

ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN DE AGUACATE ORGÁNICO MICHOACANO AL MERCADO FRANCÉS

K. Villafán¹, C. Ortiz² y J. Bonales²

¹ Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. México. Correo electrónico: kabeav_1@yahoo.com.mx

² Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. México. Correo electrónico: cortiz@zeus.umich.mx y bonales@zeus.umich.mx

En los últimos años, los mercados internacionales han mostrado una tendencia hacia el consumo de alimentos de mayor calidad y libres de agroquímicos (productos orgánicos). De tal manera que la demanda mundial por productos orgánicos en el 2005 registro ventas por \$30 billones de dólares, que representan el 2.5% del total de ventas en el sector agroalimentario. El mercado más grande para los productos orgánicos es la Unión Europea (45% de las ventas mundiales) y dentro de este el mercado Alemania, Inglaterra y Francia son los principales consumidores de este tipo de productos.

Los objetivos de la investigación son: 1) analizar el mercado francés de productos orgánicos; y2) mostrar la viabilidad de inserción del aguacate orgánico michoacano en el mercado francés (consolidado en el consumo de aguacate convencional). Se aplicaron cuestionarios a 34 habitantesde Montpellier en la región de Languedoc-Rosellón (sur Francia) con base en las variablesproducto, precio y plaza. Los resultados demuestran la aceptación del aguacate orgánico entre los habitantes de dicha región (el 94% esta interesado en adquirirlo), por lo que se exponen los elementos esenciales para la estrategia de inserción del producto.