



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
cclemenz@luz.ve
Universidad del Zulia
Venezuela

Macías Macías, Alejandro
México en el mercado internacional de aguacate
Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XVII, núm. 3, julio-septiembre, 2011, pp. 517-532
Universidad del Zulia
Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28022767011>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

México en el mercado internacional de aguacate*

Macías Macías, Alejandro**

Resumen

El mercado internacional de aguacate ha sufrido importantes modificaciones durante las dos últimas décadas. Por un lado, aunque se trata de una fruta exótica, cada vez es más consumida en el mundo. Por otro, surgen nuevas potencias exportadoras que desplazan a anteriores naciones líderes: México, principal productor y consumidor de la fruta, es, a partir de la década de 1990, en el máximo exportador, como resultado de la apertura del mercado de los Estados Unidos. Al mismo tiempo, países sudamericanos como Chile y Perú, cada vez tienen mayor presencia en el mercado europeo, desplazando relativamente a Israel, Sudáfrica, España, Kenia o Ecuador. Finalmente, se emergen nuevos vendedores como Australia o se reafirman otros como República Dominicana.

Palabras clave: Aguacate, competitividad, comercio internacional, México, mercado

Mexico in the International Avocado Market

Abstract

The international avocado market has undergone many significant changes during the last two decades. First, although the avocado is an exotic fruit, its consumption has grown around the world. Second, new exporting powers have arisen to displace the previous nations as leaders: Mexico, the main producer and consumer of this fruit, has also been the greatest exporter since the 1990's due to opening the US market. At the same time, South American countries such as Chile and Peru have an ever-greater presence in the European market, relatively displacing Israel, South Africa, Spain, Kenya and Ecuador. Finally, there are emerging new sellers like Australia and the Dominican Republic.

Keywords: Avocados, competitiveness, international trade, Mexico, market.

* El presente documento forma parte del proyecto de investigación “Desarrollo frutícola en el sur de Jalisco (la producción de aguacate en la Sierra del Tigre)”, que el autor dirige con apoyo económico de parte del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) de la Secretaría de Educación Pública, del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara, así como de la Cátedra Fodepal, “De la Sierra al Llano”.

** Universidad de Guadalajara (Centro Universitario del Sur). Prol. Colón S/N, Km. 1 Carretera Cd. Guzmán-Guadalajara. C. P. 49000, Cd. Guzmán, Jalisco, México. Tel /fax (341) 575 2222, ext. 6126 / 413 8360 / 412 9776. E-mail: alejandrom@cusur.udg.mx; amacias40@hotmail.com.

Introducción

En julio de 1993, el gobierno de los Estados Unidos de América (EUA) permitió por primera vez, luego de 79 años, la importación de aguacate proveniente de México. Aunque en ese año, sólo se autorizó su venta al estado de Alaska, bajo ciertas temporadas y condiciones, significó el inicio de un hecho fundamental que marcaría en el futuro, el liderazgo mexicano en el comercio mundial de aguacate.

Históricamente, México ha sido el principal productor y consumidor de esta fruta a nivel mundial, al ser la misma originaria de la región que abarca desde el centro del país hasta Perú. En 2007, 33.9% de los 3,36 millones de toneladas de aguacate que se produjeron en el mundo y 25% de su consumo aparente, correspondieron a México (FAO-FAOSTAT). Además, en los últimos años su preponderancia también se hace manifiesta en el comercio mundial de la fruta, ya que, mientras en 1985 se ubicaba como el décimo primer exportador mundial, con una participación de apenas 0,66%, para 1994 ya era el primer lugar con 17,2% de las exportaciones (FAO-FAOSTAT). Esta posición se ha fortalecido con el paso de los años, vendiendo en 2007, 38,5% de las 774,7 mil toneladas de aguacate que se exportaron en el mundo (ITC-Trade Map).

El principal factor explicativo en el dinamismo mostrado por el aguacate mexicano durante las dos últimas décadas, lo constituye la apertura paulatina del mercado de EUA (segundo consumidor mundial), iniciada en 1993 y terminada de consolidar en 2007. Así, la participación de México en el consumo aparente de aquel país ha pasado de 2,2% en 1997 a 9,1% en 2002, 26,5% en 2005 y 45,5% en 2008 (Gráfica 1) (USDA-NASS, 2008; US-

DA-FAS online). Hoy, el aguacate proveniente de México es el más consumido por la población estadounidense, incluso superando a su propia producción nacional.

Ahora bien, aunque las cifras anteriores corroboran el papel definitivamente ascendente de la industria aguacatera mexicana a nivel nacional e internacional, también existen otros países cuyas exportaciones están creciendo. Por lo mismo, resulta importante conocer qué tan competitiva es esta industria mexicana con relación a otros países competidores, así como las tendencias de consumo que se están desarrollando en el planeta.

