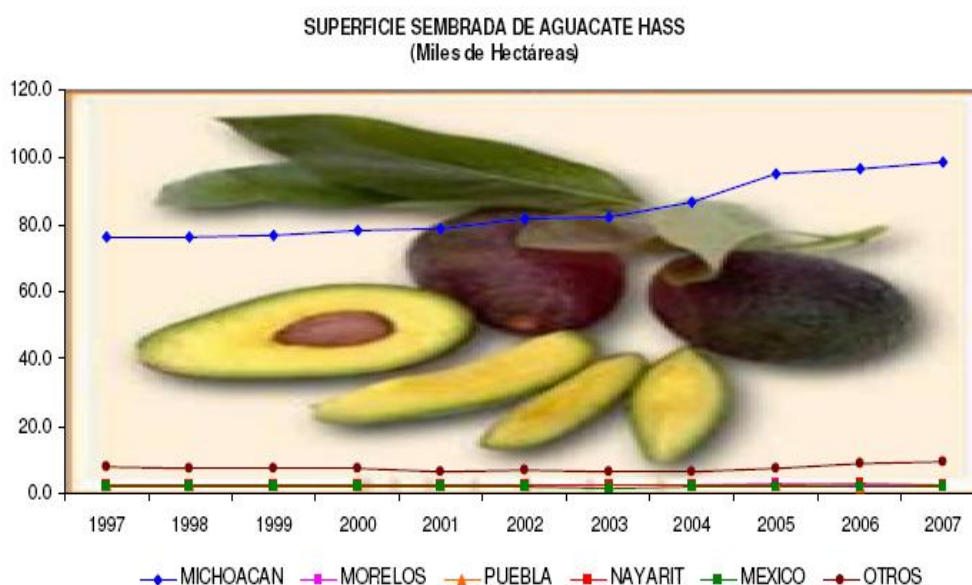
La variedad del Hass es la más consumida en el ámbito mundial y es la que más se produce en nuestro país, son cinco los principales productores de este tipo de variedad: Michoacán, México, Morelos, Nayarit y Puebla. Los estados de Nayarit y Puebla cultivan también el aguacate criollo.

La temporada alta de la cosecha en México se encuentra entre los meses de octubre a febrero, la temporada media se da entre marzo y mayo, finalmente la temporada baja se presenta en los meses de junio a septiembre.

La tendencia que presenta la superficie sembrada indica que a nivel nacional el crecimiento es sostenido, un estudio presentado de 1997 el cuál nos arroja 93.4 miles de hectáreas cosechadas a 117.3 mil hectáreas en el 2007, como se puede ver a continuación en las siguientes gráficas:

¹¹ <http://www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2008/marzo/B057.pdf> 20 marzo 2008

Gráfica 10. Histórico de las superficies sembradas en los últimos diez años



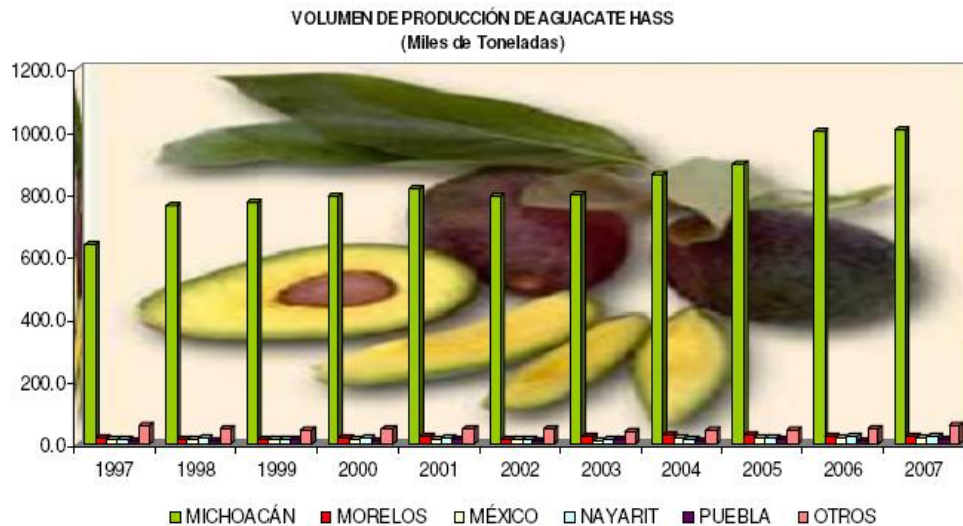
Fuente: Servicio de información agroalimentaria y pesquera, SIAP/SAGARPA 2007.

Tabla 4. Histórico de superficie sembrada por estado productor de aguacate.

CONCEPTO	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	PROMEDIO
MICHUACAN	76.50	76.50	77.00	78.59	78.60	81.90	82.50	86.50	95.29	96.80	98.50	84.43
MORELOS	2.40	2.40	2.40	2.41	2.40	2.00	2.50	2.50	2.91	2.50	2.50	2.45
PUEBLA	2.30	2.30	2.40	2.40	2.40	2.40	2.40	2.30	2.70	2.20	2.50	2.39
NAYARIT	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30	2.30	2.80	2.70	2.38
MEXICO	2.10	2.00	2.00	2.00	2.10	2.00	1.60	1.80	1.80	1.90	1.90	1.93
SUBTOTAL	85.60	85.50	86.10	87.70	87.80	90.60	91.30	95.40	105.00	106.20	108.10	93.57
OTROS	8.00	7.50	7.40	7.20	6.70	7.00	6.50	6.50	7.30	8.70	9.20	7.45
TOTAL NACIONAL	93.60	93.00	93.50	94.90	94.50	97.60	97.80	101.90	112.30	114.90	117.30	101.03

Fuente: Servicio de información agroalimentaria y pesquera SIAP/SAGARPA. 2007.

Gráfica 11. Histórico del volumen de producción



Fuente: Servicio de información agroalimentaria y pesquera, SIAP/SAGARPA. 2007.

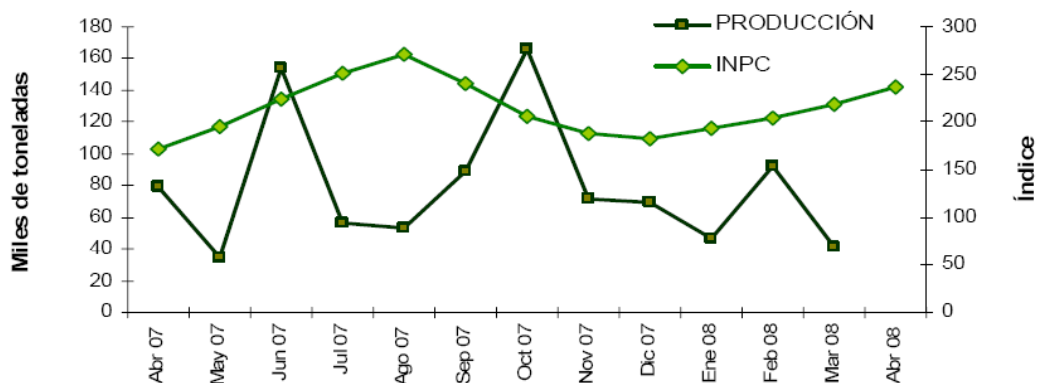
La producción de aguacate se realizó sin contratiempos durante la temporada media del 2008, sin verse afectado el estado de Michoacán, a pesar de ello el precio se incrementó tanto por un aumento en la demanda interna (el alza se ubica en un 38% por arriba del que rigió comparativo en el mismo mes del 2007)¹² como en la demanda externa, ya que se registraron mayores volúmenes de exportación que en años anteriores.

Para demostrar lo anterior se muestra a continuación la gráfica 12 con las variaciones extremas, el comportamiento mensual del Inpc a la alza, que corre de abril del 2007 a abril del 2008.

Gráfica 12. Comportamiento mensual de abril 2007 a abril del 2008

¹² Información proporcionada por la Secretaría de Economía por medio de los reportes mensuales realizados por Bancomext. En junio del 2007.

Aguacate: Evolución Mensual de la Producción e INPC



Fuente: SIAP, Avance Mensual de Siembras y Cosechas de Marzo 2008. Y BANXICO reporte mensual a Abril de 2008.

- Estados que destacan en la producción del aguacate.

Como se mencionó anteriormente, entre los principales productores destaca **Michoacán**, los municipios pertenecientes a esta entidad que resaltan por superficie y producción son: Uruapan, Tancítaro, Peribán, Ario, de rosales, Tacámbaro, Tingambato, Zitácuaro, Ziracuaretiro, Nuevo Parangaricutiro, Salvador Escalante, Tinguindín, Los Reyes y Chilchota.

1Uruapan: El número de unidades de producción es de 3,035, que representan 28 mil 748 hectáreas. De éstas el 60% posee una superficie de hasta 5 ha y más de cinco ha lo tiene el 40%.

2Tacámbaro: La tenencia de la tierra de las unidades rurales, el 62% es de propiedad privada y el 37% es ejidal. En la propiedad privada, el 72% posee hasta cinco hectáreas y el 28% más de cinco hectáreas, en tanto le corresponde a la tenencia ejidal el 73% y el 27% en la superficie señalada respectivamente.

3Tancítaro: el uso del suelo de las unidades de producción rural de este municipio, tiene una superficie total aproximada de 40,926 ha, de esta el 53% es superficie de labor, el 40% tiene sólo pasto natural, agostaderos o enmontada y con bosque o selva el 7%.

Otro estado que destaca en la producción de aguacate es el **Estado de Nayarit** donde se cultivan alrededor de 2,300 hectáreas de aguacate hass colocando a Nayarit como el segundo productor nacional. Los principales municipios productores son los municipios de Tepic y Xalisco. Para lograr niveles altos de productividad en el cultivo del aguacate en Nayarit se requiere de la aplicación de fuentes externas de nutrimentos. La aplicación de fertilizantes, tanto orgánicos como inorgánicos, y se debe de realizar considerando las necesidades de la planta, las características físico-químicas del suelo, las condiciones de cultivo y el comportamiento fenológico del árbol.

1 Tepic: **Huertos de El Izote.** Los nutrimentos detectados como “abajo de lo normal” fueron el azufre (S) y boro (B). El nitrógeno (N), hierro (Fe) y cinc (Zn), se ubicaron dentro del rango “Normal”, aunque en general mostraron tendencia a ser bajos. El fósforo (P), potasio (K), calcio (Ca), magnesio (Mg) y manganeso (Mn) se ubicaron dentro del rango de normalidad. Los cloruros (Cl) se ubicaron como “normales”, aunque se preferirían valores más bajos.

Huertos de Los 14 Ases. Al igual que en los huertos anteriores, los nutrimentos detectados como “abajo de lo normal” fueron el azufre y el boro. El potasio se encontró “normal”, aunque un poco bajo. El cobre se encontró en exceso. El sodio se encontró en niveles deficientes, lo cual es deseable para el aguacate. El resto de los nutrimentos presentaron niveles “normales”.

2 Xalisco: **Huertos de Xalisco.** El azufre fue el único nutrimento que presentó valores “debajo de lo normal”. El resto de nutrimentos presentaron niveles considerados como “normales”, aunque los niveles de boro y potasio no fueron muy satisfactorios.

Huertos de San Juan Bautista. Los nutrimentos encontrados en niveles “abajo de lo normal” fueron el N, K, S y B, aunque existe el riesgo de deficiencia de cinc. En estos huertos se usaron fungicidas sin cobre, como el Benlate, razón por la que los niveles de cobre no resultaron “excesivos”. El resto de nutrimentos se ubicaron dentro de niveles “normales”, excepto el manganeso, el cual se ubicó “arriba de lo normal”.

Huertos de El Cuarenteño. Para estos huertos, el potasio, azufre y boro fueron ubicados como “abajo de lo normal”. En el caso del cobre, este fue ubicado en “exceso”. Al resto de nutrimentos se les encontró en concentraciones “normales”.

Actualmente Jalisco tiene una superficie de 3097 hectáreas plantadas de aguacate, correspondiente a 343 predios, los cuáles son propiedad de 298 productores.

La producción se concentra en 35 municipios donde sobresalen: Concepción de Buenos Aires, Zapotlán el Grande, Tuxpan, Quitupan, Tamazula de Gordiano, Gómez Farías, Manzanilla de la Paz, Tonila, Villa Purificación y Mazamitla. En la región Sur es donde se está presentado mayor crecimiento en el establecimiento de nuevas plantaciones.

La variedad que mayoritariamente se cultiva en el estado de Jalisco es el aguacate Hass, ya que es una de las variedades más aceptadas en el mercado, de Jalisco sobresale la región sur que es donde se concentra la gran mayoría de grandes plantaciones y de número de predios¹³.

Tabla 5. Hectáreas cultivadas en los municipios de Jalisco datos al 2006-2007.

Municipio	Hectáreas cultivadas de HASS
Amecueca	2
Atotonilco el alto	19
Atoyac	60
Autlan	40
Ayotlan	8
Cabo corrientes	2
Chiquilistlan	13
Concepción de buenos aires	565.5
El arenal	20
El limón	8
Gomez Farías	167.7
Jilotlán de los dolores	16
Jocotepec	4
Manzanilla de la paz	144
Mascota	17
Mazamitla	120.05
Puerto vallarta	8
Quitupan	239.5 44
San Gabriel	40

¹³ Información proporcionada por medio del Estudio financiado con recursos de la “Alianza para el campo” a través del programa del Sistema Estatal de información para el desarrollo rural sustentable (SEIDRUS) datos 2006 y 2007.

San Martín hidalgo	2
San Sebastián del oeste	17
Sayula	9
Tamazula de gordiano	195
Tapalpa	18
Tecalitlan	69
Teocuitatlan de corona	7
Tequila	2
Tlajomulco de Zuñiga	40
Tonila	146.5
Tuxpan	336.06
Valle de Juárez	34.5
Villa Purificación	128.5
Zapotiltic	38.87
Zapotitlán de vadillo	90
Zapotlán el grande	470.35

Fuente: SEIDRUS 2006-2007

Con respecto a las condiciones de plantación se acota lo siguiente:

Los tipos de suelo en los que se está sembrando aguacate son básicamente: arenoso, franco arenoso y arcilla. El ph del suelo es entre 5 y 7. Cabe mencionar que aproximadamente solo una cuarta parte de los productores conoce o recuerda estos datos. El rango de temperaturas en los que se desarrolla el cultivo de aguacate en Jalisco son:

	PROMEDIO	RANGO
Mínima	6.6°	-2° a 22°
Máxima	29°	20° a 36°

Bajo estas condiciones, el 42.25% de los productores se ve afectado por heladas, principalmente algunos ubicados en Concepción de Buenos Aires y Gómez Farías.

Este punto paradójicamente no se reporta como uno de los principales problemas para los productores de este cultivo.

Participantes en el panorama exportador del producto.

Asociación de Productores y Empacadores de Aguacate de Michoacán A.C.(APEAM).- Representa a más de mil quinientos productores de aguacate, es generadora de empleos y de gran importancia para el estado de Michoacán por su derrama económica. Exporta a países de Europa, Latinoamérica, Japón y Canadá¹⁴.

Empresas exportadoras de productos frescos incluyendo el aguacate en Nayarit.

- [Horticultores pilas.](#)
- [Productores agrícolas asociados de la bahía.](#)
- [Aguacate Hass de Nayarit.](#)
- [Granos y frutas tropicales boca el naranjo.](#)
- [Productora agropecuaria alpera.](#)
- [Costa tropical, Nayarit, México.](#)
- [Sociedad de productores organizados de hortalizas de rosamorada.](#)
- [Productores de frutas frescas de la región.](#)
- [Productores unidos de chilpa.](#)
- [La paranera.](#)
- [Exonay.](#)
- [Chilapa 1.](#)
- [Agrícola Temoac.](#)
- [Santiago lecou valle.](#)
- [Tropicampo.](#)
- [Integradora de negocios del valle de santiago.](#)

En Michoacán existe un gran número de empacadoras o empresas dedicadas exclusivamente a abastecer el mercado interno; las que se enfocan a la exportación constituyen un sector distinto del ciclo del 2005-2006 se conformó por un total de 55 empresas. Entre las que destacan las siguientes¹⁵:

¹⁴ Datos obtenidos de al Agroempresa APEAM. <http://www.apeamac.com/APEAM.html>

¹⁵APROAM (Asociación agrícola local de los productores de aguacate de Uruapan, Michoacán). (2007)(www.aproam.com).

- Calavo.
- Misión de México.
- West park.
- San Lorenzo.
- Aztecavo.
- Frutas finas del valle de Michoacán.
- Global Frut
- Agroexport.
- Avocado export company.
- Aguacates Mevi.
- Aguacateros integrados de Michoacán (Chiquita).
- Del monte.
- Frutas finas Gedtrudis.
- Avoperla.
- Agrifrut.
- Purépecha o frutícola Velo.
- Frutas finas de Tancitaro.
- Fresh directions.
- Nexpan.
- Empacadora Roy.
- Avocali.
- Ramón Valencia.
- Agrícola la viña.

- Otras empresas exportadoras:

Del Distrito Federal:

-[Comercializadora de Frutas Tropicales Zapata](#), exportador y comercializador de Aguacate hass, zarzamora.

-[Hnos Soria](#) Productor y exportador de Aguacate, Plátano.

-[Integral Corporation](#), exportador de aguacate hass.

-[Comercializadora de Aguacate, Limón y Jitomate](#) exportador y comprador de Aguacate, limón, jitomate.

-[Cocanmex SA de CV](#), exportador y comercializador de Aguacate, Mango, Piña, Kiwi, Carosos y Manzana.

De Guanajuato:

-[Sebaj](#) Exportador y comercializador de Aguacate, limón, piña.

De Michoacán:

- [Ramiro González Reyes](#) productor y exportador de Aguacate hass
- [Avomendez](#) productor exportador y empaquetador de Aguacate.
- [Mexport Quality SA de CV](#) exportador y comercializador de productos: Aguacate, zarzamora plátano.
- [Aguacates Blanco SA](#) exportador de Aguacate fresco y congelados: guacamole mango, zarzamora.
- [Grupo West Pack de México S de RL de CV](#), productor y exportador de Aguacate hass.
- [Mexifresh 2000](#), productor y exportador de Limón Persa, Mango, Aguacate hass.
- [Zazueta Hermanos SA CV](#), productor, exportador, importador, productor hidroponicos y comercilaizador de Tomate, Pepinos, Limones, Aguacates.
- [Real Avocados SA de CV](#), exportador y comercializador deAguacate Hass
- [Don Aguacato](#) productor y exportador Aguacate hass Orgánico, chiles.
- [Pacific Fruit de México S.A. de C.V.](#), productor y exportador de Aguacate.
- [Ceagro de México SA CV](#) exportador, asesor y comercializador de Mango Haden, Aguacate Hass, pepino, Arroz, Toronja, Guayaba y limón.
- [Unión de Empacadores y Comercializadores de Aguacate Michoacano](#), productor, emparador, comercializador y exportador de aguacate hass.
- [Agroenlaces Comerciales](#) Productor, Imp-expt, distribuidor y productor de orgánicos
- Aguacate Hass, Limón Persa, y Mexicano, Banano, Calabaza, Tomate, Pepinillo, Toronja, Tomatillo, Fresa, Naranja, Mango, Chile

De Sinaloa:

- [Frutas y Legumbres de Exportación](#), productor y exportador de Aguacate, chiles secos.

De Jalisco:

A la fecha, hay productores de aguacate que están organizados en Cooperativas o bien que tienen ya establecidas empresas como son:

- Agro Cumesa, S.C. de R.L.
- Agro Gonzalez, S.P.R. de R.L. de C.V.
- Huertas el Horizonte, S.P.R. de R.L.
- Coop. Agrícola Rural de Zirapóndiro, S.C. de R.L.
- Coop. Unidas Costa Sur, S.C. de R.L.

-Coop. Unidas del Sur, S.C. de R.L.

-Unión de Productores de Aguacate de Zapotlán.

- Integración de mercados.

Los principales destinos de aguacate fresco al mercado nacional para su distribución y consumo son las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, llegando principalmente a las centrales de abasto distribuidas a lo largo y ancho del territorio nacional, a continuación apoyándome del SISTEMA NACIONAL DE INTEGRACION DE MERCADOS se informa de los principales destinos internos:

Cuadro 12. Destinos nacionales de la distribución de aguacate a los diferentes mercados.

Destinos Nacionales	Variedad o Tipo	Origen
Aguascalientes: Central de Abasto de Aguascalientes.	Aguacate Fuerte.	Michoacán.
Aguascalientes: Central de Abasto de Aguascalientes	Aguacate Hass.	Michoacán.
Aguascalientes: Centro Comercial Agropecuario	Aguacate Hass.	Michoacán.
Baja California Sur: Unión de Comerciantes de La Paz	Aguacate Hass.	Jalisco.
Baja California Sur: Central de Abasto INDIA, Tijuana	Aguacate Hass.	Michoacán y Nayarit.
Campeche: Mercado "Pedro Sáinz de Baranda", Campeche	Aguacate Hass.	Distrito Federal y Campeche.
Campeche: Mercado "Pedro Sáinz de Baranda", Campeche	Pagua.	Distrito Federal, Campeche y Yucatán.
Chiapas: Central de Abasto de Tuxtla Gutiérrez	Aguacate Hass.	Michoacán, Distrito Federal y Puebla.
Chihuahua: Central de Abasto de Chihuahua	Aguacate Hass.	Michoacán.
Chihuahua: Mercado de Abasto de Cd. Juárez	Aguacate Hass.	Jalisco.
Coahuila: Central de Abasto de La	Aguacate	Michoacán.

