

A-49

CALIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE AGUACATE A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

Dr. Oscar Hugo Pedraza Rendón¹

Research Professor Enterprises and Economical Research Institute – Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán. México

El intenso y constante crecimiento de las ventas de alimentos orgánicos registrado durante la segunda mitad del decenio de los noventa ha proporcionado a estos productos un nicho de mercado viable y, algunas veces, de valor añadido. A dicho crecimiento han contribuido los cambios producidos en los hábitos alimentarios de muchos sectores de la población de los países desarrollados a raíz de una mayor toma de conciencia del aspecto sanitario de la alimentación así como de la creciente demanda de una variedad más amplia de productos, incluidos los alimentos de fácil preparación. Debido al pánico que cundió en el sector de la alimentación en muchos países de Europa occidental a finales de los años noventa y primeros años de este siglo, los consumidores se han vuelto más críticos a la hora de comprar alimentos y más exigentes con respecto a la Información sobre los aspectos relacionados con la producción y la elaboración (incluida la comerciabilidad de los productos). En muchos de los principales mercados orgánicos (por ejemplo, los Estados Unidos, los países de la Comunidad Europea y Japón) las ventas de productos hortícolas orgánicas se han ido expandiendo rápidamente. Sin embargo, la cuota de mercado de los productos orgánicos es todavía pequeña (de 1 a 3 por ciento) con respecto a las ventas totales de alimentos. Las economías de muchos países en desarrollo dependen de las exportaciones de un número relativamente pequeño de productos (principalmente agrícolas), y es probable que algunos de esos productos (por ejemplo los bananos y el azúcar) tengan que sufrir en un futuro cercano una ulterior presión de la liberalización del mercado. De ahí que la diversificación de la producción agrícola reviste, hoy más que nunca, la máxima importancia. Una diversificación hacia cultivos de gran valor puede contribuir a reducir la vulnerabilidad de muchos de los productores agrícolas de esos países, especialmente los pequeños agricultores de escasos recursos. Pese a la conversión a métodos de cultivo más sostenibles actualmente en curso en los países desarrollados y al apoyo que prestan los Gobiernos para impulsar la producción orgánica, se prevé que en los países desarrollados el consumo de alimentos orgánicos continuará excediendo de la producción interna, dejando lugar a importaciones orgánicas significativas, al menos en el plazo corto y medio y, probablemente, a plazo más largo. Además, los productos tropicales y fuera de estación continuarán aportando posibilidades interesantes a muchos países en desarrollo que tienen ventajas comparativas en ese sector. Las aduanas y los organismos reguladores no han hecho una distinción entre los productos alimenticios orgánicos y los convencionales, lo que redundará en una falta de información fidedigna sobre la evolución del mercado de los productos hortícolas orgánicos y los volúmenes comercializados internacionalmente. De ahí que los responsables de tomar decisiones en el sector público y el sector privado de los países en desarrollo carecen de la información necesaria para decidir el paso a una producción orgánica. Decisión para la cual son fundamentales algunas cuestiones como la evolución de la demanda de productos orgánicos, el tipo de productos y los precios previstos. El presente trabajo tiene por objeto contribuir a llenar ese vacío en materia de información. A tal fin ofrece una información pormenorizada sobre la evolución del mercado de los productos hortícolas orgánicos y el comercio mundial de las frutas y hortalizas orgánicas. El estudio brinda información cuantitativa y cualitativa sobre la demanda en los principales mercados desarrollados, la producción orgánica y las cifras relativas a las importaciones. Presenta, además, estudios de casos de siete países en desarrollo que ya han establecido un sector de exportación de productos orgánicos o tienen las posibilidades de hacerlo. En dichas monografías se pueden encontrar ideas útiles sobre cómo lograr un sector de exportación orgánica, y análisis de las posibles dificultades que han de superarse. El estado de Michoacán en México, es parte importante dentro de este campo agricultor ya que es líder nacional en la producción y exportación de una gran variedad de frutas como es el caso del Aguacate y su creciente e interminable expansión a todos los rincones del mundo por sus propiedades inigualables. Por lo que la exportación, comercialización y competitividad están ligadas de la mano, por ser conceptos que definirán las economías fuertes de las débiles y los países de bajo nivel de vida, con países en desarrollo y de bienestar.