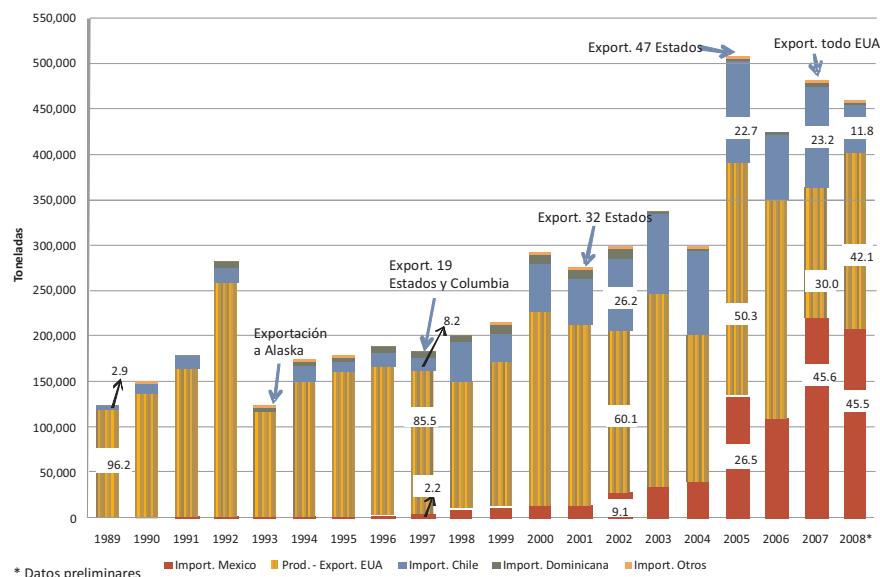
1. Competitividad de los países en el comercio internacional

Para efectos de este trabajo, entiendo por competitividad la capacidad de un país para conquistar, mantener y ampliar su participación en los mercados de una mercancía, de acuerdo con los niveles de precios existentes. A su vez, al análisis de competitividad de un país, se puede realizar de dos formas: 1) a través de la medición de indicadores *ex-ante*, basados en datos de productividad, dotación y costos de factores, costos de transportes y comercialización, dinámica del tipo de cambio, etc. (Chiquiar *et al.*, 2007: 8; Avendaño y Schwentesius, 2005: 168); 2) mediante la medición de indicadores *ex-post*, que consideran información del pasado. Esta segunda opción es la que utilizo en este trabajo, para lo cual realicé cálculos estadísticos sobre los siguientes indicadores¹:

1) Balanza Comercial relativa (BCR), definida por la siguiente fórmula:

$$BCR_i^p = \frac{(X_i^p - M_i^p)}{(X_i^p + M_i^p)}$$

Gráfica 1. Consumo aparente de aguacate en Estados Unidos



Fuente: Elaborado con base en FAStonline para importaciones; FAO FAOSTAT, para producción

donde: X = Volumen de exportaciones del producto “ i ” en el país “ p ” (toneladas); M = Volumen de importaciones del producto “ i ” en el país “ p ” (toneladas).

Este indicador se ubica entre los valores de 1 y –1. Cuando un país tiene un valor positivo se considera exportador neto del producto de que se esté hablando.

2) Transabilidad (T):

$$T_i^p = \frac{(X_i^p - M_i^p)}{(P_i^p + X_i^p - M_i^p)}$$

donde: P = Volumen de Producción del producto “ i ” en el país “ p ” (toneladas).

Entre más grande sea un valor positivo en este indicador, significa que el comercio exterior del país tiene mayor importancia respecto a su mercado interno.

3) Grado de Penetración de las Importaciones (GPI):

$$GPI_i^p = \frac{M_i^p}{(P_i^p + M_i^p - X_i^p)}$$

Entre mayor sea este indicador, el consumo interno del país dependerá más de las importaciones, lo cual supone menor competitividad.

4) Posicionamiento (Po). Se mide por la tasa de crecimiento promedio anual (TCA) de las exportaciones del producto que se trate.

$$TCA X_i^p = \left[\left(\frac{X_b}{X_a} \right)^{1/(b-a)} \right] - 1$$

donde los subíndices “ i ” corresponde al producto estudiado; “ a ”, año inicial estudiado; “ b ”, año final estudiado.

5) Eficiencia (Ef). Se mide por la TCA de la participación de las exportaciones del producto de cada país en las exportaciones mundiales de dicho producto.

$$TCA\ part.X_i^p = \left[\left(\frac{part.X_b^p}{part.X_a^p} \right)^{1/b-a} \right] - 1$$

donde:

$$part.X_i^p = \frac{X_i^p}{\sum_i^n X_i}$$

El estudio conjunto de los valores que obtiene un país en los indicadores de posicionamiento y eficiencia, permite identificar cómo se inserta en el mercado internacional del producto, existiendo cuatro posibilidades (Schwartz *et al.*, 2007):

- Posicionamiento y eficiencia positivos: inserción positiva;
- Posicionamiento positivo, eficiencia negativa: inserción con oportunidades perdidas;
- Eficiencia positiva, posicionamiento negativo: inserción con vulnerabilidad;
- Posicionamiento y eficiencia negativos: una inserción en retirada.