Laguna, Torreón	Hass.	
Colima: Centros de distribución de Colima	Aguacate Fuerte.	Jalisco.
Colima: Centros de distribución de Colima.	Aguacate Fuerte.	Jalisco y Colima.
D F: Central de Abasto de Iztapalapa D F	Aguacate Hass	Michoacán.
Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	Aguacate Fuerte.	Michoacán.
Durango: Central de Abasto "Francisco Villa"	Aguacate Hass	Michoacán.
Guerrero: Central de Abastos de Acapulco.	Aguacate Fuerte.	Michoacán.
Guerrero: Central de Abastos de Acapulco	Aguacate Hass	Michoacán y Distrito Federal.
Guanajuato: Central de Abasto de León	Aguacate Hass	Michoacán.
Guanajuato: Módulo de Abasto Irapuato	Aguacate Hass.	Michoacán y Aguascalientes.
Hidalgo: Central de Abasto de Pachuca	Aguacate Hass.	Michoacán
Jalisco: Mercado de Abasto de Guadalajara	Aguacate Hass.	Michoacán
México: Central de Abasto de Ecatepec	Aguacate Hass.	Michoacán
Michoacán: Mercado de Abasto de Morelia	Aguacate Hass.	Michoacán, México, Campeche.
Morelos: Central de Abasto de Cuautla	Aguacate Hass.	Michoacán.
Nayarit: Mercado de abasto 'Adolfo López Mateos' de Tepic	Aguacate Fuerte	Nayarit, Jalisco.
Nayarit: Mercado de abasto 'Adolfo López Mateos' de Tepic	Aguacate Hass	Michoacán Nayarit y Jalisco.
Nuevo León: Central de Abasto de Guadalupe	Aguacate Hass.	Michoacán
Oaxaca: Módulo de Abasto de	Aguacate	Distrito Federal.

Oaxaca	Hass	
Puebla: Central de Abasto de Puebla	Aguacate Fuerte.	Nayarit y Puebla.
Puebla: Central de Abasto de Puebla	Aguacate Hass	Michoacán.
Quintana Roo: Mercado de Chetumal, Quintana Roo	Aguacate Hass	Distrito Federal, Michoacán.
Quintana Roo: Mercado de Chetumal, Quintana Roo Yucatán quinta roo	Pagua.	Distrito Federal y Puebla
Querétaro: Mercado de Abasto de Querétaro	Aguacate Hass	Michoacán
Sinaloa: Central de Abasto de Culiacán	Aguacate Hass	Jalisco
Sinaloa: Central de Abasto de Culiacán	Aguacate Hass	San Luis Potosí
Centro de Abasto de San Luis Potosí	Aguacate Hass	Michoacán y Aguascalientes
Sonora: Central de Abasto de Cd. Obregón	Aguacate Hass	Michoacán.
Tamaulipas: Módulo de Abasto de Tampico, Madero y Altamira	Aguacate Hass.	Michoacán.
Veracruz: Central de Abasto de Jalapa	Aguacate Hass.	Puebla y Michoacán.
Veracruz: Central de Abasto de Minatitlán.	Aguacate Hass.	Michoacán y Puebla.
Veracruz: Central de Abasto Sur de las Huastecas	Aguacate Hass.	Michoacán
Yucatán: Mercado "Casa del Pueblo"	Aguacate Hass.	Michoacán
Yucatán: Central de Abasto de Mérida,	Aguacate Hass	Distrito Federal y Michoacán.
Yucatán: Centro Mayorista Oxkutzcab	Aguacate Hass	Distrito Federal y Michoacán.
Yucatán: Mercado "Casa del Pueblo	Aguacate Pagua.	Yucatán

Zacatecas: Mercado de Abasto de Zacatecas	Aguacate Hass	Michoacán
Zacatecas: Mercado de Abasto de Zacatecas	Aguacate Pagua.	Jalisco.

Fuente: Elaborado por la autora con datos obtenidos de la Sagarpa y de Inforural y del sistema nacional de integración de mercados, 2007.

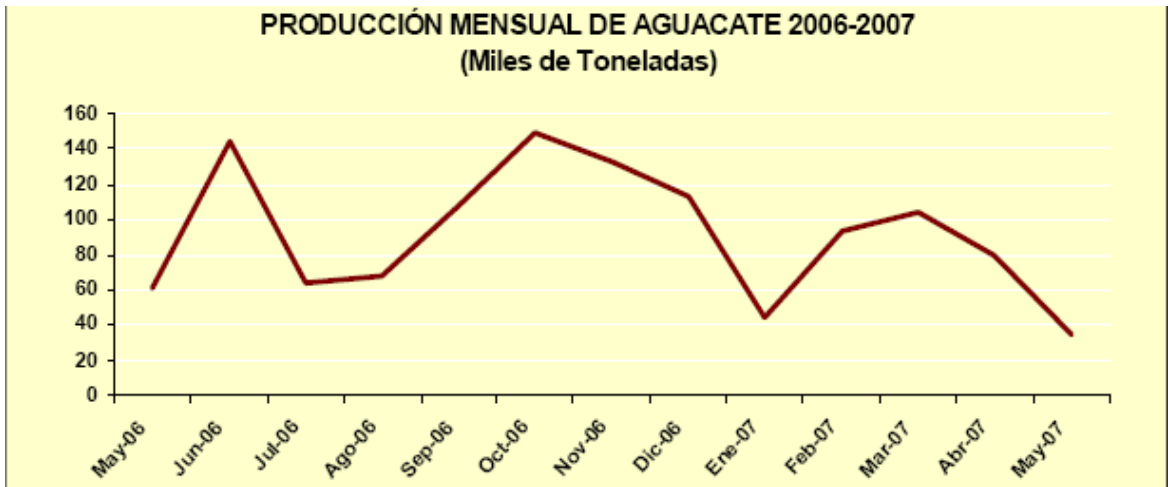
Comercialización Internacional, estados exportadores del producto:

La exportación de productos es una actividad de gran relevancia para los productores, empacadores y exportadores, y es fundamental para las finanzas de cualquier país. México ha incursionado en la exportación de aguacate desde la década de los 80's en forma creciente, en los mercados europeo, americano y asiático.

Las exportaciones se realizan en dos formas: procesado y en fresco. Del procesado se envían a Estados Unidos cerca de 40 000 Ton al año; del fresco el mercado es Europa, Japón, Canadá, Centro América y ahora Estados Unidos, todos con cantidades variables pero que han presentado un incremento importante en los últimos años (341%), ya que de 13 137 Ton que se exportaron se ha logrado desplazar a California casi totalmente del mercado. Por primera vez, en el 2007 logramos colocar aguacate todas las semanas del año, lo que reflejó un incremento de los volúmenes exportados.¹⁶

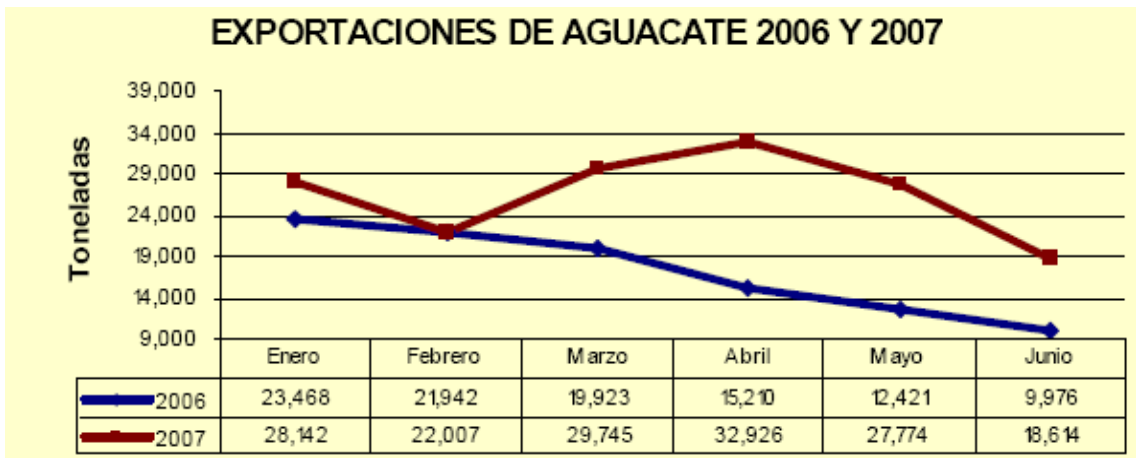
¹⁶ <http://www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2008/marzo/B057.pdf> 20 marzo 2008

Gráfica 13. Gráfico del comportamiento de la producción mensual del aguacate 2006-2007.



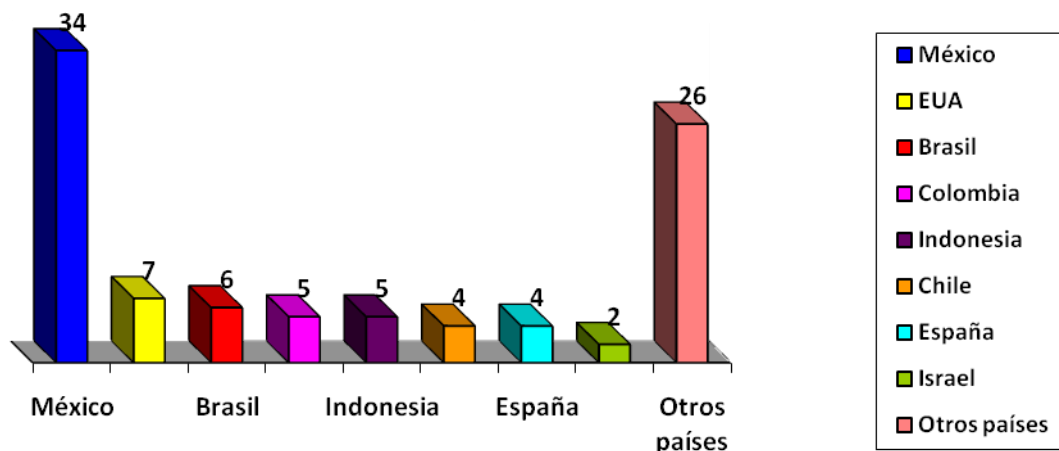
Fuente: Servicio de información agroalimentaria, y pesquera, con datos del avance mensual de siembra y cosechas de mayo del 2007.

Gráfica 14. Gráfico del comportamiento mensual de las exportaciones del aguacate 2006-2007 .



Fuente: Sistema de seguimiento oportuno de comercio exterior, SIAP, con datos de aduanas, SHCP.

Entre los principales productores competidores de México se encuentran:



Concentrando así Estados Unidos y Francia el 53% de las importaciones mundiales de Aguacate. Chile con el 18% de las exportaciones mundiales participa con el 28% del valor de las exportaciones mundiales. En cambio México con el 23% de las exportaciones participa con el 24% del valor de las exportaciones mundiales.

3.1.4 Características, requisitos y normatividad para la exportación de aguacate a la UE

Las normas de comercialización de la política comunitaria es no utilizarla ni como un instrumento de gestión del mercado ni como instrumento de protección a la frontera, sino como un elemento de transparencia del mercado y de agilización del comercio. Por esto, la normativa comunitaria se aproxima, cuando no es idéntica a las normativas existentes en el ámbito internacional.

Concretamente, la normativa en la UE de estándares para la comercialización del aguacate se rige por el Reglamento (CE) 831/97¹⁷ de la comisión, en concordancia con las normas CEE/ONU¹⁸ y la reglamentación CE No.2092/91¹⁹ para la producción agrícola ecológica. Esta norma FFV-42 ha sido últimamente modificada

¹⁷ Este documento es un instrumento de documentación de la comisión del 7 de mayo de 1997., eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/consleg/1997/R/01997R0831-20050501-es.pdf -

¹⁸ Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas (CEE ONU).- www.vlex.com/vid/15406048.

¹⁹ Certificación según el Reglamento Europeo para Productos Orgánicos (CEE) No 2092/91 en países terceros (internacional). www.bcs-oeko.com/sp_regulacion_ce_2092_91.html.

¹⁹ http://www.codexalimentarius.net/web/standard_list.do?lang=es, página consultada el 22 de julio 2008.

diferenciándose de la norma CODEX²⁰ para el aguacate CODEX STAN 197-1995. La comunidad ya pidió la revisión de la norma CODEX para que estas dos normas sean armonizadas.

Otros de los requisitos que debe de cumplir el aguacate mexicano para ingresar al mercado europeo son los fitosanitarios y los estándares de calidad, también en este mercado existen requisitos que deben ser tomados en cuenta como la certificación EurepGap, la cual es una iniciativa privada adoptada por algunas cadenas de supermercados convencionales en Europa, básicamente es un protocolo que propone un conjunto de buenas practicas agrícolas, que toma en consideración aspectos ambientales, sociales y de inocuidad.

Los beneficios obtenidos por el TLCUEM es que se han eliminado prácticamente las barreras para la entrada de frutas y hortalizas, aunque muchas de estas mercancías importadas entran a los diferentes canales de comercialización de uno de los países del bloque europeo y solo son utilizados como destinos en tránsito hacia otro destino.

La calidad del producto es el factor clave para penetrar a los mercados de la UE, radicando básicamente en armonizar las leyes y reglamentos que han tenido lugar desde enero de 1993, en ese entonces se logró implementar la uniformidad de exigencias de calidad aplicables en todos los países miembros.

Con base en la expedición del Certificado Fitosanitario Internacional girado por las autoridades mexicanas de la SAGARPA, se estipulan los requisitos fitosanitarios que hay que cumplir para que el producto sea exportado e importado por cualquiera de los países miembros.

Los exportadores del producto mexicano deben garantizar que los mismos cuenten con las condiciones necesarias de sanidad al momento de salir de México. Estos certificados fitosanitarios se expiden para indicar que los envíos de productos vegetales u otros artículos reglamentados cumplen los requisitos fitosanitarios de importación especificados y son conformes a la declaración de certificación del

modelo de certificado apropiado. Los certificados fitosanitarios deberán expedirse exclusivamente con este fin²¹.

Los modelos de certificados contienen una redacción normalizada y una presentación que deberá seguirse para la preparación de certificados fitosanitarios oficiales. Es necesario asegurar la validez de los documentos, que sean fácilmente reconocibles y que contengan la información esencial.

La ONPF²² deberá acordar bilateralmente cuando existan diferencias entre los puntos de vista del país importador y país exportador en relación a la justificación para exigir un certificado fitosanitario. Los cambios relativos a la solicitud de un certificado fitosanitario deben respetar los principios de transparencia y no discriminación.

La modalidad de su expedición consiste en expedir una copia certificada que acompaña al envío y se presenta a los funcionarios pertinentes cuando llega al país importador, actualmente debido a los avances tecnológicos otra posibilidad es la certificación electrónica, ésta puede utilizarse siempre y cuando que:

- La Modalidad de expedición y la seguridad sean aceptables para los países importadores.
- La información facilitada sea coherente con el modelo o modelos apropiados.
- Se cumpla el objetivo de la certificación en el marco de la Convención.
- Se establezca en forma adecuada la identidad de la autoridad expedidora.

La Unión Europea debe especificar los requisitos que deberán observarse con respecto a la preparación y expedición de los certificados fitosanitarios. Estos suelen ser los siguientes: Idioma (pueden exigir que los certificados se completen en un idioma específico o uno de la lista de idiomas - se exhorta a los países incluir uno de los idiomas oficiales de la FAO.)

²¹Información obtenida de la página electrónica: www.fao.org/docrep/004/Y3241S/y3241s06.htm: Requisitos para los certificados fitosanitarios.

²²Siglas de la Organización Nacional de Protección Fitosanitaria.

Período de validez (los importadores pueden especificar el período de tiempo permitido para la expedición posterior a la inspección y/o tratamiento, salida del envío del país de origen después de la expedición y validez del certificado.)

Forma de llenar (exigir que el certificado se llene a máquina o a mano con letras mayúsculas y legibles.)

Unidades (pueden exigir que la descripción del envío y las cantidades declaradas se hagan en determinadas unidades).

Por medio de la expedición del Certificado Fitosanitario Internacional se puede concretar que los productos a exportar son de buena calidad enfatizando la siguiente información:

- No. Identificación del certificado, este número permitirá su localización, facilitará las auditorías y servirá a efectos de registro.
- Nombre oficial de la Organización de protección fitosanitaria y nombre del país que expide el certificado.
- Nombre del País importador ya que en los casos de los envíos pasa a través de un país el cual tiene requisitos de tránsito específicos.
- Nombre y dirección del país exportador indicará la procedencia del agente expedidor del exportador local o cuando el exportador sea una compañía internacional con una dirección en el extranjero.
- Número de cajas, paquetes o bultos, descripción de los mismos detalladamente para permitir a la ONPF del país importador, identificar el envío y las partes que lo componen, verificar su tamaño.
- Nombre del producto y cantidad declarada, deberá ser suficientemente descriptiva del producto (incluir tipo de producto en este caso del aguacate), la cantidad se ha de expresar con la mayor exactitud posible para permitir a los funcionarios del país importador verificar adecuadamente el contenido del envío.
- Peso neto
- Código del sistema armonizado: Pueden utilizarse códigos internacionales para facilitar la identificación (por ejemplo códigos aduaneros) y se deberán utilizar unidades y términos reconocidos en el ámbito internacional, cuando sea apropiado. Se pueden aplicar requisitos fitosanitarios diferentes a distintos usos finales (por ejemplo, consumo frente a propagación) o

condiciones de un producto (por ejemplo, fresco frente a seco); se deberá especificar el posible uso final y la condición del producto.

En lo que se refiere a las normas de calidad la Unión Europea, éstas son fuertes ya que el aguacate es una de las frutas mejor pagadas en el mercado internacional, los productores y exportadores tienen que darle cada vez más importancia a este hecho ya que la competencia de un creciente número de oferentes de países productores de aguacate aumentará cada año, por tanto estos países miembros exigen en las importaciones criterios estandarizados de clasificación de los productos, los que se traducen en diferentes cantidades de los mismos, por ejemplo, las llamadas Clases extra, Clase I, Clase II y Clase III, que se utilizan para clasificar a los productores según el tamaño, largo y peso así como grado de madurez del producto de exportación.

Existen alrededor de 46 normas de calidad, además de estas reglas de los importadores de la UE cada país tiene sus estándares no escritos para cada producto, de este modo las reglas de la UE deben ser tomadas como un indicativo de la calidad que se requiere por parte de los importadores y es recomendable que el exportador mexicano verifique con el cliente europeo cuál es la calidad requerida²³.

Para el cumplimiento óptimo de la llegada del producto en perfectas condiciones, se recomienda el transporte marítimo en contenedores refrigerados con 5° a 6° Centígrados con una duración de 22 a 24 días.

El embalaje del aguacate mexicano para la exportación debe de empacarse en cajas de acuerdo con la norma, con su tamaño modular de 400 y 300 mm, de acuerdo con lo recomendado por la comunidad europea la declaración del contenido y rotulado del embalaje deberán colocarse en uno de los lados del embalaje, con texto escrito en caracteres fácilmente legibles.

El producto se empaca verde y sin madurar con el propósito de llegar a su destino totalmente fresco para que no tenga problemas de descomposición instantánea ya que esta se transporta en cámaras de frío.

²³ Food Agricultural Imports Regulations and standard y Requerimientos cuarentenarios para la importación de frutos frescos de aguacate de México. 2006.

Las normas y reglamentos de comercialización aplicables para los aguacates se publican en el Diario oficial de la Unión Europea por la Comisión de comunidades europeas, algunas de las mas recientes modificaciones se efectuaron el 8 de marzo del 2005, una de ellas es la modificación a la norma FFV-42(de la CEPE.- Comisión económica para Europa de las Naciones Unidas), relativa a la comercialización y el control de la calidad de los aguacates, todo esto se efectuó por razones de claridad y transparencia a escala internacional, las modificaciones al reglamento es obligatorio de aplicación en cada estado miembro²⁴.

En los últimos años la UE además de cumplir con el reglamento CE No. 2092/91 para producción agrícola ecológica, exige nuevas regulaciones, por ejemplo, algunas cadenas de supermercados están comenzando a solicitarla certificación Euregap, los exportadores deben conocer sus requisitos y aplicabilidad²⁵.

La Euregap (Euro Retrailler Produce Working Group) es una asociación que reúne a grandes supermercados europeos líderes en el sector alimentario, constituye una serie de documentos normativos reconocidos por los reglamentos internacionales de certificación, acreditados según la ISO 65(en 45011), sus principios son, asegurar la reducción de riesgos por el uso de buenas practicas agrícolas, seguridad en los alimentos, protección del medio ambiente., la normativa de Eurogep es aprobada por los estándares y el sistema de certificación por el Comité técnico de normalización, integrado por miembros agricultores y miembros minoristas.

Se establecen reglas aplicables por los organismos de certificación (OC), productores individuales o para organizaciones de mercadeo de productos (OMP), así como aquellos documentos normativos sometidos al análisis comparativo de homologación (Benchmark).