6) Ventaja comparativa revelada simétrica (VCRS). Para la construcción de este indicador, primero se obtiene la ventaja comparativa revelada neta (VCRN), resultante de la resta de la ventaja comparativa revelada de las exportaciones (VCRX) menos la ventaja comparativa revelada de importaciones (VCRM). Realizando una adecuación de la propuesta de Balassa (1965), las fórmulas son:

$$VCRN_i^p = VCRX_i^p - VCRM_i^p$$

$$VCRX_i^p = \left(\frac{\frac{X_i^p}{\sum_i^n X_i^p}}{\frac{X_i^m}{\sum_i^n X_i^m}} \right)$$

$$VCRM_i^p = \left(\frac{\frac{M_i^p}{\sum_i^n M_i^p}}{\frac{M_i^m}{\sum_i^n M_i^m}} \right)$$

donde: X = Valor de las exportaciones; M = Valor de las importaciones; p = País estudiado; i = Producto estudiado; m = Mundial

La VCRX compara el peso relativo que tienen las exportaciones de un producto en las exportaciones totales de un país, respecto al peso que tiene ese producto en las exportaciones mundiales (esto mismo se aplica para la VCRM, sólo que la variable son las importaciones). Una VCRX mayor que uno implica que las exportaciones del producto “i” son más importantes en el país “p” que a nivel mundial, de lo que se deduce que este país tiene ventaja comparativa en dicho producto.

Por su parte, una VCRN positiva implica que el país es exportador neto de esa mercancía, aunque su valor oscilará entre 0 y 1 cuando no tenga ventaja comparativa, pero entre 1 y el infinito, cuando sí la tengan, de manera que no son comparables los resultados en ambos lados de la unidad (Laursen, 1998: 3). Este inconveniente se resuelve utilizando la Ventaja Comparativa Revelada Simétrica (VCRS), cuya fórmula, de acuerdo con Laursen (1998: 2), es:

$$VCRS_i^P = \frac{(VCRN_i^P - 1)}{(VCRN_i^P + 1)}$$

Así, la VCRS oscilará entre 1 y -1 para países exportadores netos, siendo que valores superiores a cero significan que el país tiene ventaja comparativa en el producto.

En el presente trabajo, los cálculos de los primeros cinco indicadores para el comercio internacional del aguacate, se hicieron para el periodo 2000-2007, en tanto que la VCRS se calculó para el periodo 2001-2007.

2. Análisis de Competitividad en el comercio internacional de aguacate

Para la realización de este análisis, se decidió dividir a los países por grupos, de acuerdo con el indicador de presencia (Pr), definido como:

$$Pr_i^P = \frac{(X_i^P - M_i^P)}{\sum_i^n X_i^m}$$

Es decir, se trata de la participación de las exportaciones netas de aguacate del país estudiado, en el total de las exportaciones mundiales de esta mercancía. En la Tabla 1 se establecen los indicadores de competitividad para aquellos países con indicador de presencia superior a 0,01 (es decir, 1% de participación). Son diez países, que en conjunto concentraron 86% de las exportaciones mundiales en el promedio del periodo 2000-2007. Por su parte, en la Gráfica 2 se presenta el modo de inserción en el mercado internacional de aguacate de estos países.

Varios aspectos se destacan:

1. México es uno de los países más competitivos del mundo en aguacate, al ser el

principal exportador e incrementar constantemente su tasa de participación, como se observa tanto en el valor positivo del indicador de eficiencia, como en el hecho de que es el país con mayor tendencia de crecimiento en su VCRS.

2. Chile, al ser segundo exportador mundial de aguacate, se ha constituido en uno de los principales competidores de México. Este país tiene la mayor Transabilidad, demostrando su carácter de exportador neto.
3. Perú, es actualmente el país más competitivo, y aunque su participación en el mercado de exportación (3.01%) es apenas una décima parte de la de México, sin lugar a dudas será uno de los principales competidores. Más adelante esto se confirmará con la creciente participación de Perú en varios mercados.
4. Otros países con inserción positiva son República Dominicana y Nueva Zelanda. En el caso de República Dominicana, compite con México de manera indirecta al exportar una variedad de aguacate distinta a la Hass. Nueva Zelanda, por su parte, es el único exportador a Australia, mercado cuya rápida expansión permite a Nueva Zelanda ser la nación con mayor tasa de crecimiento en su BCR.
5. Kenia, Ecuador y España son países con una inserción con oportunidades perdidas en los últimos años. La VCRS de Kenia ha disminuido recientemente al perder presencia en algunos mercados europeos.
6. Ecuador es el único de los países estudiados cuya VCRS es negativa, pues aunque sus exportaciones siguen creciendo, su participación en el comercio mundial viene descendiendo, lo que incrementa su nivel de vulnerabilidad.
7. España, décimo productor mundial de aguacate y primero en Europa (además de

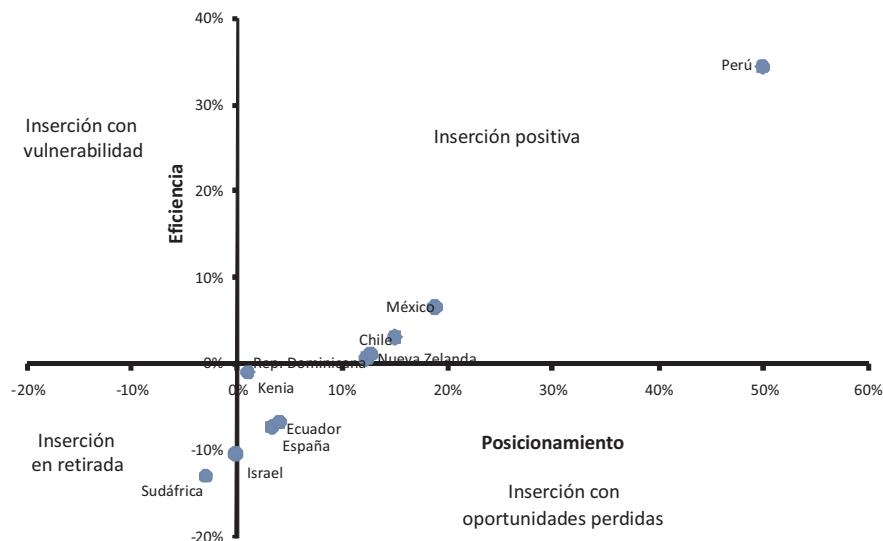
Tabla 1. Indicadores de competitividad en aguacate para principales países exportadores (promedio 2000-2007)

	Perú	Méjico	Dominicana	República Nueva Zelanda	Chile	Kenia	Israel	Sudáfrica	España	Ecuador
BCR	0,9996	0,9953	1,0000	0,9878	0,9920	1,0000	1,0000	0,9610	0,5321	0,9961
Δ BCR	-0,0014	-0,0201	0,0000	0,0284	-0,0054	0,0000	0,0000	-0,0750	-0,5752	-0,0038
T	0,1314	0,1349	0,0843	0,3536	0,4057	0,1701	0,3604	0,3703	0,2837	0,2050
Δ T	0,1930	0,0643	0,0158	0,0697	0,0368	0,1804	-0,0787	-0,0634	-0,1641	0,0432
GPI	0,0000	0,0004	0,0000	0,0054	0,0029	0,0000	0,0000	0,0118	0,1483	0,0005
Δ GPI	0,0002	0,0019	0,0000	-0,0064	0,0021	0,0000	0,0000	0,0193	0,2023	0,0005
Po	49,87%	18,80%	12,24%	12,71%	14,95%	0,97%	-0,19%	-2,99%	3,27%	3,98%
Ef	34,43%	6,55%	0,67%	1,09%	3,10%	-1,00%	-10,47%	-12,99%	-7,38%	-6,74%
VCRS	0,88	0,87	0,96	0,87	0,95	0,95	0,88	0,75	0,65	-0,21
TEND Δ VCRS	0,015	0,020	-0,005	0,003	-0,007	-0,001	-0,011	-0,030	-0,035	-0,126
Pr	3,01%	30,17%	2,64%	1,54%	19,36%	2,57%	8,59%	8,19%	5,87%	1,04%
Participación en Exportaciones	3,01%	30,24%	2,64%	1,55%	19,44%	2,57%	8,59%	8,35%	8,45%	1,04%
Participación en Importaciones	0,00%	0,07%	0,00%	0,01%	0,08%	0,00%	0,00%	0,17%	2,61%	0,00%

Importaciones
BCR = Balanza Comercial Relativa; T = Transabilidad; GPI = Grado Penetración de Importaciones; Po = Posicionamiento; Ef = Eficiencia; VCRS = Ventaja Comparativa Revelada Simétrica; TEND Δ VCRS = Tendencia en el crecimiento de la Ventaja Comparativa Revelada Simétrica; Pr = Presencia

Fuente: Elaborado con base en datos de FAO-Faostat (<http://faostat.fao.org>, consultada el 15 de enero de 2009), y de ITC-Trade Map (<http://www.trademap.org>, consultado el 20 de enero de 2009).

Gráfica 2. Modo de inserción al mercado internacional de los principales países productores de aguacate (2000-2007)



ubicarse entre el tercero y quinto lugar en exportaciones), ha perdido fuerza exportadora a la vez que se incrementan notablemente las importaciones (Tabla 2).

8. Israel y Sudáfrica manifiestan una inserción en retirada del mercado. Israel, aunque se mantiene como el tercer exportador mundial de aguacate, pierde cada vez más espacios en el mercado internacional, pues mientras en 1985 abastecía el 56% del mismo, y todavía en 1992 era el máximo exportador, para 2007 su aportación ha bajado a sólo 3,15%. Así, aunque sigue siendo importante, Israel ha perdido en competitividad en algunos mercados de Europa, frente a países como Chile y Perú.
9. El caso de Sudáfrica es más dramático, pues aunque sigue como el cuarto exportador de aguacate, su tasa de crecimiento negativa refleja la pérdida evidente de competitividad. Al igual que Israel, este

país llegó a tener en 1990, una participación de 21,6% de las exportaciones mundiales, reduciéndose a sólo 4,8% en 2007.

10. Independientemente de las naciones anteriores, otras que han crecido en competitividad, son Brasil (sexto productor mundial, alcanzando 18,14% en el rubro de posicionamiento y 5,96% en el de eficiencia) y Venezuela (1% de participación en las exportaciones durante 2007). Ambas naciones son potenciales competidoras, por lo que resulta importante no perder de vista su desenvolvimiento en los próximos años.