La licencia certificada de Eurogap, es una marca registrada sujeta a la normativa del acuerdo, en México quien otorga esta certificación es la BCS Oeko-Garantie GmbH²⁶.

²⁴ Reglamento CE No. 387/2005 de la comisión del 8 de marzo del 2005, págs. 50 y 64.

²⁵ Centro de inteligencia sobre mercados sostenibles y análisis del mercado de aguacate en la UE (pag am002), Requisitos para la exportación hacia estos principales mercados, la Unión Europea y EEUU.

²⁶La información presentada sobre Eurogep es únicamente con fines informativos, el material se obtuvo de fuentes públicas

Por otro lado la Dirección General de Normas, considerando que es responsabilidad del Gobierno Federal procurar las medidas que sean necesarias para garantizar que los productos y servicios que se comercialicen contengan la información necesaria con el fin de lograr una efectiva protección de los derechos del consumidor; ordenó la publicación del proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-128-SCFI-1997, menciona que la Ley Federal sobre Metrología y Normalización tiene por objeto establecer la información comercial que debe contener el etiquetado del envase en el que se contiene el fruto del aguacate, para consumo humano, de origen nacional o extranjero²⁷.

3.1.5 Documentos y trámites para la exportación de aguacate a la UE

Los exportadores mexicanos tienen que aprender a salir con sus productos hacia Europa, porque aunque la UE no sea un comprador de grandes volúmenes, si esta dispuesto a pagar un mejor precio por los productos.

Para la exportación de aguacate hasta el momento no existe ningún tipo de restricción fitosanitaria, para los mercados europeos las exigencias como ya se han mencionado anteriormente son en cuanto a calidad, empaque, presentación de las frutas, estado de maduración de la fruta y peso.

Para exportar a los diferentes mercados es importante y se requiere que el exportador realice antes que nada una planeación estratégica para asegurar que habrá una óptima preparación para llegar al mercado extranjero y derivado de esto tener en regla la documentación requerida. Se recomienda que se busque un representante para tramitar el desaduanamiento de la mercancía de exportación, ésto puede llevarse a cabo por medio de un agente aduanal quien se encargará de elaborar el pedimento de exportación, pagará los impuestos derivados y verificará que se obtengan las preferencias arancelarias. A continuación se enlista el plan estratégico necesario, proveído por Bancomext, para todo el que desee exportar²⁸:

²⁷Para efectos de la norma se deben consultar las definiciones incluidas en la norma mexicana NMX-FF-006, así como las siguientes: Aguacate de la variedad "Fuerte", Aguacate de la variedad "Haas".

²⁸http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemLogistica_EuropaLogistica.pdf 15 julio 2008

- ✓ Logística.
- ✓ El transporte.
- ✓ Aduanas.
- ✓ Almacenaje.
- ✓ Distribución física.
- ✓ Cadenas y canales.
- ✓ Documentación de exportación.
- ✓ Términos de ventas.
- ✓ Incoterms.
- ✓ Contratos.
- ✓ Aranceles.
- ✓ Regulaciones y no regulaciones no arancelarias.
- ✓ Seguros.

Ahora bien todo lleva una secuencia posterior a una planeación, por tanto no hay que olvidar las exigencias de los mercados en materia de tramitación de los documentos necesarios para exportar, estos corresponden a la factura comercial, lista de empaque, pedimentos de exportación, certificado de calidad, documento de embarque, certificado de origen, entre otros, enseguida su descripción:

- Certificado de origen EUR1²⁹

Este documento permite regular las prácticas del comercio internacional, permite determinar el país de origen de mercancías importadas y las disposiciones para su certificación, en materia de cuotas compensatorias, las normas de origen determinan el porcentaje máximo de materias primas e insumos extranjeros incluidos en la fabricación de un producto de exportación. El cumplir con estas normas permite que los productos de exportación se acojan a rebajas arancelarias en el país de destino del producto.

- Factura comercial.

Todo embarque se debe acompañar con una factura original, misma que debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo

²⁹El certificado de origen se solicita en la Secretaría de Economía, fuente COFOCE, www.cofoce.gob.mx.

de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición³⁰.

- Lista de empaque.

Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y conocer qué contiene cada bulto o caja, por lo cual se ha de realizar un empaque metódico, que coincida con la factura. Esta última se utiliza como complemento de la factura comercial y se entrega al transportista. En este desglose se debe indicar la fracción arancelaria de la mercancía, así como el valor, el peso y el volumen (describiendo el tipo de empaque y embalaje utilizados).

- Pedimento de Exportación-Despacho Aduanal.

Los exportadores están obligados a presentar en la aduana un pedimento de exportación, en la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por conducto de un agente o apoderado aduanal. Dicho pedimento debe acompañarse de: factura o, en su caso, cualquier documento que exprese el valor comercial de las mercancías, los documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones o restricciones no arancelarias a las exportaciones e indicar los números de serie, parte, marca y modelo para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares cuando dichos datos existan.

Del despacho aduanero resulta el pedimento de exportación, el cual permite a la empresa comprobar sus exportaciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para los efectos fiscales respectivos.

- Factura proforma

Este documento solo se requiere si es solicitado por el importador.

- Certificación de calidad y cuantificación de mercancías.

Los riesgos de las operaciones de comercio exterior se reducen acudiendo a empresas internacionales que vigilan e inspeccionan la carga, con el fin de asegurar el cumplimiento de las normas pactadas. Estas certificaciones son voluntarias y pueden referirse, entre otras, a las siguientes materias: supervisión de calidad, cantidad y peso; supervisión de embarque, estiba o descarga;

³⁰Se especifica la moneda extranjera, sin IVA, en inglés y en español.

supervisión de temperaturas; supervisión de fumigaciones; control de calidad; supervisión e inspección de embalaje; inspección previa para asegurar la limpieza del medio de transporte; inspección y evaluación de productos conforme a normas internacionales.

Dentro de estos certificados que deben de expedirse en el caso del aguacate es necesario que para su exportación la SAGARPA, expida el certificado fitosanitarios, esto indicará que los envíos de productos vegetales cumplen los requisitos fitosanitarios de importación especificados, en referencia a sanidad, y calidad agroalimentaria. Según sea el caso en algunas ocasiones se requerirá de la expedición de Certificados de análisis químicos.

- Documento de Transporte aéreo.

El conocimiento de embarco aéreo, conocido en su denominación inglesa como Air Waybill (AWB) es el documento utilizado en transporte aéreo. Constituye a la vez recibo de la mercadería por parte de la compañía aérea, y prueba del contrato de transporte.

- Documento de Transporte marítimo.

El documento de transporte marítimo se conoce con el nombre de "Conocimiento de embarcación" o con su denominación inglesa de "Bill of Lading" (B/L). Este documento es:

- ✓ Recibo de mercaderías por parte del transportista.
- ✓ Prueba del contrato de transporte.
- ✓ Título de valor representativo de mercancías, es negociable y otorga a su tenedor el derecho a exigir la entrega de las mismas.

- El seguro de transporte.

En comercio internacional es frecuente asegurar las mercancías por los daños que puedan sufrir durante el transporte, así como en las operaciones de carga y descarga y estancia en almacenes previos o posteriores al transporte. La contratación de este seguro corre a cargo del exportador o del importador según las condiciones pactadas (Incoterms). Contratará normalmente el seguro aquella parte que asuma el riesgo de pérdida de la mercancía durante el transporte, salvo que se haya pactado otra cosa, como en el supuesto de utilización del incoterm CIF O CIP, en cuyo caso el vendedor viene obligado a contratar un seguro a pesar de que el riesgo se transmite al comprador antes de iniciar el transporte.

- Adicional a los anteriores documentos, se requerirá de:
 - Copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con homoclave e información del domicilio fiscal de la empresa.
 - Carta de instrucciones (al agente aduanal y/o al transportista).
 - Reservación en la agencia naviera en el caso de que el embarque de la mercancía se realice por aduana marítima.
 - Si se trata de contenedores, solicitar su oportuno envío y si la clase o naturaleza de la mercancía así lo requiere, deberá presentar ante la aduana.
 - Permisos o autorizaciones, según sea el caso.

3.1.6 Fracción arancelaria y restricciones de la UE al comercio de importación del aguacate

Cuadro 13. Unión europea: requisitos arancelarios.

ARANCELES Y OTRAS TASAS IMPOSITIVAS	IMPUESTO
ARANCEL PARA MEXICO. FRACCION ARANCELARIA DE IMPORTACION DEL AGUACATE 08 04. 40.01	Impuesto general de importación por KG 20%. Impuesto preferencial de exportación 0%.
0% de arancel a la entrada en vigor del Diario oficial LIGIE 2007.	

Fuente: Bancomext, Documentos para exportar datos 2007.

- Controles para la importación:

En cuanto a los controles para la importación de aguacates no existen embargos o sanciones, prohibiciones, ni licencias, ni permisos, tampoco cuotas absolutas o tarifarias o demás.

Una de las restricciones que marca la UE de acuerdo con la directriz (EC) No. 102/2004, requiere que el material de empaque de madera y los maderos de estibar provenientes de terceros países, excepto Suiza, estén sujetos a una de las medidas de aprobación, de acuerdo a la Norma Internacional para medidas fitosanitarias de la CIPF/FAO, el material de empaque de madera debe de estar hecho de madera redonda desembarcada y las letras "DB" se deben de adjuntar a la abreviatura de la medida de aprobación incluida en dicha marca.

Para que no existan ninguna restricción al momento que el producto exportado entra a la UE, debe de mostrar la siguiente documentación:

- * Factura comercial.
- * Lista de empaque.

- * Certificado Fitosanitario.
- * Documento Único Administrativo. (DUA).
- * Declaración de valoración.
- * Guía aérea³¹.

Es necesario que los exportadores se informen de las medidas que se han establecido a través de acuerdos expedidos por la Secretaría de Economía o, en su caso, conjuntamente con la autoridad competente (Sagarpa, etc.), publicadas en el Diario Oficial de la Federación, donde dice que las mercancías sujetas a restricciones y regulaciones no arancelarias se identificarán en términos de sus fracciones arancelarias y nomenclatura que le corresponda de acuerdo con la Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y de Exportación. (Fundamento: Artículos 4, 16, 17, 19 y 20 de la Ley de Comercio Exterior).

Los permisos previos son regulaciones no arancelarias que se utilizan para determinadas mercancías que están controladas, instrumento utilizado para sostener la seguridad nacional y la salud y puede darse en los siguientes puntos a enumerar en lo referente a este tema:

- * Para corregir desequilibrios de la balanza de pagos
- * Para regular la entrada de productos usados, de desecho o que carezcan de mercado sustancial en su país de origen o procedencia
- * Conforme a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que México sea parte.
- * Como respuesta a las restricciones a exportaciones mexicanas aplicadas unilateralmente por otros países.
- * Cuando sea necesario impedir la concurrencia al mercado interno de mercancías en condiciones que impliquen prácticas desleales de comercio internacional.
- * Cuando se trate de situaciones no previstas por las normas oficiales mexicanas en lo referente a seguridad nacional, salud pública, sanidad fitosanitaria o ecología.

³¹Este documento únicamente se presenta cuando el producto se transporta por aire.

3.1.7 Transporte y embalaje

Es importante reconocer los elementos que intervienen en la distribución, embalaje y transportación del producto para que llegue al consumidor final.

Tenemos antes que nada seleccionar el recorrido o canal de comercialización más usuales, para esto es necesario tener ya los resultados de los importadores mayoristas, detallistas, para que llegue al consumidor europeo, es muy importante tomar en cuenta que se debe de evitar intermediarios que intervengan en el proceso de distribución con la finalidad de evitar que se encarezca el producto y del mismo modo prevenir el maltrato físico de la fruta.

En estos últimos años México avanza en la consolidación del Sistema Nacional de Transporte, a través de una infraestructura y servicios eficientes, seguros, competitivos y bien integrados entre sí, apoyado en una Comisión Reguladora de Transporte. Por su parte el continente europeo dispone de una red enorme de transporte, accediendo de manera fácil por mar o por una vía ferrocarrilera.

Es imperativo consolidar un Sistema de Transporte Intermodal en México, a fin de participar en los mercados globales y facilitar el comercio internacional con Europa, Asia, Norteamérica y América Latina, esto se esta llevando a cabo por medio del convenio suscrito en el Acuerdo Corredores Multimodales.

Esta investigación destaca la buena aceptación que tienen las diferentes variedades de aguacate por el consumidor europeo, lo que los empresarios nacionales no saben en muchas ocasiones es que el flete de transportación vía marítima, de México a la Unión Europea, es de un 30 a 35 % más barato que a Estados Unidos, vía terrestre.

Al considerar los precios por traslado de mercancía, hay que tomar en cuenta el viaje de México a Holanda por vía marítima, porque esta área es cara, de acuerdo a una entrevista realizada a Felipe Toledo Gutiérrez, Coordinador de la Licenciatura de Negocios Internacionales, del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA).

La entrada de los productos a la UE en su mayoría se vía marítima por razones de logística y costos.

La vía aérea es utilizada para el transporte de frutas perecederas y en los países que no disponen de la logística marítima.

De acuerdo a la Ley aduanera en su artículo 11 establece los siguientes tipos de tráfico para la transportación de mercancías a las diferentes países destinos, arribando a las aduanas marítimas, fronterizas áreas, terrestres, interiores y exteriores o a los puertos Hub.³²

Para la exportación del producto hay que escoger el transporte más adecuado, el exportador debe elegir el que ofrece mejores costos, tiempo, seguridad, frecuencia de salidas, pero lo más importante es elegir el tipo de transporte que conserve y proteja al producto para que llegue en óptimas condiciones de consumo al país destino.

Las variedades de aguacate más adecuadas para el transporte marítimo en contenedores refrigerados de tipo corriente son el HASS y el FUERTE, debido a que resisten una temperatura mínima de almacenamiento de 5 grados C. Estos dos tipos de variedades resisten al principio y hasta la mitad de la estación de cosecha un transporte de 22 a 24 días de duración, los envíos de fines de estación no deben sobrepasar los 20 días. En ambos casos se deberá contar con un manejo adecuado y con contenedores refrigerados a una temperatura de 5 a 6 grados centígrados. Es absolutamente indispensable mantener una cadena de frío –interrumpida.

Este tipo de cuidado que requieren los aguacates va desde la transportación de la planta empacadora a los diferentes canales de distribución, se debe de hacer en condiciones de almacenamiento, deben de acomodarse de tal manera que no se mezclen con otros lotes, y tomar debida nota de origen de la fruta, proveedor, etc. En el período comprendido entre el arribo de la fruta, y su procesamiento, deben efectuarse los muestreos correspondientes a la detección de plagas cuarentenarias, así como lo relativo a otras plagas y enfermedades y apariencia general de los frutos, en aspectos que influyen en la calidad (manchas,

³² Puerto Hub: es aquel puerto oceánico que aglutina gran cantidad de contenedores, unos para ser distribuidos a su zona de influencia, mediante buques feeder, y otros para su posterior distribución mediante buques oceánicos, a los puertos de destino final.

decoloraciones, infecciones de enfermedades, roeduras, golpes, rozaduras, etc.). De igual manera, se verifica que se reúnan las características propias de la variedad que se está reportando.

Durante la conservación, y el transporte a mercados internacionales, la temperatura debe conservarse con una variación máxima de + 1° C, no deberá romperse la cadena de frío, es decir interrupción de la refrigeración a la temperatura establecida, provocando elevaciones de la misma.

El umbral del daño por frío a las temperaturas señaladas, se ubica entre la 3a y 4a semana de refrigeración, lo cual hay que tomar en cuenta en los embarques marítimos de larga duración y es recomendable que al llegar al puerto de destino de la fruta, de inmediato se mande a los canales de distribución al detalle para no prolongar la refrigeración.

Se puede prolongar la vida de anaquel de fruto de aguacate hasta 60 días en promedio mediante el uso de atmósferas controladas o modificadas, con niveles de 2.5% de Oxígeno y 5% de Bióxido de carbono. Aunque esto incrementa el costo para el exportador.

Los tipos de transporte adecuados para la exportación del producto a la Unión europea son:

Transportación Marítima: Propicio para mover transportar grandes volúmenes y alimentos no perecederos, por el tiempo que se tarda.

Los productos perecederos frutas, hortalizas frescas, entre otros, tienen la propiedad que tienden a calentarse en espacios confinados, dando origen a un rápido deterioro y descomposición, lo cual explica el porqué rara vez se usan barcos no refrigerados para su transporte a largas distancias y en estos casos, son muy altos los niveles de deterioro. Es poco probable que se hagan mejoras en el diseño de los barcos no refrigerados con el fin de hacer menos riesgoso el transporte de productos frescos. En la mayoría de los casos, el transporte marítimo se efectúa con barcos frigoríficos, los cuales son muy utilizados en la exportación de productos frescos. El transporte marítimo, a causa de la duración de los viajes, es una forma de almacenamiento refrigerado, por lo que todas las precauciones necesarias para este tipo de almacenamiento son válidas en estas circunstancias.

El transporte mediante barcos frigoríficos usualmente se usa para la exportación de grandes volúmenes de productos frescos, lo que requiere la contratación de personal de jornada completa por los grandes productores. En los países en desarrollo usualmente también está involucrada una compañía multinacional o una cooperativa muy fuerte, ya que de otro modo los volúmenes exportados no permiten alquilar un barco frigorífico (charter).

Si se quiere que tenga éxito el arriendo de barcos, es necesario organizar el abastecimiento regular de productos por períodos largos, ya que de otra manera los barcos que se quieran arrendar podrían no estar disponibles.

Otra opción de transportar por vía marítima y que no se contrate un barco refrigerado es la utilización de contenedores frigorizados, son una forma especializada de transporte marítimo que está ganando rápidamente popularidad internacional. Cada contenedor puede tener su propio sistema de refrigeración independiente el cual se conecta a la red de electricidad del barco, o puede tener en un extremo ductos especiales para el aire, que están alineados con relación a los ductos del barco de modo que la refrigeración es proporcionada enteramente por el propio sistema del barco (Sistema "Con-Air"). Los contenedores refrigerados tienen dimensiones estándares, todos son de 8 x 8 pies de ancho, pero pueden tener 10, 20, 30 o 40 pies de largo. Las dimensiones más usadas son la de 40 pies y después las de 20 pies. El contenedor puede ser comprado o arrendado; su costo puede ser muy alto y puede variar muchísimo en calidad y rendimiento.

Sus principales ventajas son:

- ✓ Permiten el uso compartido del barco para contenedores frigorizados, por muchos productores de diferentes productos, siempre y cuando tengan acceso al uso de contenedores y que estén exportando por la misma ruta.
- ✓ Reducen en gran medida los daños por manejo, ya que se cargan en la bodega de empaque y no se descargan hasta que llegan a la bodega del cliente en el país de destino.
- ✓ En forma independiente se fija y vigila la temperatura. Capaces de pro-enfriar rápidamente el producto bajo las condiciones ambientales tropicales.

Sus desventajas son:

- ✓ La compra o el arriendo son muy caros.
- ✓ Son grandes y pesados y requieren de equipo especial para su manejo.
- ✓ Se necesita contratar más contenedores que los que se usan debido al tiempo que tardan para retornar y por descompostura.
- ✓ No todos los países tienen facilidades para manejar los contenedores, lo que limita los puertos de embarque y desembarque, aunque algunos barcos se cargan y descargan con sus equipos.

Transportación Aérea: Recomendable cuando se trata de productos perecederos, cantidades regulares y para entregas urgentes.

La utilización de la vía aérea para transportar las mercancías, debido a su alto costo solo se justifica para productos de exportación de alto valor, como frutas tropicales exóticas y hortalizas para los mercados de Europa, Norteamérica y otros países que no las producen en ciertas estaciones del año. Estos mercados son muy sofisticados y demandan productos de la máxima calidad, los que deben ser cuidadosamente empacados en envases estandarizados de cartón o tablas de fibra y correctamente etiquetados. Cualquier producto que no satisfaga estas especificaciones, o que sea de calidad inferior a la óptima, será rechazado inmediatamente, o se clasificará en un grado de calidad cuyo precio es de quiebra para el exportador, lo que frecuentemente ocasiona pérdidas en los embarques. Todas las exportaciones por vía aérea requieren de una cuidadosa investigación del mercado, planificación, organización y administración. Para tener éxito se necesita incorporar dentro de la infraestructura una facilidad de pro-enfriamiento, camiones refrigerados y posiblemente instalaciones refrigeradas en el aeropuerto. La comunicación constante con precios y las fluctuaciones de la demanda, junto con la retro información sobre control de calidad.

Los costos: Los costos de la carga aérea varían con la distancia y la forma en que se contrate el servicio, ya sea en un vuelo regular o arrendado (Charter). Generalmente las tarifas a Europa y Norteamérica son por lo menos de US\$ 1.00 por kilo de producto y los precios al mayoristas rara vez superan los US\$ 1.60 por kilo aún para las frutas y hortalizas de mayor valor.

Si se agregan los costos de producción y empaque se observara que los márgenes de ganancia son bajos. Los países en desarrollo ven la exportación de estos

productos más como una forma de obtener divisas en el extranjero que como una forma de obtener ganancias. La falta de planificación y buena administración dará como resultado una mala calidad de los productos, rechazo y posibles pérdidas de los ingresos.

Para finalizar mencionaremos que la mayoría de los productos frescos que llegan a Europa llegan por transporte marítimo, redistribuyéndose a su arribo en pallets que son transportados por contenedores o camiones refrigerados, el principal puerto de entrada es Rotterdam o Amberes.

Por ejemplo los productos que llegan a Amberes nos presentan el siguiente tiempo de logística para su destino final:

Cuadro 14. Logística de tiempo de llegada de México a los principales destinos de la UE.

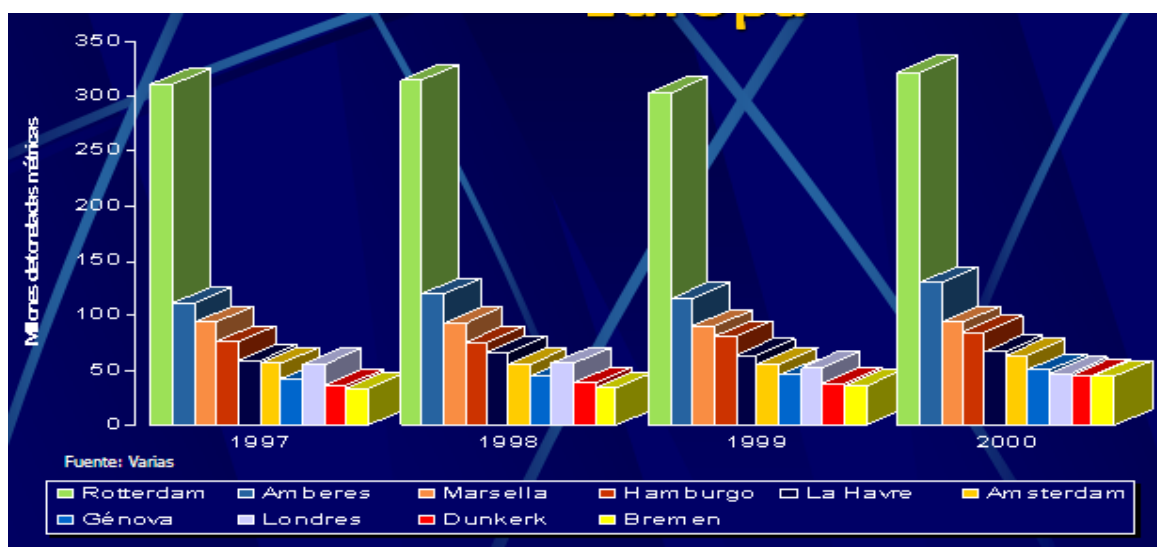
PAIS	TIEMPO APROX. DE LLEGADA
MADRID	10 HORAS,
PARIS	4 HORAS.
LONDRES	5 HORAS.
ROMA	15 HORAS.
LISBOA	15 HORAS
FINLANDIA	6 HORAS.

Fuente : Proméxico, datos 2007.

- **Principales puertos donde arriba el transporte marítimo en la UE.**

En su mayoría los productos llegan a los principales puertos Europeos de países como Francia, Holanda, Alemania, Italia y Reino Unido, los cuales tienen una logística muy bien desarrollada, es importante mencionar que de las importaciones que realizan los países antes mencionados, parte son reexportadas al resto de Europa. (Véase gráfico 13).

Gráfico 13. El transporte marítimo llega a las principales puertas de entrada en Europa.



Fuente: Bancomext. Los principales puertos de Europa.- Consejería comercial para Benelux y Nórdicos.

- **Embalaje:**

Las cajas en que se empacan los aguacates para exportación deben ser de madera o cartón corrugado con aperturas que permitan la ventilación. El tamaño de la caja varía según el mercado objetivo y el número de aguacates por caja se relaciona con el calibre de los mismos.

El transporte y la distribución de aguacates frescos se realizan colocando los aguacates en una sola capa, de tal manera que no puedan rodar hacia los lados. Para variedades muy grandes se recomienda separadores de cartón. Para lograr un eficiente pre-enfriamiento antes del transporte, las cajas deben disponer de suficientes orificios de ventilación.

En la fase de la distribución y en el comercio al detalle, se requieren aun más agujeros, debido a que al aumentar el grado de madurez de los aguacates aumenta la respiración. Los gases que se generan durante el proceso de maduración deben salir del embalaje. Esto se logra cuando aproximadamente 10% de la superficie del embalaje se dedica a la ventilación por medio de perforaciones. De esta manera resulta posible almacenar el producto sin que se deteriore.³³

³³ De los Santos-Vázquez, M. 2001. Sugerencias para una cosecha eficiente del aguacate. Boletín informativo El Aguacatero. Marzo, 2001, p. 3-6.

El embarque se realiza en cajas de acuerdo con la norma, con su tamaño modular de 400 y 300 mm. Con estas medidas modulares se pueden utilizar las estibas estandarizadas de los tamaños 1200 x 1000 mm ó 1200 x 800 mm de una manera óptima.³⁴

De acuerdo con la norma recomendada por la Comunidad Europea la declaración del contenido y el rotulado del embalaje deberán colocarse en uno de los lados del embalaje. El texto debe estar escrito en caracteres fácilmente legibles.

El fruto debe de empacarse verde y sin madurar con el propósito de que llegue a su destino totalmente fresco y que no tenga problemas de descomposición instantánea ya que esta se transporta en cámaras de frío.

Cuadro 15. Ejemplo del embalaje del aguacate mexicano para exportación



Fuente: SAGARPA Imagen de la forma en que la empresa Avoperla, empaca el aguacate para exportación.

3.1.8 Los retos tecnológicos que enfrentan las empresas mexicanas para la adecuada exportación del aguacate

a) Uno de los retos que enfrenta es en el tiempo de floración y fructificación ya que en muchas ocasiones los productores no cuentan con los recursos necesarios por tanto muchos de los agricultores venden la fruta a pela palo, es decir en un solo corte, arrojando de este modo gran diversidad de tamaños y edades de frutos que abaten el precio de la fruta cortada por fructificación y edad, pagándose el producto a precios menores de los que corresponden a una selección de fruto y

³⁴ *Ibíd*em

por consiguiente esto provoca caída de los precios en mercados y plazas, todo esto provoca problemas en la cadena productiva ya que estos productos no son seleccionados en muchas ocasiones como productos de calidad, con las condiciones normativas para su empaque, cantidad, lugar de entrega, precios y las condiciones necesarias para ser exportado.

b) Es importante que los productores consideren la importancia que tiene la creación de una cultura exportadora para esto determinar lo que se considera calidad de exportación fundamentada en conceptos como: la madurez, la apariencia, que sea una fruta libre de enfermedades y plagas, un tamaño denominado calibre -para los mercados considerado, el manejo desde el corte y fruta proveniente de huertos con un tratamiento integral tanto en el aspecto fitosanitario como de fertilización y riego.

c) Cosecha, transporte y manejo adecuado así como el proceso debido para su empaque, realizado por empresas especializadas en la exportación basándose en la utilización de infraestructura diseñada para la exportación, se emplean cámaras de frío con capacidad tanto de volumen como de enfriamiento, laboratorio para análisis de la fruta, contar con el adecuado personal capacitado en comercio internacional como en tráfico – aduanas, compañías transportistas y navieras, aseguradoras, etc.- y tecnológicamente en calidad y sanidad, acompañarse principalmente de un departamento de control de calidad.

d) Los productores necesitan asistencia técnica para estar informados del modo más adecuado en el proceso de desinfección de sustrato, asistencia en como debe de llevarse a cabo el modo de pre enfriado de fruta al momento de cargar, evitar los tiempos innecesarios de demoras en las maniobras de carga – descarga y el pago oportuno.

e) Adquisición de los equipos adecuados y maquinaria para podas y equipos de rejuvenecimiento de huertos. También influye la falta de sistemas de riego adecuados con conducciones eficientes, ollas hidráulicas, caminos, apoyos de alianza para el campo. Reabrir plantas de fertilizantes para obtener producto a mejores precios y calidad.

Los retos para mejorar este panorama de problemática común que enfrentan muchos de los productores exportadores se plantea en establecer estrategias con la determinación de toma de decisiones en conjunto que deben de resolverse en

corto, mediano y largo plazos, estas deben ser concretas, inmediatas como un buen principio en la planificación de los proyectos, algunas de estas acciones que deben de considerarse consisten en lo siguiente:

I.Fortalecer las bases de conocimiento, las organizaciones deben enfocarse a acciones ejecutivas encaminadas a la resolución de problemáticas y/o a la potenciación de los procesos que generen valor al sistema.

II.Perfeccionar los procesos productivos para fortalecer el eslabón que forman parte del sistema del producto, consiste en la mejora o perfeccionamiento en cualquiera de los procesos de transformación , desarrollo de ciencia- mejoras para el producto, incentivar los estudios científicos relacionados con el aguacate, la tecnología, mejora en los procesos administrativos, innovación en la logística, en empaque, en embalaje, en los mecanismos de distribución, procesos físicos o químicos de mejora genética, todo esto son ejemplos para enfrentar los retos de innovación tecnológica, debe de incluirse como estrategias de innovación tecnológica, procesos de mejora en la producción asociados al combate de plagas y otras afectaciones biológicas al cultivo.

III.Desarrollar la infraestructura básica, se requiere que los elementos externos garanticen competitividad media de su actividad económica, referencia específica a las comunicaciones, puertos, ferrocarriles, agua, electricidad, elementos importantes que en el conjunto económico productivo y de exportación se deben de poner a disposición del agente en particular para que se lleve a cabo su actividad productiva, tener condiciones medias de infraestructura determinan la denominada competitividad y productividad media del entorno, las cuáles son definitivas en términos de rentabilidad en las economías globalizadas.

IDENTIFICACIÓN DE LAS LÍNEAS DE ACCIÓN PARA ENFRENTAR LAS MEJORAS DE LOS RETOS PARA LA EXPORTACIÓN.

1. Reforzar los cercos sanitarios para evitar la entrada de plagas de interés cuarentenario (entre otras la de la cochinilla rosada).
2. Implementación de buenas prácticas agrícolas y de manufactura.
3. Capacitación integral a los agentes del sistema producto aguacate.
4. Establecer líneas de investigación y desarrollo, además de las tecnologías propias, acordes con la necesidad del cultivo.
5. Producir plantíos de calidad.
6. Resolver la falta de tecnología específica acorde con las diferentes condiciones agro- ecológicas de cada uno de los estados.
7. Resolución a los deficientes manejos cosecha y postcosecha.
8. Que los productores formen parte de los programas de trabajo en el sistema producto aguacate, para que den seguimiento y evalúen a las acciones de investigación.
9. Desarrollar infraestructura básica:
10. Infraestructura y equipo de seguridad para los huertos y las frutas del aguacate.
11. Mejorar y conservar las carreteras federales, estatales, municipales y troncales.
12. Propiciar la elaboración de estudios adecuados para mejorar la disponibilidad del agua, sistemas de captación, extracción, conducción y distribución, así como la conservación de los bosques.
13. Promover la infraestructura para la captación y aprovechamiento de agua de lluvia y nuevas tecnologías del manejo adecuado del agua en general.
14. Ampliación y modernización de las redes de conducción de electricidad.
15. Resolver la falta de infraestructura productiva en áreas de temporal.

Es de vital importancia que para enfrentar estos retos que las empresas productoras y exportadoras se coordinen con la SAGARPA, SEMARNAT, SE, SRA, SEP, SCT, SSA, SEDESOL Y SHCP., por lo que es concurrente que en conjunto se analicen y definan los proyectos prioritarios y que se ejecuten en diferentes plazos convergentes con las diferentes áreas, regiones, estados o localidades en las cuales se hagan coincidir los recursos de forma integral.

3.2 El aguacate en la Unión Europea

El consumo de frutos tropicales, frescos o transformados, ha crecido en los últimos años en muchos países y especialmente en los desarrollados. El crecimiento del consumo se debe a la expansión geográfica de los productos gracias a un comercio cada vez más rápido, seguro y económico, al incremento experimentado por el turismo y al progreso de las técnicas de transformación y envasado de las frutas.

La Unión Europea es un mercado con un nivel de vida elevado, que exige calidad en los productos que adquiere y está abierto para las frutas tropicales, entre las que destaca el aguacate, producto que enmarca el presente estudio.

El mercado Europeo está dominado en el comercio al detalle con la distribución moderna bajo las formas de supermercados y de hipermercados. Estas formas de distribución controlan según los países entre 50 y 75 % de las ventas al detalle.

El europeo hace énfasis en sus productos de consumo sobre cuatro aspectos fundamentales:

- * La normalización de los productos.
- * La calidad gustativa.
- * La calidad sanitaria y la estricta limitación de residuos sobre los productos alimentarios.
- * El reciclado de los empaques así como su tratamiento a base de productos químicos.

Todas estas características es lo que está llevando al empresario mexicano a cruzar las fronteras de las zonas de origen del aguacate y tender los canales de distribución, favoreciendo de este modo la comercialización en ámbitos internacionales, la tendencia de aumentar las exportaciones se ha favorecido actualmente porque este se realiza de forma rápida, seguro y económico, cabe destacar que algunos países de la unión europea importan más y otros menos, pero esto se debe en gran medida a que los mayores países importadores son los que disponen de puertos importantes con excelentes ubicación y logística, lo cual posteriormente les permite reexportar al resto de Europa.

De acuerdo a diferentes análisis de marketing realizados principalmente por Bancomext, se informa que los empresarios europeos entrevistados reflejan que la calidad en general del aguacate de importación es buena, sin embargo dejan claro que para aumentar la cuota de mercado y explotar el potencial que presentan estos productos, los países productores exportadores necesitan mejorar las gestiones de marketing, logística y transporte, capacidad de suministro, continuidad de marca y brindar precios competitivos.

A continuación para reafirmar que tiene la introducción de este producto a la Unión Europea se desarrollaran los siguientes objetivos para conocer un poco más de las características de este mercado, así como también las oportunidades que tiene el aguacate entre los consumidores del producto.

Algunos datos de interés sobre la Unión Europea y el aguacate:

Los 15 países que conforman la Unión Europea, hoy consumen el 4% del aguacate producido en el mundo. La escasa producción de aguacate en la Unión Europea se concentra en un solo Estado: España.

El estado miembro que contiene un consumo significativo es Francia, el 60% del consumo total de la Unión, por tanto Francia es el primer importador del producto, de los mercados meta.

Los grandes proveedores del producto a la Unión son: África del Sur e Israel, seguidos a cierta distancia por México y Kenia³⁵.

La importancia del aguacate en este mercado, ha venido creciendo sostenidamente en los últimos años, dejando de ser una fruta exótica para incorporarse en la dieta de los países miembros del bloque Europeo. Esto se ha ido reforzando por la tendencia que tiene el Europeo de preferir productos sanos y naturales, destacándose así el potencial del producto por las amplias posibilidades de consumo fresco, además de su utilización en la industria.

A manera de que lo mencionado anteriormente se analice con mayor claridad se proporcionan los datos cuantitativos de la producción y exportación en miles de

³⁵ Dirección general de agricultura y desarrollo rural de la comisión Europea. Maitre de Conference, del instituto de Estudios Europeos de la Universidad libre de Bruselas.

toneladas de los principales proveedores de aguacate en la UE., del mismo modo se muestran los datos en miles de toneladas de la importación de aguacate de países del bloque de los países miembros. (Véanse las tablas 5,6 y 7)

PRODUCCION DEL AGUACATE DE LOS PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DE AGUACATE A LA UNION EUROPEA (datos en miles de toneladas)		
PAIS	1991-1994	2001-2004
ESPAÑA	47,8	113,1
MEXICO	753,5	980,5
ISRAEL	56,1	75,5
SUDAFRICA	44,4	67,3

Fuente: Faostat, de 1991 hasta el 2004.

Tabla 6. Exportaciones de los principales proveedores de aguacate a la UE.

EXPORTACION DE AGUACATE DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES A LA UE (datos en miles de toneladas)		
PAIS	1991-1993	2001-2003
MEXICO	16,27	96,70
ISRAEL	36,80	44,71
SUDAFRICA	28,09	38,68

Fuente: Faostat, en esta parte el país España no figura ya que solo provee del consumo de los países miembros de la UE. 2003.

Como podemos observar Sudáfrica tiene una producción promedio de 50 mil toneladas que es relativamente pequeña en comparación con el estándar mundial, sin embargo, el 70% de su producción es exportada³⁶. Tanto la producción como la exportación sufrieron una caída en la temporada de 1997, debido a la sequía, mal clima y bajos rendimientos por estar fuera de temporada. Algunos problemas con sus sistemas de transporte ocasionaron dificultades para la exportación. Para compensar la baja producción la compañía Bella Nova comenzó a surtir de aguacate mexicano para reexportarlo al mercado europeo. El 30% de su producción es de la variedad "Hass", otras variedades que produce son: "Fuerte", "Ettinger", "Pinkerton" y "Ryan". El comercio de aguacate de ese país abarca los meses de marzo a agosto. El 95% de sus exportaciones son dirigidas a Europa.

³⁶ <http://www.aproam.com/aguacate13.htm#5> febrero 2008.

La Organización para la Alimentación y la Agricultura (Food and Agricultural Organization, FAO)³⁷ estima que los países asiáticos en 1997 produjeron 180 mil toneladas. Se considera que Indonesia es el quinto productor mundial con 105 mil toneladas anuales, sin embargo, su producción se destina en su mayoría al consumo doméstico, sus exportaciones en 1997 fueron de 3.2 toneladas.

Israel produjo 50 mil toneladas en 1994 y exportó 30 mil toneladas en 1997. Francia es el principal destino de las exportaciones de Israel, el resto es dirigido a otros países de Europa como son Alemania y el Reino Unido. ³⁸Se espera que la producción de Israel se incremente debido a una mayor área de producción. La variedad "Ettinger" es la más popular en cuanto a consumo en Israel y la variedad "Hass" es la que se prefiere para exportación a los mercados de Europa. Otras variedades que se producen son: "Pinkerton", "Fuerte", "Nabal" y "Reíd". Israel exporta a Europa durante los meses de octubre a mayo.

España^[194] exporta aguacate a Francia y a otros países europeos, sin embargo, durante 1996 y 1997 debido a las altas temperaturas y a la falta de agua los rendimientos en su producción cayeron drásticamente. La producción en 1997 fue de 30 mil toneladas, la cosecha peninsular ocurre entre octubre y junio; y en las Islas Canarias de septiembre a mayo. La variedad "Hass" es la más producida (80%), otras variedades que producen son "Fuerte" y "Bacon".³⁹

³⁷ *Idem*

³⁸ *Idem*

³⁹ *Idem*

Tabla 7. Comparativo histórico de las importaciones de aguacate de la UE

PAISES DE LA UE QUE IMPORTAN AGUACATE (datos en miles de toneladas)		
PAIS	1991-1993	2001-2003
FRANCIA	82,0	95,8
REINO UNIDO	15,2	26,2
PAISES BAJOS	8,0	24,7
ALEMANIA	9,1	14,6
ESPAÑA	0,4	7,3
SUIZA	2,6	3,6
SUECIA	4,1	5,0
BELGICA	N.D	7,7
NORUEGA	0,5	1,7

Fuente: Faostat, 1991 al 2003.

Se observó que Francia, Reino Unido, Holanda y Alemania, son los cuatro principales países importadores de aguacate en la Unión Europea.

Así como los principales proveedores de aguacate a la Unión Europea son Sudáfrica, Israel, México y los Estados Unidos de América, España es también un gran proveedor. Normalmente, España e Israel proveen a la Unión Europea de octubre a mayo; Sudáfrica, Kenia y los Estados Unidos de América de abril a septiembre y México de agosto a marzo.

3.2.1 Ubicación y características del mercado meta.

El continente Europeo, parte occidental del continente euroasiático bañado por el océano glacial ártico, el atlántico y el mar mediterráneo, sus costas recortadas forma numerosas penínsulas, la principal son la Escandinava, Ibérica, Itálica y Balcánica.

La población Europea está integrada principalmente por pueblos de raza blanca o europea, las lenguas habladas pertenecen a la familia indoeuropea neolatinas:

Francés, italiano, español, catalán portugués, rumano, germánicas o anglosajonas, alemán, croata, ucraniano, polaco, etc⁴⁰.

Cuadro 16. Características de la UE.

Países Miembros	La unión Europea esta conformada por 27 países Por tanto es el bloque económico más importante del mundo
El 1er Bloque de los 15 en 1992.	Se alcanza el propósito de establecer un mercado único europeo y lo integraron: Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal, Reino Unido y Suecia
Países que se integraron en el 2004	Estonia, Letonia, Lituania, Eslovenia, Eslovaquia, Hungría, República Checa, Polonia, Chipre y Malta.
Países que se integran en el 2007	Rumania y Bulgaria, posteriormente sin fecha prevista se espera la incursión de otras dos naciones
Superficie	10.180.000 km²
Población	494.6 millones ⁴¹
Densidad	70 hab./km ²
Idioma	Tiene 20 idiomas oficiales y un mismo ordenamiento jurídico.
Gentilicio	Europeo
Clima	Aunque gran parte de Europa está situada en latitudes septentrionales, los mares que rodean el continente, relativamente cálidos, proporcionan a la mayor parte de Europa central y occidental un clima moderado, con inviernos fríos y veranos templados. Los vientos del oeste, dominantes, calentados en parte al pasar sobre la corriente oceánica del Atlántico Norte (corriente del Golfo), traen precipitaciones durante casi todo el año. En la zona climática mediterránea (España, Italia y Grecia) los meses de verano suelen ser calurosos y secos, y la mayoría de las precipitaciones se recogen en otoño y primavera. Aproximadamente a partir de Polonia central, hacia el este, se reduce el efecto moderador de los océanos y, como consecuencia, el clima es más frío y seco. Las partes septentrionales del continente también tienen este tipo de clima. Las precipitaciones anuales varían entre los 510 y los 1.530 milímetros

Fuente: http://europa.eu/index_es.htm

⁴⁰ Información de la ubicación y características de Europa fue recolectada del diccionario enciclopédico Clase, Editorial Zamora editores, Ltda. Segunda edición. Barcelona, España. Pág.457.