3. Comportamiento de la demanda mundial de aguacate

Para la definición de los principales países importadores, se consideró el indicador

Tabla 2. Indicadores respecto de los principales mercados actuales y potenciales para la exportación de aguacate

	Cpc (Kg/ha/año)	TCA Cpc	GPI	Δ GPI	TCA Importac.	Pr	Participación en Importac.
	2000-2007	1990-2005	2000-2007	2000-2006	2000-2007	2000-2007	2000-2007
EUA	1,17	7,80%	0,4371	0,1724	23,72%	-31,64%	33,66%
Francia	1,36	0,29%	0,9992	-0,0001	0,81%	-15,95%	19,86%
Reino Unido	0,58	9,01%	1,0000	0,0000	9,97%	-6,96%	7,23%
Holanda	0,58	8,60%	1,0000	0,0000	14,72%	-1,88%	6,74%
Canadá	0,52	7,69%	1,0008	-0,0014	8,51%	-3,37%	3,45%
España	1,04	3,70%	0,1483	0,2023	32,26%	5,87%	2,61%
El Salvador	4,10	-6,63%	0,4005	0,3357	-1,88%	-2,11%	2,14%
Costa Rica	7,67	-0,73%	0,2191	0,0280	-3,41%	-1,34%	1,36%
Suecia	0,69	4,13%	1,0000	0,0000	4,66%	-1,27%	1,29%
Honduras	0,90	7,80%	0,8630	0,0624	13,22%	-1,27%	1,29%
Australia	1,93	6,77%	0,1550	0,1101	16,16%	-1,09%	1,22%
Dinamarca	0,79	6,30%	1,0000	0,0000	12,80%	-0,98%	1,00%
Suiza	0,51	3,38%	1,0000	0,0000	4,04%	-0,77%	0,78%
Marruecos	0,54	8,85%	0,1481	0,1968	36,36%	-0,43%	0,49%
Barbados	2,14	1,65%	0,1759	0,2316	14,28%	-0,02%	0,02%
Japón	0,17	17,38%	1,0000	0,0000	9,47%	-4,27%	4,33%
Alemania	0,14	3,14%	1,0000	0,0000	9,65%	-2,44%	3,11%
Colombia	3,86	6,29%	0,0704	0,0195	2,33%	-2,44%	2,47%
Guatemala	3,37	-2,32%	0,0823	0,0169	4,43%	0,14%	0,76%

Cpc = Consumo per-cápita; TCA CPC = Tasa de Crecimiento Anual en consumo per cápita; GPI = Grado de Penetración de Importaciones; TCA = Tasa de Crecimiento Anual; Pr = Presencia.

Fuente: Elaborado con base en datos de FAO-Faostat (<http://faostat.fao.org>, consultada el 15 de enero de 2009), y de ITC-Trade Map (<http://www.trademap.org>, consultado el 20 de enero de 2009).

de grado de penetración de importaciones (GPI), así como su incremento entre 2000 y 2007, además del consumo anual per cápita (Cpc), en kilogramos por año. Dado que el Cpc mundial de aguacate, en el promedio entre 2000 y 2007, fue de 0,57 kilogramos por habitante al año, se tomó como criterio mínimo para definir la importancia del mercado de un país en esta fruta, que tuviera un consumo

per-cápita superior a 0,5 kg/persona al año. Igualmente, se consideró un GPI mayor a 0,20, cuyo incremento, entre 2000 y 2007, fuera mayor a 0,05.

En la Tabla 2 se encuentran las 15 naciones que cumplieron estos requisitos; también están otros tres países que, sin haberlo hecho, se ubican entre los diez mayores importadores a nivel mundial, así como Guate-

mala, cuya tasa de importación cada vez es más relevante. Entre todos ellos aglutinan 94% de las importaciones mundiales². Además, en la Tabla 3 su presenta una matriz en cuyo eje horizontal se encuentran los 19 países importadores, y en el eje vertical, las 10 principales naciones exportadoras, así como otros tres países europeos que realizan actividades de re-exportación.

Del análisis de la Tabla 2 y 3, se desprende la siguiente información:

Estados Unidos es por mucho el principal importador, cuyo consumo tiene una TCA de 10,3% entre 1993 y 2007 (USDA-FAS online), derivado principalmente de la mayor población de origen latino en ese país³, así como de la incursión de producto mexicano a dicho mercado. Así, las importaciones norteamericanas han pasado de una TCA de 10,4% entre 1990 y 1997, a 29,3% entre 1997 y 2007. En este mercado, Chile y los productores locales de California se han visto relativamente desplazados por México, como se mostró en la Gráfica 1. Chile tiene la desventaja de pagar una tasa *ad-valorem* de 7,7%, aunque a partir de 2004 puede enviar aguacates libres de arancel hasta por una cuota anual de 49,000 toneladas, misma que se incrementa 5% cada año durante un plazo de 12 años. Por su parte, Perú tiene fuertes restricciones fitosanitarias para exportar a Estados Unidos, lo que provoca una participación casi nula. Sin embargo, las negociaciones para levantar esas restricciones, se espera concluyan en 2009, lo que seguramente provocará que Perú se convierta en un fuerte competidor, sobre todo en la ventana entre mayo y agosto, dominada principalmente por los productores de California y Florida (Méjico disminuye el monto de sus exportaciones en esta época y Chile apenas comienza a entrar en agosto).

De los otros países del continente americano, Canadá sigue siendo un mercado atractivo, dominado casi en su totalidad por México, aunque Chile y Perú empiezan a incursionar. Otro mercado atractivo para México, es el centroamericano (El Salvador, Costa Rica, Honduras, Barbados y Guatemala), cuya posición geográfica e historia cultural, lo hace tener altas tasas de consumo per cápita, aunque, con excepción de Honduras y Barbados, estas van en descenso. Finalmente, Colombia, no obstante se abastece principalmente con producción nacional, es el noveno importador mundial y, al tener una alta tasa de crecimiento en su Cpc, lo convierte en un mercado atractivo para los países vecinos, sobre todo Venezuela, que ha arrebatado parte de ese mercado a Ecuador.