⁴¹ Dato estadístico proporcionado por Bancomext en el 2007.

La economía de Europa es la más grande del mundo. Muchos de sus estados pertenecen al [primer mundo](#), por lo que la dimensión del mercado la expresamos a continuación (Tabla 8) en millones de USD en base a lo que refleja la balanza comercial de los principales países de Europa del norte, datos del 2004.

Tabla 8. Balanza comercial de los principales destinos de la UE.

BALANZA COMERCIAL mdd			
PAIS	IMPORTACION	EXPORTACION	BALANZA COMERCIAL
Holanda	245.557	271.403	25.846
Bélgica	150.254	160.436	10.182
Luxemburgo	25.023	27.884	2.861
Dinamarca	54.157	61.461	7.304
Finlandia	37.962	50.895	12.934
Suecia	74.242	89.246	15.004
Islandia	2.390	2.542	152
Noruega	5.784	11.065	5.281
Polonia	41.950	30.275	-11.675
Estonia	4.400	3.400	-1.000
Letonia	3.300	2.200	-1.100
Lituania	5.700	4.800	-.900
TOTAL	650.718	715.607	64.889

Fuente: http://www.economia.gob.mx/pics/pages/5200_5208_1_base/Resultados_TLCUEM.pdf

Buena parte de la dinámica económica del continente se enmarca dentro del funcionamiento de la [Unión Europea](#). Desde 2008, 27 estados europeos comparten una misma moneda, el [euro](#) (€).

La nueva realidad de la economía mundial, que se ha consolidado en el transcurso de la última década, está marcada principalmente por la desintegración de la [Unión Soviética](#), el vertiginoso crecimiento de la [República Popular China](#) y la materialización de la unidad económica de buena parte de Europa.

En medio de estos cambios han surgido nuevos polos para la economía mundial que han impulsado el llamado proceso de "[Globalización](#)".

3.2.2 Perfil del europeo en el consumo de productos agroalimentarios.

- Perfil General del Europeo:

Un cierto grado de convergencia se puede identificar a través de Europa en una serie de aspectos demográficos, socio-económicos y en estilos de vida asociados con el desarrollo de la sociedad post-industrial. Estas tendencias se identifican en los siguientes aspectos:

- Reducción en el crecimiento de la población.
- Un cambio en las edades.
- Incremento en el desempleo y en trabajo medio tiempo.
- Incremento en el empleo femenino.
- Reducción en el tamaño de la familia asociados con bajas tasas de natalidad y en los divorcios.
- Polarización en el ingreso familiar.
- Con la existencia de estas similitudes, las variaciones culturales, idiomáticas, históricas y económicas a través de los países, no permite hablar de la existencia de un Euro Consumidor.

Estas características generales del perfil del europeo son importantes para que se tomen en cuenta en el comportamiento de las estadísticas del total de población activa, la tendencia de crecimiento, y de estos puntos partir para entonces perfilar los estudios hacia lo que es conocer mas a fondo el mercado lo que nos permite establecer las siguientes características al importar productos:

- Características del importador europeo⁴².
 - * Países integrados.- Mercados diferenciados.
 - * Alto poder adquisitivo.
 - * Amplia oferta internacional que les da alto poder de negociación.
 - * Son constantes en sus importaciones.
 - * Exigentes con sus proveedores.
 - * Leales a sus proveedores.
 - * Realizan acuerdos a largo plazo.
 - * Mercado muy bien formado.
 - * Busca la relación calidad-precio.
 - * Esta comprometido a cumplir normas y regulaciones.
 - * Espera respuesta rápida de sus proveedores.
 - * Requiere de entregas oportunas.
 - * Prefiere interlocutores en plaza.

Al establecer estas características permitirá analizar la tendencia en el mercado, para evaluar los rubros que tienen mayor demanda y crecimiento.

Las subdivisiones geográficas también forman parte de conocer un poco más del perfil europeo ya que históricamente estas subdivisiones son en función de las regiones de países, con rasgos comunes como dialectos locales, gustos y comportamiento de compras, la desaparición de las fronteras para movimientos de mercadería, turismo, educación, demográficas y estilo de vida, las cuales cruzarán barreras culturales y nacionales y están creando grupos de compradores con gustos e inquietudes similares en diferentes países.

Para exportar a la Unión Europea no basta con conocer cuál es la demanda y el gasto diario en consumo si no que es necesario una clasificación de los estilos de vida, entiendo lo que es su cultura de acuerdo al Subdirector de Inteligencia y prospectiva comercial de Prom-Perú, Arturo Zevallos Pérez define al consumidor europeo como un sujeto solitario ya que el 50% de las personas que viven en París

⁴²Rangel José Luís, consejero comercial, información obtenida de las "Oportunidades comerciales de inversión para México en la Unión Europea", elaborada en febrero del 2007 para Bancomext.

viven solos, para entender mejor a esta sociedad tan amplia los expertos en mercados internacionales han determinado tres grupos especializados:

Los jubilados o Woof's (Well-off Older Folks) --que tiene un crecimiento substancial--, viven solos, tienen dinero (pues reciben una pensión) y un gran poder de consumo. Demandan bienes de lujo, viajes, recreación, salud, medicina y decoración.

Luego están los Dinkies, (Double Income, No Kids), parejas que se unen y que sus salarios (sumados) alcanzan altos ingresos. No desean tener hijos y es el tipo de consumidores que más participa en el mercado. Demandan recreación, deportes, bienes de lujo, compras interdiarias y productos para la mascota.

En tercer lugar, están los Skipie's (School Kids with Income & Purchasing Power), jóvenes adolescentes de aproximadamente 18 años que se apartan de las familias y viven en dormitorios estudiantiles compartidos, al margen de no tener ingresos grandes, sí tienen poder de compra.

De acuerdo con información recabada en importantes revistas europeas tales como: Distribución y Consumo, Valencia Fruits, Eurofruits Magazine, Alimarket y Alforja, datos estadísticos de Comex y Eurostat, actualmente han adquirido gran popularidad los productos agroalimentarios y las frutas tropicales, los cuáles han cruzado las fronteras para formar parte del complemento alimenticio, el consumo en el 2002 se estimó en 30.2 millones de toneladas anuales, representados en 81 kilos per cápita⁴³.

Para finalizar en un estudio reciente realizado por la Federación de Exportadores de Frutas y hortalizas⁴⁴, indica que en Europa el 40% de los consumidores de frutas y hortalizas -incluyendo el aguacate -busca como ya hemos mencionado en objetivos anteriores, la calidad, que lo entienden desde su perspectiva en sabor y frescura, un 15% busca la economía en la compra y el 35% restante busca mejor sabor, frescura, precio y surtido, del mismo modo se observa tendencia del consumidor a exigir altos estándares de seguridad lo que se traduce en una inquietud de saber el máximo del producto. Todo este esquema permitirá conocer en que mercados se quiere potencializar el consumo, ya que al realizar los estudios de mercado analizando las características que en general como pudimos

⁴³Comex de Eurostat desde 1997 al 2002.

⁴⁴Fepex. Federación de exportadores de fruta y hortaliza.

observar debido a la regionalización estas no varían ya que el patrón cultural, de preferencias de consumo en cada uno de los países son muy similares pero brevemente destacaremos en el siguiente punto la aceptación del aguacate en las regiones europeas.

Por tanto la oportunidad de mercado para los productos agroalimentarios y las frutas tropicales en la Unión Europea están abiertas, la conquista de cuota favorecida por el TICUEM para México como país exportador tiene mucho trayecto que recorrer y trabajo por hacer, el presente trabajo muestra que año tras año estos productos ganan importantes lugares en las importaciones- específicamente el aguacate -, esto se debe a su buena aceptación por los consumidores, ya que conocen el producto y sus propiedades nutritivas por tanto experimentan que les gusta y lo vuelven a consumir, lo que México necesita mejorar son las gestiones de marketing ya que el europeo requiere de respuesta rápida de sus proveedores y de entregas oportunas ya que en lo que se refiere al poder adquisitivo lo poseen, eso si buscan las alternativas de transporte a los menores costos, pero esto actualmente forma parte de lo que es la integración de la cadena logística ya que debido a la globalización se espera entregas inmediatas competitivas y de este modo ofrecer mejores precios a los consumidores⁴⁵.

3.2.3. Países importadores, consumidores del producto

Los principales mercados del aguacate en la Unión Europea, claramente Francia es el primer importador de aguacates con 56.88 %, Reino Unido es el segundo importador más importantes con 12.59 % y el tercer lugar lo tiene Holanda con 11.4 %, le siguen Alemania con 8.43 %, Suecia con 3.60 %, España con 1.94 %, Dinamarca con 1.67 %, Italia con 1.14 % y por debajo del 1 % cada uno el resto de los países de la Unión Europea delimitados en el presente estudio⁴⁶.

Para respaldar esta información existe una tendencia por lo menos en cuatro mercados diferentes como son los sostenibles, que es donde crece el consumo de las frutas en general, aquí se incluye el aguacate que se refleja en el caso de Francia y Reino Unido, la segunda tendencia son los esforzados o vigorosos no crece el consumo de fruta fresa pero si el del aguacate Alemania y Holanda son el ejemplo, otra tendencia es la de los vulnerables que es lo contrario crece el

⁴⁵Giacinti, Redacción y comprensión en base a la fuente Modelo de análisis del Consumo agroalimentario, 1998.

⁴⁶Base de datos de Comex Eurostat de 1997 al 2002 y redacción propia.

consumo de fruta fresca y cae el consumo del aguacate y por último los que están en retracción cae la demanda de fruta fresca y la del aguacate.

Dentro de los mercados sostenibles se explica el aumento de la preferencia de consumo del aguacate, debido en los siguientes países⁴⁷.

- a) Incremento de importaciones: Francia, Gran Bretaña, Singapur, Italia, Suecia, Finlandia, Polonia, Dinamarca, Noruega.
- b) Aumento de la importación y sin producción propia: Austria , Suiza y Holanda.
- c) Aumento de importación, sin producción propia y además realizan exportación a terceros países: Alemania, Bélgica y Luxemburgo.
- d) Importante aumento de importación y leve baja de la producción interna: Grecia.
- e) Mercado en Retracción, este tipo de mercado se compone del 12% corresponde a la importación y el 98.8% se deriva de la producción interna, mientras que la demanda se refleja solo en un 19.9% de las exportaciones básicamente es España quien se encuentra en este caso ya que las exportaciones del aguacate están superando actualmente las importaciones.

Tabla 9. Principales importadores de aguacate en la UE 2002-2006
valores en miles de us \$ datos fob.

Rank de consumo del producto	Importadores	2002	2003	2004	2005	2006
		Valor FOB Miles de USD \$				
1	Francia	118,814.00	170,897.00	163,700.00	169,058.00	176,412.00
2	Reino Unido	37,825.00	51,792.00	79,337.00	79,337.00	93,861.00
3	Holanda	21,096.00	30,854.00	64,112.00	64,112.00	70,185.00
4	Alemania.	21,706.00	29,518.00	33,112.00	33,112.00	33,351.00
5	España	7,918.00	21,485.00	28,358.00	28,368.00	18,262.00

Fuente Trademap 2002-2006.

⁴⁷Información ampliada en base a la siguiente fuente : Visión mundial sobre el consumo agroalimentario. La demanda no fue hacia un mercado único o global". En: *Revista ,Fruticultura Profesional*, 110, (mayo/junio): 5-25.

La tabla 9 nos refleja que las importaciones mundiales de aguacate han presentado, durante el período 2002-2006, una tendencia creciente con leves fluctuaciones en el último año. El aumento en general que presentan las importaciones de aguacate está soportadas en un mayor consumo de esta fruta en los diferentes mercados mundiales, lo cual se ha atribuido a sus características propias de consumo y valor nutritivo. El crecimiento de las importaciones fue de 93% del año 2002 al 2006.

3.2.4 Las oportunidades del aguacate en la UE

Las acciones de éxito para la articulación del producto aguacate a la UE, según la FAO, radica en lo fitosanitario y en lo productivo enumeradas a continuación.⁴⁸

- * Influencia del fortalecimiento de los organismos auxiliares de sanidad vegetal.
- * Debido a la exigencia de los países que conforman la Unión Europea, la importancia radica en la regulación para plagas cuarentenarias, recibir productos sanos y de calidad, características que se deben de atender para que no se restrinja el acceso del producto al país.
- * El aguacate no tiene un producto sustituto.
- * Costos de producción bajos.
- * Mejores rendimientos por hectárea a nivel mundial.
- * Disponibilidad del fruto todo el año.
- * Potencialidad agroclimática de las zonas de cultivo.

Otras acciones de oportunidad es el proceso de comercialización:

- * Ordenamiento en la oferta y la demanda ya que países de la UE demandan su consumo por tanto busca proveedores nacionales a precios competitivos.
- * Oportunidad de apertura del mercado a la Unión Europea.
- * Estudios de mercado en la UE favorecidos por las relaciones comerciales del TLCUEM.

En esta parte del proceso de comercialización los importadores mayoristas toman en cuenta las formalidades de la importación y procesan los bienes importados para una futura distribución en el país importador o para reexportarlos hacia otros países, en muchos de los casos los importadores mantienen contacto con sus

⁴⁸ www.fao.org 13 julio 2008

proveedores, y estos a su vez aconsejan a sus proveedores sobre: cualidades del producto, tamaño y empaque. Los importadores suelen utilizar agentes para realizar sus importaciones.

Cabe destacar que en Europa existe una gran tendencia en utilizar el método de intercambio directo: entre el productor/exportador y una larga cadena de ventas al por menor, trayendo como consecuencia especialización en las importaciones, por tanto los importadores juegan un papel específico e individual en la cadena de distribución, manteniendo fuerte la relación con sus proveedores y enrolándose en un papel indispensable como recaudadores de la variedad de los productos.

Esta situación es la estructura de la distribución europea que lleva a los exportadores mexicanos de aguacate a estar atentos a las demandas establecidas por esta larga cadena minorista en el intercambio de importaciones y a proveerles completamente. Lo sobresaliente aquí es que la gran cadena de distribución minorista se propone el comercio a gran escala. Esta demanda unifica cualidades y volumen al exportador⁴⁹.

3.2.5 Diez razones para exportar aguacate al mercado europeo

1. Por ser la primera economía mundial actualmente.
2. Tiene una política monetaria común, Euro, este sistema monetario, con la excepción de Reino Unido, Dinamarca y Suecia, simplifica el intercambio comercial, facilitando las negociaciones ya que reduce costos bancarios y administrativos.
3. Los países europeos están integrados por mercados diferenciados y con alto poder adquisitivo, ingreso anual p/c promedio &21,000 (EU25).
4. Accesibilidad para México, por el TLCUEM, fronteras suprimidas, libre circulación de capitales, mercancías, servicios y personas.
5. El aguacate mexicano se distingue por su alta calidad, sabor, propiedades nutricionales, disponibilidad del fruto todo el año, así como también por los altos rendimientos que se obtienen (8.8 toneladas/hectárea).
6. Diversas formas de consumo del producto, por ejemplo: guacamole, ensaladas, como fruta y varios platillos más.

⁴⁹Esta parte fue redactada en base a la fuente: Análisis realizado por el Centro Comercial CICO, Perfil del producto Aguacate, realizado en Colombia, abril del 2006, documento que contiene el comportamiento comercial de diferentes países exportadores de aguacate.

7. Los países europeos son un reto alcanzable; además de ser grandes demandantes de productos orgánicos, tienden por productos de conveniencia, saludables, seguros y exóticos.
8. Preferencia hacia alimentos promisorios, frutas y hortalizas, especialmente durante la ventana de invierno.
9. Siendo México una de las 10 potencias exportadoras en el ámbito mundial, su comercio con Europa aún tiene un potencial no explotado con el Aguacate.
10. El aprovechamiento de la región para introducir en tiempo, productos como el aguacate, que es perecedero, ya que poseen una excelente infraestructura logística.

3.2.6 Fortalezas y debilidades para impulsar la exportación de aguacate a la UE.

Entre las Fortalezas de la exportación mexicana encontramos:

- * Tendencia de crecimiento de la demanda de productos exóticos en la UE.
- * La producción actual del aguacate es de clase mundial, cumple con las especificaciones de calidad que requieren los productos de exportación.
- * La red de participantes de la producción de aguacate esta integrado por el consejo mexicano del aguacate, trabajan con visión en red de valor y valor agregado, destinando apoyos y asesoría para su integración, desarrollo de productividad en campo, vía tecnología, entre otros aspectos, esto es una fortaleza que desarrolla esquemas de integración que les permiten una comercialización más directa con cadenas de autoservicio, y marca un crecimiento en la exportación.
- * Gracias a las características nutricionales el aguacate es un producto de consumo común y corriente, que permite distribuirse en cualquier supermercado
- * Posee la calidad requerida para cumplir con las exigencias del mercado Europeo.
- * Se garantiza en la exportación que el material de empaque es el estandarizado y el requerido por las normas, para la protección de la calidad del producto.
- * Integración del transporte en la cadena para garantizar parte del manejo de la poscosecha y la calidad del producto.
- * México tiene ventajas competitivas respecto a los demás países competidores por costos, disponibilidad de mano de obra y acceso a establecer tiempos de

entrega con una logística bien planeada para acercar el producto al mercado meta.

Valiéndonos de la calidad de nuestro producto las Oportunidades:

- * Diversificación de la producción.
- * Oferta exportable de calidad
- * Precios competitivos
- * Concurrencia a otros mercados internacionales.
- * Posicionamiento del producto aprovechando los 27 destinos meta que ofrece el TLCUEM y oportunidad de abrir las puertas comerciales a los países vecinos del continente Asiático.

Y por consecuencia algunas Amenazas:

- * Concurrencia de otros países competidores del producto al mercado destino.
- * Posicionamiento de inversión extranjera en detrimento de la nacional, esto puede darse debido a la falta de apoyos en las asesorías para mejoras en los cultivos y la adquisición de tecnología de punta.

3.2.7 Análisis y selección de los cinco mercados europeos como mercados meta.

a) Francia Mercado Prioritario.

Indicadores Económicos:

- Mercado de alto poder adquisitivo, con un PIB per cápita⁵⁰ \$31,100 en USD⁵¹.
- Balanza cuenta corriente (% PIB) En el 2007 -3.8.

Características del mercado francés:

- Su Población en el 2007 es de 63 millones 713,926 de personas.
- Superficie de 550,000 km².
- Es el Primer consumidor de aguacate más importante como mercado meta.

⁵⁰Definición de producto Interno Bruto(PIB) per capita: Esta variable indica por paridad del poder adquisitivo dividido por la población al 1 de julio de ese mismo año.

⁵¹Cía. World Factbook, a menos que sea indicado, toda la información en esta página es correcta hasta el 16 de mayo del 2008, datos al 2007. El resultado de las estimaciones del PIB basados en PPA son múltiples del PIB al tipo de cambio oficial (PIB TCO), la diferencia entre los valores del PIB TCO y los valores del PIB PPA es mucho más pequeña para la mayoría de los países ricos industrializados.

- Interés por los productos agroalimentarios y exóticos.
- El mercado francés es exigente en aspectos de calidad.
- Los aranceles han tenido una disminución considerable se debe verificar las verdaderas ventajas.
- El comercio bilateral con México ha crecido 70% desde la firma del TLCUEM.
- Balanza comercial deficitaria.
- México ocupa la posición número 38 como cliente y figura como el proveedor No. 54.

Perfil del mercado Francés en el consumo del aguacate:

El aguacate es un fruto integrado en los hábitos alimenticios de la población francesa, sus perspectivas de consumo continúan prometedoras, especialmente si se continúa manteniendo la calidad del producto. Por lo que los productores deben implicarse en ofrecer productos que no presenten manchas negras en la cáscara, manchas en el pedúnculo, presentación de hongos, se debe de evitar la presencia de este fenómeno que en ocasiones repiten algunos proveedores nacionales, pues impacta en la imagen del aguacate mexicano entre los importadores tradicionales, quienes están recibiendo constantemente ofertas de otros países competidores quienes se aplican en ofrecer estrictos controles a lo largo de las etapas: cosecha, empaque y transporte en atmosfera controlada, por lo que es necesario que México aproveche los 17 días de trayecto de origen-destino gran ventaja que le da a México frente a otros proveedores para poder cumplir con los requisitos del mercado.