Ocho de los diez y nueve países señalados en la Tabla 2, son europeos. De estos, quitando a España, los demás no producen (Francia lo hace en una cantidad mínima), por lo que la competencia se da entre los exportadores. Aunque estos países no son productores, varios de ellos re-exportan aguacate: Holanda (72% de lo que importa), Alemania (21%) y Francia (20%), convirtiéndose, junto con Inglaterra y recientemente España, en las ventas al mercado europeo. La importancia de Holanda, Francia y Alemania como re-exportadores, se identifica en que ocupan el sexto, octavo y décimo sexto lugar en el comercio mundial, superando incluso a República Dominicana, Kenia, Nueva Zelanda y Ecuador (Holanda también supera a Perú).

El principal consumidor de aguacate en Europa es Francia, con un Cpc incluso superior al de EUA (1,36 kg/ha/año contra 1,17 kg/ha/año respectivamente). No obstante, otros países europeos se manifiestan como mercados en expansión: Inglaterra, Holanda y Dinamarca.

Tabla 3. Participación de exportadores de aguacate en las importaciones de los principales países (2007)

Importa-dores	Exportadores													
	Mex	Chi	Per	Dom	Isr	Esp	SA	Ken	NZ	Ecu	Fr	Hol	Ale	Otros
EUA	62,9	32,0	4,4											
Fr	8,8	4,8	12,0		36,9	17,7	9,0	7,6						
RU	1,2	15,4	13,4		3,8	11,5	23,9	1,5			20,2	5,2		
Hol	1,8	17,3	12,7	1,6	13,6	6,0	24,1	4,7			12,4	2,8		
Can	88,3	2,7	3,4											
Esp	2,0	31,0	49,5	2,1			1,4	1,8			4,3	2,2		
ES	91,4													
CR ¹	88,1	1,1												
Sue	0,0	14,1					11,3				1,4	69,3		
Hon	59,7													
Aus	0,0								100,0					
Din	0,2	4,6			29,3	2,5				9,1	50,6	1,1	Sue 1,0	
Sui	0,0	10,8	3,5		13,4	4,9	1,2			29,3	33,3		Bel 1,8	
Mar	0,0	7,8	49,6			38,9	3,1						SV 92,1	
Bar	0,0													
Jap	94,9	2,1												NZ 2,9

Tabla 3 (Continuación)

Importadores	Exportadores													
	Mex	Chi	Per	Dom	Isr	Esp	SA	Ken	NZ	Ecu	Fr	Hol	Ale	Otros
Ale	0,5	2,4	7,6		33,2	34,6	19,1				1,2			
Col	0,0									36,3				Ven 63,7
Gua	95,8		4,3											
EUA	45,4	-34,8		-7,9										
Fr	0,1	4,2	11,3		6,1	-11,6	4,2	-7,5						
RU	-12,4	15,4	10,6		-5,2	-1,7	-13,8	0,8			5,1	1,9		
Hol	-0,4	16,8	11,9	-0,2	3,8	-1,4	-25,6	0,7			-7,0	0,5		
Can	0,2	2,7	3,4											EUA -3,5
Esp	-11,8	29,8	26,2	2,0		-20,4	1,0				-24,5	1,9		Arg 2,2
ES	13,7													Gua -12,7
CR	-5,7		1,1											Nic 5,3, Hon 3,9
Sue	-8,4		14,1											Bel -4,0, RU -1,0
Hon														Gua 22,0, Nic 4,0
Aus														0,0

Tabla 3 (Continuación)

Importadores	Exportadores													
	Mex	Chi	Per	Dom	Isr	Esp	SA	Ken	NZ	Ecu	Fr	Hol	Ale	Otros
Din	0,2	4,6				-3,9	2,5			3,1	4,8	-3,8	Sue 0,7	
Sui	-0,2	10,8	3,5		-10,0	-28,7	-10,0			14,9	17,3		Bel 1,8	
Mar ²	-2,2	6,2	32,3			-37,0	3,1					SV 10,3		
Bar	0,0											NZ 2,1		
Jap	-2,8		1,9											
Ale	0,4	2,4	7,6			-0,3	2,6	-10,3	-2,5					
Col	0,0												Ven 40,0,	
Gua	-3,7					4,3								

¹ Datos de 2006. ² Respecto a 2002.

Claves: Estados Unidos de América (EUA), Francia (Fr), Reino Unido (Ru), Holanda (Hol), Canadá (Can), España (Esp), El Salvador (Es), Costa Rica (Cr), Suecia (Sue), Honduras, (Hon), Australia (Aus), Dinamarca (Din), Suiza (Sui), Marruecos (Mar), Barbados (Bar), Japón (Jap), Alemania (Ale), Colombia (Col), Guatemala (Gua), México (Mex), Chile (Chi), Perú (Per), Rep. Dominicana (Dom), Israel (Isr), Sudáfrica (SA), Kenia (Ken), Nueva Zelanda (NZ), Ecuador (Ecu), Argentina (Arg), Nicaragua (Nic), Bélgica (Bel), San Vicente (SV), Venezuela (Ven).

Fuente: Elaborado con base en datos de ITC-Trade Map (<http://www.trademap.org>, consultado el 20 de enero de 2009).

En Europa hay un cambio de países proveedores: Mientras Perú y Chile ganan una presencia que hasta 2001 no tenían (pasando Perú de 1,46% a 14,5% entre 2001 y 2007, en las importaciones de los ocho países estudiados, y Chile de 0,39% a 11,38%), otras naciones se han visto desplazadas total o parcialmente: Sudáfrica, España, Israel, México y Kenia. A pesar de ello, Israel sigue siendo el principal proveedor de Francia y segundo de Alemania; España el principal de Alemania y segundo de Dinamarca y Francia, mientras Sudáfrica domina el Reino Unido y Holanda.

En el dinamismo en las exportaciones peruanas y chilenas a Europa, mucho tienen que ver las preferencias arancelarias que a estos países ha otorgado la Unión Europea, lo cual les permite exportar libre de aranceles. Perú envía aguacate entre abril y julio, cuando compite sobre todo con Sudáfrica y Kenia; Chile entre agosto y noviembre, compitiendo con Sudáfrica.

En el caso de México, la expansión de sus ventas a EUA, ha implicado una creciente concentración en ese mercado, desatendiendo otros donde anteriormente se había ganado una presencia importante. Así, mientras en 1996, 43,5% de las exportaciones tenían como destino Francia y 3,1% se destinaban a EUA; para 2007, 72,5% se exporta a EUA, 8,5% a países centroamericanos, 8,3% a Japón, 6,6% a Canadá, y sólo 3% a Francia. Por lo mismo, es notable el descenso de las exportaciones mexicanas a Europa, con una participación de apenas 4,36% cuando en 2001 era de 7,61%.

Japón, quinto importador mundial, es un mercado en franca expansión (aunque su nivel de Cpc siga siendo muy bajo), dominado por México.

Marruecos, Australia y Barbados, aunque importan poco respecto a su consumo inter-

erno, su consumo per cápita y las importaciones están creciendo mucho, convirtiéndose en atractivos mercados potenciales, no obstante que la competencia está entre los productores locales y los países exportadores vecinos.

Finalmente, un caso de especial interés es el de China. Aunque este país tiene: i) un consumo per cápita de aguacate muy bajo (apenas 65 gramos por habitante al año, es decir, poco más de una décima parte del promedio mundial); ii) tasa de crecimiento anual del Cpc de apenas 3% desde el año 2000 (11,7% si consideramos a partir de 1992); y, iii) cubre prácticamente el total de su consumo con producción nacional, es no obstante, un mercado potencial sumamente atractivo al ser el séptimo mayor consumidor mundial de esta fruta, con 96 mil toneladas en 2007. De esta forma, si por ejemplo, se lograra incrementar el Cpc de China en sólo 10 gramos, esto significaría 13 mil toneladas más en las ventas de aguacate, es decir más de lo que México exportó a Europa en 2007, la mitad de lo que vendió a Japón y alrededor de 4,5% de lo que envió a Estados Unidos.

4. Conclusiones

El estudio de la oferta y demanda internacional de aguacate, así como de la competitividad de los principales exportadores, mostró varias tendencias interesantes:

Que sigue siendo una fruta con alto potencial a futuro, pues sólo en 51 naciones se supera el promedio mundial de 0,57 kg/ha/año, y exclusivamente en 37 se consume en promedio más de 1 kg por habitante al año. Por lo tanto, si se logran generar mecanismos promocionales que enfaticen sus propiedades nutritivas y arraiguen su sabor en culturas todavía ajena a él (como China y otros países asiáticos), seguramente seguirán

las altas tasas de crecimiento en el comercio mundial.

Desde el punto de vista de quienes venden aguacate, lo que se nota claramente es un cambio en las potencias exportadoras, donde la emergencia de México, Chile y Perú, se da a costa de la disminución en la participación de Sudáfrica, Israel, España, Kenia, Ecuador, cuya declinación deberá ser estudiada con mayor profundidad, para identificar si se debe a un cambio en la estructura productiva de cada país o bien, a la real pérdida en sus niveles de competitividad.

Otro elemento a destacar es la redistribución de los mercados entre los países exportadores, donde variables como la distancia geográfica, los costos de transporte y la política comercial de las naciones importadoras, han tenido gran influencia. Así, mientras México se apodera del mercado de Estados Unidos y confirma su preponderancia en Canadá y Centroamérica; Chile y Perú cada vez ocupan mayores espacios en Europa. Por su parte, Nueva Zelanda domina el mercado de Australia, Venezuela lo hace en Colombia y San Vicente en Barbados. Quizá la mayor excepción ocurre en Japón, donde México mantiene un dominio que ganó hace varios años.

En el caso concreto de México, a pesar de que se confirma como potencia exportadora de aguacate, es evidente su concentración en el mercado de los Estados Unidos, lo que pone en peligro su competitividad a futuro, sobre todo ante la emergencia de nuevas potencias exportadoras y ante la posibilidad de que el mercado norteamericano se sature antes que otros. Así, cuando ello ocurra y los exportadores mexicanos miren hacia estos mercados alternativos, estarán ya en desventaja respecto al posicionamiento de otras naciones.