Por tanto resumiendo de las características de los franceses en las importaciones se destacan los siguientes puntos:

- Mercado muy exigente y muy competitivo.
- Altos costos de distribución.
- Posee una ubicación estratégica para distribución en Europa.
- No existe un mercado étnico.
- Alta ingreso per capita.
- La población francesa se encuentra concentrada en las principales ciudades.
- En Francia en general es importante considerar que se tienen gastos de transportación y comercialización más altos.

- Los franceses prefieren la variedad Hass, aunque en el sur se puede vender algo del Fuerte⁵².
- El porcentaje de participación en valor de México a Francia en el 2007 representa el 3.1% del total de las exportaciones.
- Principales empresas exportadoras de México a este mercado: Comercializadora de frutas Acapulco. S.A. de C.V.

Cultura Empresarial:

- Negocian en Francés, muy a menudo los empresarios interesados, no suelen hacer concesiones a este respecto.
- Más que formales son distantes.
- Establecen relaciones largas, antes de conseguir una normalidad comercial, de buena fé, habrá seguramente dificultades. Solo después de varios años de relación fructífera sacara algo.

b) Reino Unido Un mercado de inversión.

Indicadores Económicos:

- PIB Per Cápita⁵³: En el 2007 es de \$ 31,800⁵⁴.
- Balanza cuenta corriente (% PIB) En el 2007 -11.38.

Características del mercado británico:

- Economía de servicios.
- Sofisticada y cosmopolita.
- Enfocado en la evolución de los países del primer mundo.
- Población en el 2007 de 60 millones 587.300 de habitantes⁵⁵.
- Es la cuarta economía más grande del mundo.

Perfil del Mercado Inglés en el consumo del aguacate:

⁵²<http://www.antioquia.gov.co/organismos/scompetividad/estudios.htm2007.página> consultada 10 abril 2008.

⁵³ <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=67&c=uk&l=es> consultada 16 abril 2008.

⁵⁴The economist intelligence Unit, Country report, Enero 2008 y de la Cia. Worl Factbook.- A menos que sea indicado, toda la información en ésta página es correcta hasta el 16 de mayo del 2008.

⁵⁵Definición de Población: Esta variable ofrece una estimación de la Oficina del Censo de EE.UU. basada en estadísticas de los censos de población, estadísticas de los sistemas de registro de nacimiento y muerte, o encuestas por muestreo relativas al pasado reciente y en hipótesis sobre las tendencias futuras. El total de la población general presenta una medida del impacto potencial del país en el mundo y dentro de su región

El comercio bilateral entre Reino Unido y México se ha incrementado en un 20% desde el TLCUEM prueba de ello es que el intercambio entre ambas naciones se incrementó en 90% desde el año de 1996.

El aguacate mexicano es muy bien aceptado en el Reino Unido siempre y cuando cumpla con los estándares de calidad y precios adecuados.

El inglés prefiere el Hass en supermercados aproximadamente un 80% y Fuerte un 20%. En mercados concentradores cualquier variedad que madure en verde: Fuerte, Bacon⁵⁶.

Cultura empresarial:

- Realizan sus negociaciones en inglés.
- Excelentes vínculos de transportación a Europa, Medio oriente y Norteamérica.
- Este mercado es uno de los mas competitivos y exigentes de Europa.
- Sistema legal y legislación bien desarrolladas.
- Un ambiente político y de negocios estable sin regulación excesiva.
- Telecomunicaciones de precio competitivo, confiables y modernas.
- Una infraestructura de negocios, social y de ocio que se adhiere a todas las necesidades.

c) Holanda, favorecido por su posición geográfica.

Indicadores Económicos:

- PIB Per Cápita \$ 32 mil 100⁵⁷.
- Balanza de cuenta corriente en USD.- 5.0 en el 2007

Características del mercado Holandés.

- Población: 16 millones 570,613 de personas hasta julio del 2007.
- Área en Km2 es de 41,528 km2⁵⁸.

⁵⁶ <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?v=67&c=uk&l=es> consultada 16 abril 2008.

⁵⁷ Cía. World Factboo.- Toda la información en esta página es correcta hasta el 16 de mayo del 2008, información actualizada hasta el 2007.

⁵⁸ Ficha técnica elaborada por Bancomext, con datos de World trade atlas.

Perfil del Mercado Holandés en el mercado del aguacate:

Se le pueden vender variedades que maduren en verde como Bacon y Red, pero no consumen el fuerte por problemas en la piel⁵⁹.

Principales empresas importadoras de productos agroalimentarios AHOLD, la distribuidora más grande a escala mundial⁶⁰.

Cultura empresarial:

- Formalismo y orden, son muy rigurosos y formalistas.
- Competitividad con pasión germánica por redactar adecuadamente los contratos.
- Poseen una logística muy desarrollada.

d)Alemania

Indicadores Económicos:

- PIB Per Cápita en USD \$ 31millones 900 mil⁶¹.
- Balanza por cuenta corriente en USD de \$ 1.34.

Características del mercado Alemán.

- Tiene una población en el 2007 de 82 millones 400,996 de habitantes⁶².
- Superficie de 357,092 Km2.
- Frutas tropicales mexicanas como mango, aguacate, limón persa son reconocidas por los importadores alemanes por su calidad. Alimentos orgánicos: Alemania mayor mercado para alimentos orgánicos en Europa, por ejemplo para: especias, fruta tropical fresca, etc.
- Alemania es el cuarto socio comercial de México (en 2003 era 3°).
- Con EEUU 75%, mientras con Alemania son sólo 2% del comercio total.
- México es el segundo proveedor latinoamericano de Alemania, únicamente precedido por Brasil.

⁵⁹ Secretaría de productividad competitividad.

⁶⁰ Información proporcionada por la Organización Holandesa de empresarios, www.ahold.com.

⁶¹ Cía World Factbook, toda la información en esta página es correcta hasta el 16 de mayo del 2008, datos actualizados hasta el 2007.

⁶² Definición de Población: Esta variable ofrece una estimación de la Oficina del Censo de EE.UU. basada en estadísticas de los censos de población, estadísticas de los sistemas de registro de nacimiento y muerte, o encuestas por muestreo relativas al pasado reciente y en hipótesis sobre las tendencias futuras. El total de la población general presenta una medida del impacto potencial del país en el mundo y dentro de su región

- Crecimiento del 24,7 % de las exportaciones mexicanas a Alemania entre 2000 y el 2004⁶³.

Perfil del Mercado Alemán en el consumo del aguacate:

A la hora de importar aguacates los alemanes son rigurosos en que se cumpla con la normativa europea y las disposiciones relativas a la calidad que tiene por objeto presentar características mínimas del aguacate: entero y óptimo, el peso mínimo de los aguacates no podrá ser menor a 125 grs/unidad. Prefieren las variedades verdes variedades como el Ettinger y el Fuerte⁶⁴.

La especie aguacate en este mercado hasta hace unos años atrás era considerado como un artículo de lujo y no estaba incorporada como un ítem regular en la alimentación en todos los grupos socio económicos alemanes. De acuerdo a las estadísticas Alemania refleja el 0.52% como comprador mundial de aguacate, la tendencia de consumo de aguacate Hass muestra un aumento como mercado demandante, por lo que actualmente al producto se le esta considerando debido a su excelencia gustativa en la elaboración de comidas saludables a nivel familiar, empleado especialmente en el sector gastronómico y esencial para una óptima dieta equilibrada.

El consumidor alemán, cada vez más sensible frente a la seguridad alimentaria usan los siguientes tipos de certificaciones:

- EUREGAP.- Ofrece un código de Buenas Prácticas agrícolas.
- QS QUALITAT UND SICHERHEITH.- Calidad y seguridad, sistema alemán que ofrece certificación a diferentes niveles de producción y comercialización.
- BIO-SIEGEL.- Sello orgánico del gobierno alemán, se otorga a productos previamente certificados según criterios de la UE.

Principales importadores: Lebensmittel S.B. Laden tienda de alimentos de autoservicios, Lebensmittel SB Market. Supermercado de autoservicio, SB Warenhaus hipermercados, Discounter, distribuidores de alimentos enfocados a un segmento amplio.

⁶³ Secretaría de Economía.

⁶⁴ Secretaría de Economía.

Cultura Empresarial:

Eficacia, propósito de máxima calidad.

Conservadores en materia financiera, aversión por los riesgos.

Capacidad técnica y persistencia en la persuasión de sus propósitos.

Formales, buenos negociadores.

Alemania es un ambiente competitivo para hacer negocios, y este factor es útil para presionar.

Se mantienen muy en alto en las cuestiones de calidad y en los plazos de entrega.

Es un negociador formal y espera lo mismo de los proveedores.

e) España , oportunidad comercial

Indicadores Económicos:

- PIB Per Cápita en USD \$ 32 mil 066.⁶⁵.
- Balanza de cuenta corriente en USD de \$ -9.86⁶⁶.

Características del mercado Español.

- Población hasta el 2007 de 46 millones 157,822 de habitantes⁶⁷.
- Superficie de 504,750 Km2.
- Mercado potencial.
- Tendencia a la internacionalización.
- Crecimiento en los alimentos mexicanos con gran preferencia en las frutas tropicales: aguacate, mango, piña, limón, guayaba, papaya, etc.
- Es un mercado interesado en que se adquieran productos que contengan los ingredientes aceptados en la UE.
- Trazabilidad y exigen certificados de sanidad de México⁶⁸.

⁶⁵Ibidem.

⁶⁶Definición de Balanza por cuenta corriente: Esta variable registra las cifras netas de comercio de bienes y servicios de un país, además de los ingresos netos por concepto de alquileres, intereses, beneficios y dividendos, las transferencias netas y los pagos (como pagos de los fondos de pensiones y remesas de los trabajadores) desde y hacia el resto del mundo durante el período especificado. Estas cifras se calculan al tipo de cambio corriente, es decir sin tomar en cuenta la paridad del poder adquisitivo (PPA).

⁶⁷Ibidem.

⁶⁸Al hablar de Trazabilidad nos referimos a la correcta implementación de los sistemas de reglamentos de los alimentos que se comercializan en la UE: Como son la adecuada implementación de bases electrónicas, códigos de barra, métodos manuales (los productos que lo requieran), etc.

Perfil del Mercado Español en el consumo del aguacate:

En los españoles se observa una tendencia un consumo calórico semejante para todos los países europeos que se sitúa entre las 3000 y las 3500 calorías diarias, se produce además un reemplazo de calorías de origen vegetal hacia la energía procedente de productos de origen animal (el 40% de las calorías consumidas son de origen animal), acercándose también a los estándares europeos. Los estudios de las preferencias alimentarias nos muestra que la importancia de la calidad/precio como factor determinante para la adquisición de sus productos. Prefieren y consumen solo el aguacate tipo Hass,

Cultura Empresarial:

España y México son socios naturales, ya que existe gran afinidad de aspectos culturales y sociales que permiten introducir los productos mexicanos de calidad de manera permanente. Sin embargo existen diferencias en la cultura de negocios, a continuación nombramos algunas:

1. El hombre de negocios español es muy directo. Debe ser claro y preciso en sus planteamientos
2. El empresario español es puntual
3. El empresario español generalmente no le gusta utilizar otro idioma especialmente en empresas que son de un país hispano parlante
4. Generalmente a ventas de menudeo se considera un crédito de hasta 90 días
5. Le gusta ver la negociación dentro de un contexto de amistad.

Para que los productores de aguacate contribuyan con el crecimiento de las exportaciones es fundamental realizar estudios de mercado en cada uno de estos Países actualizándolos frecuentemente para conocer la situación y tendencias de mercado, en algunas ocasiones se sugiere a los interesados en internacionalizarse de realizar cuestionarios con base en las variables: producto, precio y plaza.

De igual forma se sugiere lo siguiente:

Planeación de la Exportación:

- Logística y costos de la misma.
- Estrategias de comercialización, entrada al mercado.
- Canales de distribución (Márgenes).

- Compromiso.

Existen oportunidades en estos cinco mercados que aún no son explotadas, es trascendental que los empresarios que decidan internacionalizarse dependan antes que cualquier otra cosa de la planeación y el compromiso, deben tomar en cuenta las diferencias culturales que existen para hacer negocios.

- Los supermercados de estos mercados meta presentan las siguientes tendencias:
 - Tienden a disminuir su base de proveedores, (algunos la han reducido hasta un 70% en los últimos años).
 - La tendencia a la concentración es continua.
 - Los mercados quieren abastecimiento regional.
 - Certificación-EUREGEP.
 - Trazabilidad-EAN INTERNATIONAL.
 - Precios bajos.
 - Calidad.
 - Abastecimiento los 12 meses del año.

3.2.8 Apoyos gubernamentales para la exportación del aguacate

Muchos de los productores mexicanos no se arriesgan a aventurarse a internacionalizar el producto debido a que en muchos de los casos no cuentan con liquidez, para establecer nuevos cultivos o bien para mantener los ya existentes por tanto mucho menos podrían aumentar su producción anual, otros requieren de asesoría debido a que algunos productores son nuevos en el manejo de este cultivo, y en ocasiones carecen de información adecuada para el manejo de riego, de plagas y enfermedades.

De esta manera los productores establecen estrategias con apoyo gubernamental y estatal de cada uno de los productores nacionales de establecer estrategias para implementar Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JLSV), en el marco de la Ley Federal de Sanidad Vegetal y en el reglamento de la Ley de Sanidad Fitopecuaria, en materia de sanidad vegetal, en las que se establece que la Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA, organizará a los productores, integrándoles en comités regionales y juntas locales de sanidad vegetal, con el

objetivo por cumplir con los requisitos fitosanitarios para abrir el mercado de exportación y la imperiosa necesidad de abrir las vías de permanencia en la Unión Europea⁶⁹.

Los principales estados productores han formado sus comités nacionales, como a continuación se enlista:

CONASIPRO.- Comité Nacional del Sistema Producto Aguacate.

Conformado por: CESP .- Morelos, CESP.-Nayarit, CESP.- Michoacán, CESSP.- Puebla, CESP.- Edo. De Mex. Apoyados por la UDECAM. AC. APEAM. AC., PROAGUACATE.

- Conapa.- Instancia de representación, rectoría y planeación de desarrollo integral de la cadena de producción de consumo del aguacate, integrado por los consejos estatales de productores de aguacate del Estado de México, Morelos, Puebla, Nayarit y la comisión Michoacana del aguacate.
- La Apeam aunque cabe recalcar que no es una entidad gubernamental, se trata de una organización que representa los intereses de productores y los empacadores en los mercados de exportación para el aguacate mexicano, cuentan con los siguientes servicios de apoyo para el productor:
 1. Campañas de promoción.
 2. Defensa de los intereses (abogados y científicos) contratados por la asociación.
 3. Un mercado estable y organizado.
 4. Visores de mercado que verifican los inventarios, monitorean precios y calidades del fruto.
 5. Entre sus objetivos está el de posicionar el aguacate tipo Hass en los mercados internacionales.
 6. Esta asociación es la cúpula de la industria del aguacate de Michoacán.
- La Udecam, Unión de empacadores de Aguacate de Michoacán, instancia de participación de todos los actores del cluster, en la que se analizan las estrategias a seguir para el fortalecimiento de la cadena agroalimentaria, constituida en el marco de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable, es el sistema producto Aguacate,

⁶⁹La información del desarrollo del presente objetivo se obtuvo de las siguientes fuentes: Comisión Michoacana del aguacate 2007, SAGARPA.- Del servicio de Información y Estadística agroalimentaria y pesquera, Secretaría de Agricultura, Ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación., APROAM, www.aproam.com, características de la región aguacatera. APEAM.- Asociación de productores y empacadores de aguacate del Estado de Michoacán.

conformada en 2004, como un espacio de interlocución de todos los agentes económicos de la cadena productiva y las diferentes instancias gubernamentales, plantea como objetivos principales planear y organizar la producción, promover el mejoramiento de la producción, productividad y rentabilidad del aguacate.

Asimismo los productores y empacadores se han integrado en una asociación civil denominada PROAGUACATE, la cuál promueve el consumo del aguacate en el mercado nacional, tienen como objetivo mantener el status a nivel mundial que ha alcanzado México, al ubicarse como el primer productor de aguacate, primer exportador y primer consumidor mundial, además se desea crear una cultura empresarial con equilibrio rentable en cada uno de los eslabones, con un mercado consolidado y en expansión de productos frescos y procesados, con calidad e inocuidad alimentaria, competitiva a nivel nacional y mundial.

ASERCA, brinda apoyos y servicios a la comercialización agropecuario, el cuál está desconcentrado de la SAGARPA, esta organización tiene dos funciones básicas, primero cubre el ámbito del fortalecimiento de la comercialización agropecuaria y la segunda función consiste en operar y administrar el programa de apoyos directos del campo (PROCAMPO).

PROCAMPO esta organización surge como un mecanismo de transferencia de recursos para compensar a los productores nacionales, otorga apoyos por hectáreas o fracción, su objetivo es transferir recursos en apoyo de la economía de los productores rurales⁷⁰.

Con estas organizaciones estatales, con apoyo del Gobierno Federal los estados se ven en la necesidad de diversificar los mercados y abrir las vías de exportación

3.3 Situación actual del aguacate mexicano y el TLCUEM

El acuerdo con la Unión Europea se ocupa del sector agropecuario en apenas tres artículos del texto, el 21 del título "Cooperación", en estos artículos se retoman los conceptos de equivalencia, armonización y reconocimiento mutuo, además establece la creación de comités y subcomités especializados que se reúnen periódicamente para establecer criterios y compartir información.

⁷⁰Información obtenida directamente de la página electrónica de ASERCA www.aserca.gob.mx, consultada el 12 de noviembre del 2008.

Las ventajas que tiene el aguacate destinado a la exportación consiste principalmente en productos no elaborados, frente a los ya transformados que se importan de Europa y que tienen una mayor durabilidad.

3.3.1 Beneficios que ha aportado el TLCUEM a México en el mercado del aguacate

Actualmente el aguacate, en Europa, es considerado como una fruta de alto valor nutricional y de fácil acceso, además tomando en cuenta que el destino principal de los exportadores en el ámbito internacional es el mercado francés, que distribuye la fruta a cualquier parte de la región, por lo que esta presente en el consumo diario de los europeos.

Cabe señalar que en los años en que se introdujo el aguacate en Europa su precio fue un papel determinante en sus posibilidades de éxito, más hoy en día el éxito en este mercado radica en la instrumentación de las estrategias competitivas en lo que se refiere a los canales de distribución y a la promoción comercial del producto.

La aceptación y el éxito de este producto en el mercado en gran parte se debe a que se exporta producto de buena calidad, desde que se cosecha, hasta el momento en que este es puesto en las manos de los consumidores, atravesando por procedimientos de control de calidad, sistemas de certificación de acopio, selección, empaque, distribución, que origine un precio competitivo frente a los demás exportadores del aguacate como son Israel, África del Sur y España.

El potencial de las exportaciones mexicanas de aguacate al mercado europeo es varias veces superior, como ya hemos podido observar en los objetivos anteriores, es importante que señalemos que el número creciente de las exportaciones es realizado por filiales de empresas extranjeras localizadas en México y la distribución es hecha por estas mismas empresas, esta forma beneficia a que no haya demasiados intermediarios que eleven el costo del producto.

Las ventajas que ofrece el TLCUEM al mercado del aguacate primero que nada es la apertura de las 27 fronteras por tanto Europa representa para México un mercado secundario diversificando las relaciones comerciales de México, aprovechando de este modo las condiciones preferenciales, reduciendo la vulnerabilidad de nuestra

economía a choques externos, mejorando la oferta de insumos y tecnología para la industria mexicana en beneficio para las empresas exportadoras.

El TLCUEM elimina los aranceles que enfrentan muchos de los exportadores mexicanos en la comercialización a otros países, a partir de que entro en vigor el tratado el 82% de las exportaciones industriales mexicanas a la UE gozan de acceso libre de arancel, esta desgravación es la mas ambiciosa, para el año 2003 y 2004 el arancel máximo fue de 5%, en el 2007 los aranceles sobre productos industriales desaparecen⁷¹. Los candidatos en el 2007 Rumania, Bulgaria y Turquía para el 2008 – 2010 se prevé Albania, Bosnia-Hersegovina, Croacia, Macedonia, Serbia, Montenegro.

El TLCUEM establece normas de origen que promueven el intercambio comercial y fomentan la integración entre empresas mexicanas y europeas, para asegurar que los beneficios del tratado sean para la región.

La negociación de los productos agrícolas y agroindustriales representó dificultades principalmente por los subsidios que la UE otorga a la producción y exportación de algunos productos tales como cereales, lácteos y cárnicos, se reconocieron las condiciones especiales del sector y se estableció desgravación lineal de 10 años, cuotas de importación y una lista de espera para otros productos.

Actualmente existen oportunidades para un buen número de productos entre los que se incluye el aguacate, la liberación del comercio agrícola tiene por objeto aprovechar al máximo las ventajas derivadas de la complementariedad existente entre México y la UE.

El tratado establece disciplinas para el comercio de servicio y otorga acceso a los respectivos mercados de compras del sector público, medidas que permiten a las empresas europeas y mexicanas competir en igualdad de circunstancias.

⁷¹En el 2004, de acuerdo con información proporcionada por Bancomext las importaciones agroalimentarias de la UE a las 25 naciones totalizaron \$94,480 millones de dólares. Capítulos 1 al 23 del Sistema armonizado fuente: World Trade Atlas 2005.