Finalmente, otro factor de vulnerabilidad para México, consiste en que sólo 26 empaques tienen permiso del gobierno norteamericano para exportar a aquel país; adicionalmente, entre 75 y 80% de tales exportaciones son realizadas por empaques norteamericanos (Echánove, 2005: 92; Calleja, 2007: 84). Aunque esto presenta algunas ventajas, pues estas empresas seguramente fungirán como gestores para la obtención de los permisos de importación estadounidense, también es un hecho riesgoso por varias razones: a) porque la mayor parte de los beneficios económicos quedan en sus manos y no en las de los productores⁴; b) porque las decisiones importantes de la cadena (entre ellas, la de diversificar los mercados de exportación), se toman de acuerdo a intereses externos y no con base en las necesidades y condiciones económicas, medioambientales y sociales del país y de las regiones productoras; c) porque al ser empresas norteamericanas, varias de ellas formadas por productores de California (como Calavo), es posible que en momentos de enfrentamiento, representen los intereses de los productores de aquel estado en detrimento de la industria mexicana.

Notas

1. Las fórmulas de los primeros cinco indicadores se tomaron del trabajo de Schwartz *et al.* (2007).
2. Cabe señalar que otro criterio de inclusión para ver mercados potenciales atractivos, sería el de países con mayor consumo per cápita. Sin embargo, de los diez primeros, cuatro (Costa Rica, El Salvador, Colombia y Guatemala) ya están incluidos en la Tabla 3, en tanto que los otros seis (República Dominicana, Grenada, México, Samoa, Haití e Israel) son prácticamente autosuficientes, y por lo tanto, difíciles de penetrar.

3. De acuerdo con el censo de población de 2002 (mencionado por Cook, 2003), el 65,5% del consumo de esta fruta se concentra en las regiones Pacífico (47,5%) y Suroeste (18%), es decir, donde se ubican los estados colindantes con México y en donde vive la mayor parte de los latinoamericanos (California, Arizona, Texas y Nuevo México). Además, en estas dos regiones el porcentaje de hogares que consumen aguacate es de 89 y 73% respectivamente, muy superior a las otras regiones, cuyos hogares que consumen la fruta se ubica entre 22 y 30%.
4. A manera de ejemplo y sólo como una aproximación (pues hay diferencias de precios dependiendo del calibre del aguacate, el mercado terminal y la fecha en que es vendido), los datos de 2007 muestran que el precio promedio pagado al productor en Michoacán fue 1.08 dólares (aunque en agosto llegó a 1,94 dólares). Si consideramos que el precio promedio que se pagó en ese año en Fresno, California, fue de 2,74 dólares por kilogramo (3,41 dólares en agosto), entonces, quiere decir que el productor mexicano recibió en promedio entre 35 y 40% del precio final a pesar de ser él quien carga con la mayor parte de los costos y riesgos totales (Macías, 2008: 206).

Bibliografía citada

- Avendaño, Belém; Rita Scwentesius. 2005. “Factores de competitividad en la producción y exportación de hortalizas: El caso del valle de Mexicali, B. C., México”. *Problemas de Desarrollo*, vol. 36, no. 140, 165-192.
- Balassa, Bela. 1965. “Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage”. *The Manchester School of Economics and Social Science*, no. 33, 99-123.
- Calleja, Margarita. 2007. *Intermediarios y Comercializadores. Canales de distribución de frutas y hortalizas mexicanas en Estados Unidos*. México: Universidad de Guadalajara, UCLA Program on Mexico, PROFMEX-WORLD, Casa Juan Pablos.
- Chiquiar, Daniel; Edna Fragoso; Manuel Ramos-Francia. 2007. *La Ventaja Comparativa y el Desempeño de las Exportaciones Manufactureras Mexicanas en el Periodo 1996-2005*, Banco de México, Working Paper, No. 2007-12, septiembre.
- Cook, Roberta. 2003. “The Avocado Market: A Growth Market in a Mature Food Industry”, Conferencia presentada para The Avocado Brainstorming Session, octubre.
- Echánove, Flavia. 2005. *Globalización y reestructuración en el agro mexicano. Los pequeños productores de cultivos no tradicionales*. México: Plaza y Valdés editores.
- FAO-FAOSTAT (Organización de las Naciones Unidad para la Agricultura y la alimentación), <<http://faostat.fao.org/>>, consultada el 15 de enero de 2009>.
- ITC-Trade Map (International Trade Center, Trade statistics for international business development), <<http://www.trademap.org>>, consultado el 20 de enero de 2009>.
- Laursen, Keld. 1998. *Revealed comparative advantage and the alternatives as measures of international specialization*, Danish Research Unit for Industrial Dynamics, Working Paper No. 98-30, December.
- Macías, Alejandro. 2008. “El aguacate de México en el mercado de los Estados Unidos de América”. Memoria in extenso, *XXI Congreso Internacional de Administración de Empresas Agropecuarias*. Torreón: Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria, pp. 192-210.
- Schwartz, M.; K. Ibarra; C. W. Adam. 2007. “Indicadores de competitividad de la in-

Méjico en el mercado internacional de aguacate
Macías Macías, Alejandro

dustria exportadora chilena de palta (aguacate)". Memoria publicada en las Actas del **VI Congreso Mundial del Aguacate**, Viña Del Mar, Chile, noviembre.

USDA-FAS online (United States Department of Agriculture. Foreign Agricultural

Service), <http://www.fas.usda.gov/us-trade/USTRxFatus.asp?QI=>, consultada el 22 de enero de 2009.

USDA-NASS (United States Department of Agriculture, **National Agricultural Statistics Service**). 2008. **Noncitrus Fruits and Nuts 2007 Summary**. July.