3.3.2 Situación actual de los negocios con la UE

Hacer negocios con la Unión Europea ha dado como resultado un mercado de oportunidades para los empresarios mexicanos fortaleciendo las relaciones bilaterales y comerciales entre México y los países miembros de la UE.

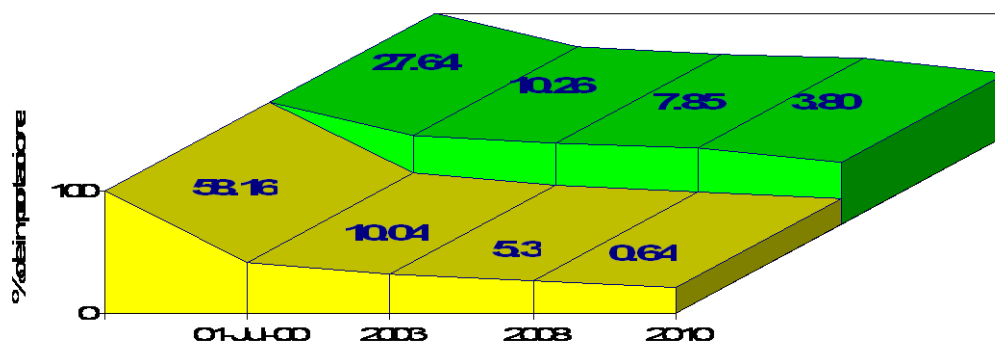
Con la apertura del TLCUEM se han desarrollado los acuerdos de cooperación, dando continuidad a los proyectos que permiten incrementar la cooperación entre México y la Unión Europea, con el fin de intensificar los contactos entre empresas mexicanas y europeas, así como desarrollar la cooperación en sectores específicos de interés mutuo.

Las relaciones comerciales con la Asociación económica TLCUEM se ha beneficiado directamente en los siguientes aspectos⁷²:

- Comercio de bienes.
- Comercio de servicios,
- Inversión y pagos relacionados.
- Compras públicas.
- Competencia.
- Trabas no arancelarias.
- Propiedad intelectual.
- Solución de controversias.
- Cláusula de revisión (servicio, inversión, productos agroalimentarios.)

⁷²<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=2358&document=7858>. Consultada el 1 julio 2008.

Gráfica 14. Liberación comercial en productos agrícolas.



Fuente Bancomext, datos 2007, Aproximadamente el 74% de las exportaciones mexicanas de productos agrícolas ingresan al mercado europeo libre de arancel, entre ellos se encuentra el aguacate.

La apreciación de la gráfica 14 nos indica que la liberación arancelaria será más rápida en el TLCUEM (2000-2003) que en el Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) que establece un periodo de 1994 a 2003.

Para los productos agrícolas, el calendario de desgravación de la UE y México, se constituyó de la siguiente forma: liberación inmediata de 58.2 por ciento contra 27.6 de las importaciones, respectivamente; en 2003, 10 por ciento contra 10.3; en 2008, 5.3 contra 7.9 por ciento; y en 2010, 0.6 por ciento contra 3.8.⁷³

El jugo de naranja mexicano goza de acceso preferencial para una cuota de 30 mil toneladas. La exportación de flores cortadas también está sujeta a cuotas, sin arancel, y el aguacate únicamente en temporada, mecanismo que se denomina ventana estacional.

Este fruto será liberado totalmente en el 2008, junto con la cebolla, pectina, aceite de cártamo, jugo de toronja y sandía. En reciprocidad, las cerezas, el chabacano, el jengibre, los patés, las aguas embotelladas y los aceites aromáticos ingresarán libremente a México.

⁷³ DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Diario Oficial de la Federación, 26 de junio 2000.

Será en el 2010, que los dos socios comerciales eliminarán el resto de los aranceles, que para México sería menos de 1 por ciento de sus exportaciones, debido a que la UE permitió que los productos mexicanos ingresaran a sus mercados, sin aranceles, con mayor rapidez.

Las bebidas alcohólicas procedentes de la UE como: licores, whisky, coñac y ginebra tuvieron desgravación inmediata; el vodka sólo si el valor es superior a 2.8 dólares por litro, el resto hasta 2008; vinos y champaña se desgravarán en el 2003, si el valor supera los cinco dólares por litro; y el brandy hasta el 2008.⁷⁴

Productos de especialidad como el paté de hígado de ganso, quedarán libres de arancel en el 2008, y el aceite de oliva, en el 2009. Las margarinas, vinagres, gelatinas, bebidas y preparaciones para panaderías, procedentes de los países miembros de la UE, tendrán que esperar hasta el 2010 para exportar libres de aranceles a México.

El acuerdo comercial permite a México: garantizar un acceso amplio, preferencial y seguro de sus exportaciones a la UE; diversificar sus relaciones económicas; el destino de sus exportaciones y fuentes de insumos; generar mayores flujos de inversión extranjera y promover alianzas estratégicas.

Esto redundará en la creación de nuevos empleos, fortalecerá su posición estratégica en el comercio mundial –México será el único país con acceso preferencial a los dos mayores mercados del mundo, Europa y Estados Unidos, además de América Latina–; aportar la seguridad jurídica y las condiciones de acceso preferenciales que requieren las pequeñas y medianas empresas para incorporarse al sector exportador.

Hoy en día la Unión Europea representa un mercado de gran importancia para muchas empresas competitivas quienes tienen el objetivo de internacionalizar sus productos:

- Abre vastos mercados para las empresas de todos los países.
- Difunde la tecnología y las innovaciones por el mundo entero.
- Empuja a cada nación a conseguir niveles de productividad más altos.
- Con el proceso de apertura, México esta desarrollando empresas exportadoras.

⁷⁴ *Ibidem*

A partir de la entrada en vigor del TLCUEM el intercambio comercial entre los países que conforman el bloque comercial entre México y la Unión Europea ha ido creciendo las oportunidades de negocio se presenta en diversos sectores como son: La industria de autopartes ya que es una de las ramas en que la empresa mexicana tiene grandes oportunidades proveedoras de las armadoras francesas por ejemplo: Grupo Renault, Grupo PSA, Peugeot – Citroen.

El sector agropecuario es otro ramo en donde se detectan demandas por productos mexicanos como son : mango, aguacate, limón, miel, café, camarón, langosta y calamar.

También el sector de alimentos y bebidas ofrece oportunidades para productos como las conservas alimenticias, mezcal, tequila, cerveza, alimentos típicos.

Destacan los negocios textiles exportándose productos como hilos, telas de fibras sintéticas, lencería, textiles para el hogar, calzado para caballero y niño.

Por último el Ramo eléctrico y electrodomésticos en estos mercados hay nichos de mercado para productos como los conectores, accesorios, componentes electrónicos, etc. Estos son solo algunos de los rubros que también encontramos maquinaria, reactores, calderas, productos farmacéuticos, aparatos de óptica, leche, productos lácteos.

La fortaleza del Euro ha sido un factor importante en el repunte del comercio y las negociaciones bilaterales, México está viviendo actualmente una era de certidumbre económica. El país ya no sufre como el pasado crisis, devaluaciones e inestabilidad. La realidad económica actual de nuestro país lo pone en una posición de privilegio entre las principales economías emergentes en el mundo. México debe de mantener crecer a un ritmo cercano al 5% de PIB cada año, esto se alcanzará con una política económica firme y con la aprobación de reformas estructurales que continúen modernizando las instituciones y las leyes del país dentro de un alto grado de competitividad a la nación.

3.3.3 Resultados esperados

A continuación estableceré algunas estrategias de promoción del aguacate a la Unión Europea:

- Identificación de nichos y oportunidades.
- Conocer el mercado y a las empresas importadoras.
- Consolidar el aprovechamiento de los tratados con la Unión Europea por parte del sector privado, diversificando los mercados de destino- principalmente para introducir el aguacate – y la gama de bienes exportados.
- Ampliar y reforzar los programas de cooperación económica México-UE.
- Proyectos de exportación.
- Los exportadores de aguacate deben de diseñar sus estrategias de penetración.
- Establecer preferentemente oficinas de representación y centros de distribución.

Los resultados que se han ido dando paulatinamente en relación al comercio de bienes de los períodos de desgravación para los productos agropecuarios y agroindustriales son los siguientes:

- * Eliminación de aranceles de productos agrícolas y agroindustriales el 95% de las exportaciones agrícolas de México goza de acceso preferencial, esto se ha ido presentando desde la entrada en vigor del tratado TLCUEM.
- * Liberalización lineal al 2008.
- * Liberalización en diez años: 3 años con arancel constante y liberalización lineal durante los 7 años restantes.
- * Lista de espera para otros productos por ejemplo: cárnicos, lácteos y cereales.
- * México y la UE establecieron dos programas de cooperación en el ámbito económico, cuya financiación es al 50% por cada una de las partes. PIAPYME y el PROTLCUEM, ambos con el objetivo de fortalecer las relaciones económicas comerciales y empresariales México- UE.

3.3.4 Retos de las empresas mexicanas para la exportación del aguacate.

Los retos que se imponen las empresas mexicanas productoras y exportadoras del aguacate, son:

- Globalización.- Introducir además de las variedades de Hass y Fuerte otras variedades.
- Invertir en tecnología, en empaques adecuados, en imagen.
- Establecer y mantener la relación con los clientes, es decir los empresarios exportadores aguacateros deben de mantener los grados de preferencia como

socio comercial, ya que ellos buscan beneficiar en especial a sus países vecinos, naciones que se van a unir al bloque, o que fueron socialistas, también a sus ex colonias, en detrimento de los intereses mexicanos.

- Identificar los clientes meta.- Nichos de mercado potenciales de mercados de lujo.
- Los exportadores deben de estar al tanto de las tendencias, de los precios, calidad de competencia, estas acciones pueden ser apoyadas por alguna organización para un mejor posicionamiento del mercado europeo.
- Eliminar los eslabones en la cadena de distribución, esto les dará ventajas competitivas en el precio.
- Establecer infraestructura propia de distribución.
- Atender el mercado justo a tiempo.
- Ofrecer servicios post venta a sus clientes.
- Los productores deben de consolidar el aprovechamiento de los tratados por parte del sector privado, diversificando sus mercados destino.
- Que México y los productores se sostengan en la vanguardia del proceso de globalización internacional.
- Los problemas económicos que enfrenta la economía estadounidense y la fortaleza del euro⁷⁵ frente al dólar son los dos motores que deben de enfrentar los exportadores mexicanos y que de este modo aprovechen este camino para colocar aguacate y otros productos agroalimentarios en los diferentes nichos de mercado de la Unión Europea⁷⁶.

⁷⁵ Tú decides tu portal de negocios, Tema El euro impulsa a las negociaciones, viernes 23 de mayo del 2008, nota consultada el 18 de noviembre del 2008.

⁷⁶ Coyunturalmente se presenta una situación que va a facilitar las exportaciones hacia Europa, que es el tipo de cambio, hay un tipo de cambio muy fuerte en Europa, de acuerdo a la entrevista realizada por el Jefe de la Unidad de Inteligencia de Pro México: Abraham Hernández.

La alta presión del euro en general al resto de las monedas, hace más atractivo comprar bienes, para los europeos y por tanto para los mexicanos venderles dichos bienes, de acuerdo a la entrevista realizada por el catedrático del Tecnológico de Monterrey, José Luis de la Cruz Gallegos.: Fuente Tu decides portal de negocios.

Conclusiones

De acuerdo a los objetivos, preguntas de investigación y las hipótesis planteadas en la introducción de esta investigación, se llegó a las siguientes consideraciones finales:

El desarrollo de la investigación me permitió presentarles la situación del panorama de exportación que ocupa actualmente México debido a la inserción del acuerdo de Asociación Económica de Concentración Política y Cooperación- TLCUEM, Acuerdo Global entre México y la Unión Europea cuya finalidad principal es el de fortalecer las relaciones comerciales, atraer oportunidades de negocio e impulsar a los empresarios mexicanos a internacionalizar los productos principalmente los del rubro agropecuario y es por medio de este trabajo que se analizó la información que nos permite llegar a las siguiente conclusiones:

Todo aquel que este interesado en el mercado Europeo, tiene la oportunidad de diversificar, aumentar las ventas, incrementar rentabilidad, ganar prestigio, economía a escala, crecimiento, creación de empleos, un reto empresarial, entre otros, pero en general los exportadores deben de tener de forma clara que el internacionalizar, un caso especial el aguacate, en este bloque comercial, es un reto alcanzable ya que al hablar de la UE hablamos de naciones con situación política estable, pues es el segundo socio comercial a nivel mundial y en crecimiento; sus Estados tienen una política monetaria común, Euro, y México cuenta actualmente con buenos apoyos tales como, planes de exportación que brindan las herramientas necesarias para que se planteen las estrategias requeridas y asegurarse de este modo el éxito futuro.

México es un país importante en materia de exportación, se proporcionaron los datos más relevantes en cuanto a la producción nacional, principales productos que se exportan a la Unión Europea, destacando los agroalimentarios, que en los últimos años han tomado gran importancia en estos mercados, aun cuando se ubique en el lugar 25, representando el 1.1% del total de las importaciones de la UE, tiene buenas perspectivas actualmente de crecimiento, especialmente porque en los últimos años la estabilidad en los niveles de producción del aguacate, en las variedades Hass y Fuerte específicamente para la exportación, le ha dado ventajas que lo está colocando entre las preferencias del consumidor europeo, garantizándoles abastecimiento. Cabe destacar que los europeos son de los clientes más exigentes en tiempos de entrega de logística, exigentes en el cumplimiento de las normas sanitarias, tienden a preferir productos frescos, nutritivos y que estén disponibles todo el año.

Otra de las ventajas es que actualmente el aguacate no presenta tantos problemas en lo que se refiere a la exportación de aguacate de calidad, para ellos este producto está considerado como exótico por su sabor, por su color, por su textura, mientras que para nosotros los mexicanos es un producto tradicional que forma parte de la dieta diaria.

El mercado Europeo representa para los exportadores de aguacate un panorama atractivo por que cuenta con la oportunidad de explorar nichos de mercado, por lo que se concluyó que es una buena propuesta con grandes perspectivas.

Como se pudo apreciar el aguacate mexicano es un producto que es importante y reconocido en muchas partes del mundo por ejemplo Estados Unidos, Francia, España, Colombia, Chile Israel, etc. Asimismo se puede concluir que este fruto, el aguacate, tiene una gran calidad y que en nuestro país tiene mucho significado cultural, alimenticio y económico pues particularmente estados como Jalisco, Michoacán, Nayarit, Yucatán, Sinaloa, altamente productores en cualquier época del año permiten tener un aguacate de exportación.

Para llegar a esta conclusión primero que nada se analizaron: los volúmenes de producción y consumo para satisfacer la demanda interna, así como también los niveles de producción para exportación donde destacan principalmente los Estados de Michoacán, Nayarit, Morelos, México y Puebla, estados en donde de igual forma existe un gran número de empacadoras o empresas dedicadas exclusivamente a abastecer el mercado interno y externo que se enlistan en la investigación, toda esta producción ha ayudado a México a ser ubicado como el principal productor mundial del aguacate.

En segundo lugar se proporcionan los requisitos, la normatividad y documentación necesaria que se tienen que realizar para la exportación, el transporte y embalaje requerido para que arribe en óptimas condiciones a los puertos más importantes de la UE y de ahí ser distribuido al interior del mismo.

En tercer lugar para determinar los cinco mercados meta más importantes se investigaron diferentes proyectos de exportación de diversos autores (auxiliares para conocer las principales características de cada una de estas cinco naciones) que al mismo tiempo gustan del consumo del producto; además de englobar las diez razones para exportar aguacate a la Unión Europea.

Se llevó a cabo un análisis FODA, destacando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que puede presentar el producto exótico, como es considerado el aguacate, al internarse a la UE, pues los europeos son muy rigurosos en sus políticas de calidad.

Actualmente, sostienen gran demanda, por tanto para ellos el aguacate es una oferta interesante para diversificar su consumo y esto le da la oportunidad a los empresarios mexicanos de llevar productos con sabores regionales.

Por tanto apoyándonos en base a la investigación podemos decir que a siete años de haberse establecido el TLCUEM, la situación actual del aguacate en este mercado junto con los apoyos gubernamentales con que los empresarios mexicanos cuentan han resultado favorables y a su vez han sido todo un reto para dichas empresas.

Hoy por hoy a la economía mexicana se le presenta un reto propiciado por los problemas económicos que enfrenta la economía estadounidense, ante la fortaleza del euro frente al dólar se debe de aprovechar la coyuntura de facilitación de las exportaciones hacia Europa principalmente de productos agroalimentarios, los empresarios mexicanos no deben de perder de vista al cliente europeo ya que esta alta presión del euro les da cierta fortaleza de querer adquirir bienes y que mejor que sean nuestros productos ya que por ninguna razón nos encontramos en bajos estándares de calidad, tenemos los recursos naturales, la ciencia, capacidad de trabajo, ya que somos una nación que nos hemos adaptado a las fuertes presiones de los cambios internacionales y hay empresarios, productores interesados en presentar un producto o servicio que compita en los primeros lugares dentro del comercio internacional.

Recomendaciones

A continuación se mencionan las siguientes recomendaciones, basándome en los resultados de la investigación y de acuerdo a lo que he observado, para que sirva de apoyo a los exportadores de este sector y emprendan sus proyectos de exportación con la seguridad de obtener éxito futuro:

- ❖ Las posibilidades de exportar aguacate a la Unión Europea son altamente provechosas, solo si deben las organizaciones de los productores, empacadores y exportadores contar con las certificaciones necesarias, que cumplan con los estándares de calidad exigidos en la UE, para evitar riesgos en el cumplimiento de la normatividad que regula la calidad de las frutas y hortalizas.¹
- ❖ De igual modo que los productores cumplan con la normatividad en relación a las restricciones fitosanitarias para regular el acceso de este tipo de productos con el objetivo de garantizar que los productos tienen condiciones saludables y por tanto no amenazan la salud de los consumidores.
- ❖ Se recomienda que México mantenga su participación en producción entre los principales países exportadores, ya que la productividad es una fortaleza para México por lo que hay que continuar incrementándola.
- ❖ Optimizar la logística, infraestructura y servicios de las exportaciones mexicanas.
- ❖ La tasa de crecimiento y de preferencia por el producto aguacate entre las comunidades europeas es una gran oportunidad para México, ya que la oferta mundial por otros países se ve limitada.
- ❖ El mercado de exportación debe de monitorear la participación de las exportaciones mexicanas en sus mercados de exportación tradicional, así como fortalecer su presencia.
- ❖ Continuar con el apoyo en los desarrollos y mejoramiento de la infraestructura de servicios a la exportación.

¹Regulación básica EC 2200/6 del 28 de octubre de 1996, en la política agrícola común.

- ❖ Avanzar con las certificaciones de huertas y empaquetadoras que deseen agregarse al padrón de exportadores de aguacate.
- ❖ Empezar las acciones y programas necesarios para dominar el mercado Europeo de productos o derivados agroalimentarios del aguacate.
- ❖ Actualización de los análisis e información estadística que se genera, información relacionada con el cultivo, concentrarla en bases de datos confiables y al cierre de cada año, estandarizar criterios de evaluación y métodos estadísticos con las instancias oficiales.

Este ejemplo de oportunidad de fomento de exportación del aguacate mexicano a la Unión Europea en si se elaboró con el interés de demostrar que por medio de una adecuada organización se puede lograr que productos agroalimentarios en proceso de internacionalización puedan aprovechar en primera instancia, las ventajas que brindan los tratados comerciales ya que facilitan el acceso a los mercados potenciales, en segundo lugar el papel más importante lo desempeñan los actores involucrados en los procesos productivos: agricultores, empacadores, distribuidores, integrantes de la cadena logística para realizar la exportación, etc. Todo esto permite participar activamente en este mercado, es necesario los apoyos que existen hoy en día- público y privado – para motivar al sector agrícola a generar sus propios recursos y estrategias.

La exportación del aguacate a la Unión Europea abre una gran oportunidad a los principales productores mexicanos, quienes han demostrado estar en condiciones de competir en cualquier mercado del mundo, solo es necesario darle continuidad a este proceso teniendo por objetivo procurar los estándares de calidad en el producto.

Finalmente deseo precisar que el orden en que aparecen las conclusiones y las recomendaciones no significa necesariamente su importancia y, reiterar que éste es mi primer acercamiento formal al tema, por lo que sé que hay otros puntos de vista, métodos y teorías para tratarlo, lo que consideraré en futuras investigaciones.

Fuentes de información

- Aguilar, Fernández-Hontoria Jaime. El Espacio financiero único de la Unión Europea: los mercados de valores, Madrid, M. Pons 2005.
- Aguirre Reveles Rodolfo y Pérez Rocha L. Manuel, Siete años del tratado Unión Europea-México(TLCUEM). Editorial Partner van ondernemende mensen, junio 2007.
- Arroyo Picard, Alberto y Peñaloza Méndez, Andrés. Derechos humanos y Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea.1ª. Ed. Instituto de Estudios de la Revolución Democrática, México, 2000.
- Ayala, Márquez David. El reto del transporte en la Ciudad de México: voces, ideas y propuestas. México, 2005.
- Arrieta Munguía, Judith. La política exterior de México hacia la Unión Europea, 1990-1995, Vol. 49, 1996.
- Baena, Josep. Transporte internacional. Barcelona, Fundación EMI-Manresa, 2002.
- Bancomext. Anuarios de comercio exterior de las exportaciones a la UE, 2003-2006.
- Berumen, Sergio A. Estructura económica de la Unión Europea. Pozuelo de Alarcon, Madrid, Esic, depósito legal 2006.
- Bloch, Roberto D. Transporte fluvial. Buenos Aires, Ad-Hoc, 1999.
- Calvo Hornero, Antonia. La Ampliación de la Unión Europea. Madrid, Thomson, 2006.
- Castellanos Ruiz, Esperanza. Autonomía de la voluntad y derecho uniforme en el transporte internacional. Granada, Editorial Comares, 1999.
- Castro Espinosa Álvaro. Tan lejos de Europa y tan cerca de los estados Unidos. Orígenes, negociación y perspectivas del acuerdo político y comercial entre México y la Unión Europea. Libro electrónico 2003, Dialnet,
- Cebada Romero, Alicia. La Organización Mundial del Comercio y la Unión Europea. Madrid, La Ley, 2002.
- Chanona Burguete Alejandro, Roy Joaquín, Domínguez Rivera Roberto. La Unión Europea y el TLCAN: integración regional comparada y relaciones mutuas. México, D.F, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2004.
- Chiavenato Idalberto, Introducción a la teoría general de la administración. Editorial Mac Graw Hill, 2006.
- Colaiácovo, Juan Luis. Exportación, comercialización y administración internacional, Rio de Janeiro: Cabcieri, 1985.

- Comesaña Costas, Pablo. Montaje e instalación de sistemas de transporte por cinta continua: guía práctica para el instalador de máquinas y equipos industriales. IdeasPropias, 2004.
- Cruz Miramontes, Rodolfo. Las relaciones comerciales multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, Capítulo 4, Universidad Nacional Autónoma de México, México 2003.
- Cruz Miramontes, Rodolfo. Las relaciones comerciales multilaterales de México y el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, México, Universidad Iberoamericana, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003.
- Diez Camara, Octavio. Aviones de transporte y especializados. Barcelona, Lema, 1998.
- Echánove, F. y Steffen C. Globalización y reestructuración en el agro mexicano. Los pequeños productores de cultivos no tradicionales. Universidad Autónoma, Iztapalapa, 2005.
- Espinosa Marco. México / Francia. Noviembre 2006, avalada por Bancomext.
- Freres Christian y Sanahuja José Antonio, coords. América Latina y la Unión Europea: estrategias para una asociación necesaria. Barcelona: Icaria, 2006.
- Fernández José Luis. Oportunidades de negocio en Holanda, 2006. Avalado por Bancomext.
- Fleitman Jack. Negocios exitosos, Editorial Mac Graw Hill. México. 2005.
- Galindo Miguel Angel y Fernández Jurado Yolanda. Política socioeconómica en la Unión Europea. Madrid, Delta, 2006.
- Gambrill, Mónica. Diez años del TLCAN en México, UNAM Facultad de Economía, Centro de Investigaciones sobre América del Norte, 2006.
- Félix, Daniel. Editorial Mundiempresa, México 1995 1ª Edición.- El aguacate y su manejo integrado.,Mundiprensa, Univer.Autónoma de Chapingo,2007.
- Gazol Sánchez, Antonio. El Server Mundo frente al Mercado Común Europeo, México. Fondo de Cultura Económica, México. El Colegio de México, 1975.
- Gómez Garcia de Soria, Maria Jose. La Unión Europea. Madrid, GPS. 6a ed. 2003.
- Granell Trias, Francisco. La exportación y los mercados internacionales, Barcelona, Hispanoeuropea, 1971.
- Gurevich, Yuri G. Fenómenos de transporte en semiconductores. México, D.F, Fondo de Cultura Económica, 2007.

- Iracheta Cenecorta, Alonso. .La necesidad de una política pública para el desarrollo de sistemas integrados de transporte en grandes ciudades mexicanas. Instituto Nacional de Ecología. Zinacantepec, México, El Colegio Mexiquense; Menlo Park, California, The William and Flora Hewlett Foundation, 2006.
- Krugman, Paul. Economía Internacional. Editorial Mc.Graw Hill. Addison-wesley iberoamericana España, 2005.
- Lebrija Alicia, Sberio Stephan. México Unión Europea. Editorial Porrúa. 1ª Edición. México 2002.
- Lecomte, Jacques. La Unión Europea. Una nueva relación política y económica, Madrid, Instituto de Relaciones Europea-Latinoamericanas, 1997.
- León, Àlex. Logística del transporte marítimo. Barcelona, Marge Design, 2003.
- Lerma Kitchner Alejandro. Comercio Internacional, 3ra. Edición. Editorial. ECAFSA, México. 2002.
- Leyva García Eugenio Jaime. Importaciones y exportaciones, Tratamiento jurídico. Ediciones ISEF, México 1ª reimpresión, 2007.
- Martínez González, Pedro. El transporte terrestre de mercancías: responsabilidad por averías, faltas y retrasos. Madrid, Díaz de Santos, 2006.
- Mendoza Cota, Jorge Eduardo. El TLCAN y la frontera México - Estados Unidos: aspectos económicos. Tijuana, El Colegio de la Frontera Norte, 2007.
- Mendiola Gerardo. Las exportaciones e importaciones más importantes en México. Expansión en México. Vol.23.núm.575, 1991.
- Mercado Salvador. Comercio Internacional I. Mercadotecnia Internacional. Importación-Exportación. Editorial Limusa. México 2001.
- Morales Pérez, Eduardo. Una nueva visión de la política internacional de México, Relaciones con la Unión Europea, Plaza y Valdez, Universidad Iberoamericana, 1997.
- Morales, Pérez Eduardo. Las Relaciones de México con la Unión Europea: retos y oportunidades. Zinacantepec, Edo. de México, El Colegio Mexiquense, 2003.
- Morales Troncoso Carlos. Plan de exportación lleve sus productos a todo el mundo. Editorial Pearson Education.1ª.Edición. México 2004.
- Munch Galindo, García Martínez, Fundamentos de la administración, Edit. Trillas, Décima reimpresión, 2001.
- Palacios Simón Pedro. Agricultura, medio ambiente y sociedad en la Unión Europea y Japón. Cd. Victoria, Tamaulipas, México, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Plaza y Valdes, 2006.

- Paz Martín, Jesús de. La responsabilidad en el transporte aéreo internacional: de Varsovia (1929) a Montreal (1999). Madrid, M. Pons, 2006.
- Pellicer, Olga. La Unión Europea de los veinticinco: una mirada retrospectiva. México, Instituto Tecnológico Autónomo de México, 2005.
- Pérez Salvador, P.(Pilar). Manual de técnicos de transporte sanitario. Madrid, 2006.
- Piñón, Antillón Rosa María. El acuerdo global entre México y la Unión Europea: balance y perspectivas, México, ECSA, Universidad Nacional Autónoma de México, 2005.
- Puga Luna Fernando. Tesis “La exportación del aguacate y su problemática actual. Para la licenciatura en Economía. 1994. UNAM.
- Roldán, Eduardo. Las relaciones económicas de China: OMC, México, Estados Unidos, Taiwán y la Unión Europea. México, Asociación Mexicana de Estudios Internacionales, Plaza y Valdés, 200.
- Roy, Joaquín Roy y Domínguez Rivera, Roberto. Las Relaciones Exteriores de la Unión Europea. México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Plaza y Valdés, 2001.
- Rodríguez Suppo Florencio. El aguacate, editorial AGT. México 1995 1ª. Edición.
- Trejo Vargas Pedro, Moreno Castellanos Jorge A. y Moreno Valdés Hada. Comercio exterior sin barrera, Editorial ISEF, México 2004..
- Sberro Stephan y Soriano, Juan Pablo. La Unión Europea, su evolución y relaciones con América Latina y el mundo 2005, México, Porrúa, 2005.

Hemerográfica:

- Aguirre Ochoa y Medina Niño Rubén . "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. Abril 2006.
- Schiavon, Jorge A. y Ortiz Mena, L. N. Antonio. "Apertura comercial y reforma institucional en México (1988-2000): un análisis comparado del TLCAN y el TLCUE", *Foro Internacional*, No. 166, octubre-diciembre 2001, México.
- Velázquez P. Jorge Alberto, "Identificación del aguacate como un rubro importante de grandes oportunidades comerciales, según los acuerdos de integración, los nuevos tratados comerciales y el comercio mundial globalizado. 2005, Gobernación de Antioquia.
- El Financiero, "México ablanda su postura ante la UE; ofrece apertura total en el 2007", publicado el 18 de mayo de 1999, consultada en el 2008.
- El Financiero, "México quiere más comercio europeo., por Regina Reyes Heróles C. publicado el 30 de abril del 2007., consultada en el 2008.
- El Financiero "Crecen las exportaciones mexicanas a Europa", por Sadaña Ivette, publicado el 19 de septiembre del 2008, consultado en Octubre del 2008.
- La Jornada, "Zedillo: respalda Gran Bretaña un acuerdo de libre comercio entre México y la UE", publicado el 30 de enero de 1996, consultada en el 2008.
- La Jornada, "Alemania, por la apertura de pláticas comerciales México-UE", publicado el 30 de abril de 1996, consultada en el 2008.

Revistas:

- APEAM Revista. Año 1 No.2 Historia APEAM.
- APEAM Revista. Año 2 No.8,
- Revista negocios, Julio 2004.
- Revista El aguacatero. Año 8, núm. 39.
- Revista El aguacatero. Año 4, núm. 19.
- Revista El aguacatero. Año 2, núm. 9.
- Revista Mundo Ejecutivo, hecho en México, México y sus empresas, 2004-2005, Edición especial.
- Revista Negocios, Año 9, Núm. 105, diciembre 2000.
- Revista francesa especializada FID del 13 de septiembre del 2005.
- Revista Perfil del Consumidor Europeo, publicado por Bernard Kilian, Kira Schroder. CIM.-Centro de inteligencia sobre mercados sostenibles. 2005.
- Sagarpa. Producción agrícola de aguacate perennes. Centro de Estadística agropecuaria. 2001.
- Bancomext, Guía práctica para la elaboración de un convenio o contrato de exportación. México. 2004.
- Revista Análisis Económico, primer semestre, año/vol.18. núm.037, 2003. "El comercio México- Unión Europea, límites estructurales para su expansión". Universidad Autónoma de Azcapotzalco. México.

- Revista Alternativas. Red Mexicana de acción frente al Libre comercio/RMALC. Año.3.núm 37, 13 de mayo del 2008. "La experiencia mexicana en el acuerdo global con la Unión Europea, por Rodolfo Aguirre Reveles.

Artículos:

- García Azcárate Tomás, artículos/aguacate. El aguacate y el mercado europeo en el mundo. Octubre, 2003. Congreso mundial del aguacate.
- Centeno Gabriela. Artículo. Aguacate sostenible, fruta fresca. Diciembre 2004.
- Aral. Artículo. Razones para seleccionar el mercado Alemán. Febrero 2005.

Documentales:

- DECRETO Promulgatorio del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, la Decisión del Consejo Conjunto de dicho Acuerdo; y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino sobre Comercio y Cuestiones Relacionadas con el Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la Comunidad Europea. Publicado por el DOF el 26 de junio del 2000.
- El transporte marítimo en 2004: informe de la secretaría de la UNCTAD. Nueva York, Naciones Unidas, 2004.
- Acopio y empaque de aguacate Informe de la financiera rural, 2006.Publicado por el Dr. Jose Antonio Meade Kuribeña, Director de financiera rural, Mex.Df. en el 2006.
- Ensayo, El acuerdo global en su dimensión comercial al TLCUEM, ECSA, escrito por Rosa María Piñón Antillón, 2000.
- El tratado de libre comercio México- Unión Europea(TLCUEM), Autor, Manuel Pérez Rocha L.y Rodolfo Aguirre Reveles 2001-2007.
- Francia oportunidades comerciales en alimentos, Conferencia impartida por el Ingeniero Javier Olguín Luna, el 10 de abril en Cexporta, Bancomext, 2005.
- Información al exportador mexicano de alimentos, Tips de asistencia técnica, publicada por la Lic. Patricia Jiménez Palma, en octubre del 2005, Bancomext.
- El mercado Europeo oportunidades para la empresa mexicana, Autor, Consejería comercial de México en España para el Banco Nacional de comercio exterior, S.N.C. España, 2004.
- Una introducción a las medidas de eficiencia: para reguladores de servicios públicos y de transporte. Autor, Coello Tim, Estache Antonio, agosto 2003, Banco Mundial, Alfaomega, 2003.
- Balance de las relaciones económicas de México con la UE, ¿Confianza con el regionalismo norte-sur?, Comercio Exterior, Autor Ángel Ma. Casas Gragea, abril-junio 2006 , Revista de fomento social no.242.

- Plan Rector Sistema Nacional aguacate, documento validado por el Tecnológico de Monterrey, Validado por el Sistema producto aguacate en sesión del 20 de junio del 2005, Uruapan Michoacán.
- Padrón de productores de : Aguacate, durazno y limón persa en el estado de Jalisco. Agosto 2007.
- Pérfil Económico del Aguacate 2007. Avalado por el centro de exportación e inversión. Inteligencia de Mercados Exportadores.
- ¿Porqué el mercado Europeo? Consejería comercial en España. Septiembre, 2005. Bancomext.
- Seminario: Reino Unido un mercado de oportunidades en comercio e inversión. "El TICUEM: Un instrumento de oportunidades de negocios. Agosto 2006. Bancomext.
- Álvarez del Toro Jesús Alejandro, "Logros y perspectivas" aprobado por el Comité Nacional del Sistema de producto aguacate. 2003.
- Espinosa de los Reyes Elena. Reino Unido: mercado de oportunidades en comercio e inversión. Agosto 2006.
- García Gloria. Estrategias para internacionalizar la empresa mexicana. Octubre 2007. PROMEXICO.
- Gil Villegas, Francisco, México y la Unión Europea en el sexenio de Zedillo, Foro Internacional, México, El colegio de México, vol.41 núm.4, 2001.
- Gómez, R. Arnulfo. Las relaciones económicas de México con la UE, en *Comercio Exterior*, Banco Nacional de Comercio Exterior, Vol. 49, No. 11, noviembre de 1999, México, Banco de datos de INEGI.
- González Francisco N. Oportunidades de negocios en Europa Central y del Este. Consejería comercial de México en Francfort. 2007.
- Glass Robert. "Requerimientos en el mercado europeo para alimentos frescos y procesados". Noviembre 2005. Centro Empresarial México- Unión Europea.
- Lamy Pascal, Commissioner of Trade, Speech /02/189: "Mexico and the EU: Married Partners, Lovers, or Just Good Friends?". Instituto de Estudios de la Integración Europea, Instituto Tecnológico Autónomo de México, Ciudad de México, 29 de Abril 2002.
- Méndez Escobar, Francisca. La política de la Unión Europea hacia América Latina: el caso de México, en México y la Unión Europea, Política Exterior, México. Instituto Matías Romero, Secretaría de Relaciones Exteriores, núm. 49.
- Quintero Grijalva Adriana. Reino Unido tu socio en Europa. Agosto 2006.

Apoyo de Instituciones y entidades:

- Banco Nacional de comercio exterior, S.N.C(Bancomext): Apoyo con la consulta de revistas, base de datos, discos compactos, entre otros.
- Dirección electrónica: www.bancomext.com.
- Secretaría de Economía: Proporcionaron información en relación a los trámites y requisitos requeridos en los países destino, en este caso en relación a los países meta: Francia, Inglaterra, Holanda, Alemania y España. Información adicional del tratado comercial TLCUEM, los programas de apoyo e incentivos otorgados para la exportación.
- Cámaras y asociaciones nacionales y extranjeras. (Canacintra, Anierm, Cámaras de comercio.) Apoyo con la información comercial, de estadísticas de comercio exterior, acuerdos comerciales y ferias.
- Comité Nacional del Sistema producto aguacate. (CONAPA). Apoyo con las estadísticas de producción 2006 y 2007.

Electrónicas:

http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/aguacate.htm

<http://es.wikipedia.org/wiki/Aguacate>

<http://www.botanical-online.com/aguacate.htm>

<http://www.calavo.com>

<http://www.economía.gob.mx/estad.>: Estadísticas de comercio e inversión.

<http://www.delmx.cec.eu.int.-> Programas de cooperación UE- México.

<http://www.cci.org.co/manual-del-exportador>.

<http://www.aproam.com.mx>.

<http://www.laopinion.com>.

<http://www.lafao.com.mx>.

<http://www.sagarpa.gob.mx>. Coordinación general de comunicación social.

http://www.passionfruit.cirad.fr.site_francais/analyses_eco/fiches_produit/avocat.120.pdf.

Fuitrop, 2005 "Ficha de producto aguacate".

<http://www.chapingo.mx/investigacion/pronisea/rev61.html>

http://pe.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200806200034_INF_738731&idtel=

http://www.cedopex.gov.do/estudios_economicos/exportaciones_no_tradicionales_2008.pdf

<http://www.normex.com.mx/general/noticias-nacionales/dara-calderon-banderazo-de-inicio-a-exportacion-de-aguacate.html>

<http://www.avocadosource.com/WAC6/es/Extenso/5b-225.pdf>

http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/tropical_fruits.htm

<http://www.economia.uanl.mx/publicaciones/entorno/may-jun-03.pdf>

<http://www.mre.gov.py/paginas/boletines/omc/anteriores/boletin2220073.asp>

<http://www.ub.es/geocrit/-xcol/266.htm>

http://html.rincondelvago.com/tramites-de-importacion-y-exportacion-del-aguacate_1.html

http://www.avocadosource.com/Journals/CICTAMEX/CICTAMEX_1997/Prod_Nal_Agua.pdf

http://www.freshplaza.es/news_detail.asp?id=7353

http://spanish.elbajio.usvpp.gov/programa_de_exportacin_del_aguacate2.html

http://www.teorema.com.mx/articulos.php?id_sec=47&id_art=5014&id_ejemplar=95

<http://www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2007/febrero/B035.pdf>

<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/modelos/Cadenas/aguacate/prodnal.pdf>

<http://www.sagarpa.gob.mx/cgcs/boletines/2005/octubre/B294.pdf>
http://www.sagarpa.gob.mx/dlg/michoacan/c_social/zonalibresdegusano.pdf
<http://www.chapingo.mx/investigacion/pronisea/rev61.html>
http://pe.invertia.com/noticias/noticia.aspx?idNoticia=200806200034_INF_738731&idtel=
http://www.cedopex.gov.do/estudios_economicos/exportaciones_no_tradicionales_2008.pdf
<http://www.normex.com.mx/general/noticias-nacionales/dara-calderon-banderazo-de-inicio-a-exportacion-de-aguacate.html>
<http://www.avocadosource.com/WAC6/es/Extenso/5b-225.pdf>
http://www.infoagro.com/frutas/frutas_tropicales/tropical_fruits.htm
<http://www.economia.uanl.mx/publicaciones/entorno/may-jun-03.pdf>
<http://www.mre.gov.py/paginas/boletines/omc/anteriores/boletin2220073.asp>
<http://www.ub.es/geocrit/-xcol/266.htm>
[http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:062:0005:0.](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:062:0005:0)
http://www.interfel.com/DOC/ECONOMIE/Campagnes_encours/ECO_avocat_s14.pdf
http://www.faostat.fao.org/food_trade_statistics
<http://www.cofoce.gob.mx/documentaciónbasicaparaexportar>
<http://www.agendaorganica.cl/mercado3.html>. Celare 2001, Políticas de la Unión Europea para el sector orgánico.
<http://www.avocadosource.com/WAC6/es/Extenso/5b-225.pdf>
<http://www.frutasyhortalizas.com.co/portal/includej/hortifruta/hortifruta.htm>
<http://frutas.consumer.es/documentos/tropicales/aguacate/intro.php>
<http://articulos.infojardin.com/Frutales/fichas/aguacate-aguacates.htm>
<http://www.euroresidentes.com/Alimentos/aguacate.htm>
http://www.tabascohoy.com.mx/nota.php?id_nota=160091
<http://www.amsda.com.mx/PREstatales/Estatales/MORELOS/PREaguacate.pdf>
<http://www.ub.es/geocrit/-xcol/266.htm>
<http://www.organicconsumers.org/espanol/041806exportacion.htm>
http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=21&id_art=23
http://www.el-universal.com.mx/articulos_h/30558.html
http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=185747
<http://tga.rippert-online.com/assets/applets/Aguacate.pdf>
<http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/noticias/muestraNoticia.jsp?idnoticia=1391>
<http://www.bancomext.com/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=8&category=2358&document=7858>
http://www.antioquia.gov.co/organismos/scompetividad/doc_estudios/elaguacatecomounrubroimportantegrandesoportunidadesco/presentacioncongresoaguacate.pdf
http://www.agricultura.com.mx/cgi-bin/modules.php?name=News&new_topic=45
<http://www.prompex.gob.pe/alertagim>
<http://www.export-help.cec.eu.int>
<http://www.europages.com>
<http://www.icex.es>
<http://www.infoagro.com>
<http://www.tradeport.org>
<http://www.todaymarket.com>
<http://www.organic-research.com/Laws&Regs/legislation.htm>