

# Globalización y sistemas agroalimentarios



# Globalización y sistemas agroalimentarios

Carlos Javier Maya Ambía  
María del Carmen Hernández Moreno  
(coordinadores)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA  
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y DESARROLLO  
ASOCIACIÓN MEXICANA DE ESTUDIOS RURALES  
JUAN PABLOS EDITOR  
MÉXICO, 2010

GLOBALIZACIÓN Y SISTEMAS AGROALIMENTARIOS  
Carlos Javier Maya Ambía y María del Carmen Hernández Moreno  
(coordinadores)

Primera edición, 2010

D.R. © 2010, Universidad Autónoma de Sinaloa  
Prol. Josefa Ortiz de Domínguez s/n  
80040, Ciudad Universitaria, Culiacán, Sinaloa, México

D.R. © 2010, Centro de Investigación y Alimentación en Desarrollo, A.C.  
Carretera a La Victoria km 0.6  
83304, Hermosillo, Sonora, México

D.R. © 2010, Asociación Mexicana de Estudios Rurales  
Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM  
Circuito Mario de la Cueva s/n, Zona Cultural  
Ciudad Universitaria, 04510, México, D.F.

D.R. © 2010, Juan Pablos Editor, S.A.  
Malintzin 199, Col. del Carmen  
Del. Coyoacán, 04100, México, D.F.  
<juanpabloseditor@prodigy.net.mx>

Ilustración de portada:

ISBN

Impreso en México



## ÍNDICE

Presentación <i>Martha Judith Sánchez Gómez</i>	11
Introducción <i>Carlos Javier Maya Ambía</i> <i>y María del Carmen Hernández Moreno</i>	15

### PRIMERA SECCIÓN EL ACTUAL RÉGIMEN ALIMENTARIO

El sistema agroalimentario mundial y la ruptura del tejido social <i>Michelle Chauvet</i>	41
El régimen alimentario neoliberal: neorregulación, biotecnología y división del trabajo en América del Norte <i>Gerardo Otero y Gabriela Pechlaner</i>	61

### SEGUNDA SECCIÓN EL MERCADO HORTOFRUTÍCOLA

Especialización comercial del subsector hortofrutícola en el TLCAN <i>Ana Isabel Acosta Martínez</i> <i>y Belem Dolores Avendaño Ruiz</i>	97
Empresarios y dinámicas extraterritoriales en la agricultura de hortalizas en México: el caso de Sayula, Jalisco <i>Alejandro Macías Macías</i>	127

Sistema agroalimentario, integración comercial y desarrollo tecnológico en la producción de jitomate rojo en México en el marco de la globalización <i>Estela Martínez Borrego</i>	155
La producción hortícola en localidades periféricas a San Cristóbal de las Casas y su articulación al mercado regional <i>Álvaro Martínez Quezada y Octavio Ixtacuy López</i>	189
El nuevo auge exportador del aguacate mexicano: ¿quiénes participan? <i>Flavia Echánove</i>	213
Las nuevas formas de gobernanza de los sistemas agroalimentarios y la participación de los pequeños productores en el mercado: el caso del sector fresero de Michoacán <i>François Boucher e Ina Salas Casasola</i>	239
Estrategias de la Unión Agrícola Regional de Fruticultura-Chihuahua bajo el Tratado de Libre Comercio de América del Norte <i>Rita C. Favret Tondato</i>	259

TERCERA SECCIÓN  
EL MERCADO PECUARIO

El mercado de carnes en México: retos ante la globalización <i>Apolinar Oliva Velas</i>	291
Estrategia de supervivencia de los porcicultores mexicanos: el caso del Grupo Porcícola Mexicano, Yucatán <i>Taeko Hoshino</i>	323
Estrategias competitivas en el mercado avícola mundial y sus repercusiones para las empresas mexicanas: el caso de Industrias Bachoco <i>María del Carmen Hernández Moreno, Araceli Andablo Reyes y Antonio Ulloa Méndez</i>	347
Menos Estado y más supermercados, ¿cuál es el lugar para los pequeños productores de leche? <i>Pascal Tillie y Fernando Cervantes Escoto</i>	373

Sistema de innovación en la agroindustria de los quesos en México. Capacidades y desarrollo local en la región de Cotija <i>María del Carmen del Valle Rivera</i>	403
--	-----

CUARTA SECCIÓN  
EL MERCADO DEL CAFÉ

El papel de los pequeños cafeticultores de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) en el desarrollo del Mercado Justo <i>José Luis García y Medina</i>	435
Comercio justo y procesos organizativos de cafeticultores <i>Perla Vargas Vencis</i>	465
Globalización y café: impacto en una región indígena de México <i>Benito Ramírez Valverde y José Pedro Juárez Sánchez</i>	493



## PRESENTACIÓN

Los seis volúmenes que integran la presente colección son el resultado de la convocatoria realizada por la Asociación Mexicana de Estudios Rurales para publicar artículos que fueron presentados previamente como ponencias en el marco de su VI Congreso celebrado en la ciudad de Veracruz del 22 al 26 de octubre de 2007.

La Asociación Mexicana de Estudios Rurales A.C., es una asociación civil nacional sin fines de lucro, que tiene por objeto fomentar, difundir y profundizar la investigación y el conocimiento sobre el campo mexicano que se realice dentro y fuera del país, para contribuir al desarrollo rural nacional con equidad.

Para realizar sus objetivos la AMER realiza congresos bianuales, publica colecciones que son el resultado de dichos congresos y desde 2008 realiza seminarios de especialización.

Ésta es la sexta colección que publica la AMER. Las anteriores han versado sobre los siguientes temas generales: “La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio”, publicada en cuatro volúmenes en 1996 (Congreso de Taxco); “Políticas de ajustes estructurales en el campo mexicano: efectos y respuestas”, publicada en formato de CD (Congreso de Querétaro); “Los actores sociales frente al desarrollo social”, cinco tomos publicados en 2005 (Congreso de Zacatecas); “El cambio en la sociedad rural mexicana. ¿Se valoran los recursos estratégicos?”, publicada en cuatro tomos en 2007 (Congreso de Morelia); “Balance y perspectivas del campo mexicano, a una década del TLCAN y del movimiento zapatista”, publicada en cuatro tomos en 2009 y un tomo en proceso de edición (Congreso de Oaxaca).

En el Congreso de Veracruz, que se realizó con el tema “La encrucijada del México rural. Contrastes regionales en un mundo desigual”, se presentaron 500 ponencias que abordaron diferentes temáticas en 107 mesas de trabajo agrupadas en nueve comités temá-

ticos. Con los mejores trabajos enviados para publicación se integra la presente colección.

El primero de los tomos de esta colección, “Globalización y sistemas agroalimentarios”, coordinado por Carlos Javier Maya Ambía y María del Carmen Hernández Moreno, incluye 17 trabajos distribuidos en cuatro apartados articulados en torno a los procesos de apertura comercial. Los apartados tratan los siguientes temas: una visión general de la globalización y los sistemas agroalimentarios; el mercado hortofrutícola; el mercado pecuario, y el mercado del café.

Los coordinadores del volumen señalan que con la entrada del país al neoliberalismo la dinámica del sector agroalimentario quedó en manos de la lógica del mercado bajo el supuesto de que los agricultores deberían hacerse más competitivos. El conjunto de los estudios que integran el volumen muestra las diversas expresiones de la globalización de los sistemas agroalimentarios mexicanos; en unos casos, los agentes económicos han podido enfrentar la competencia global, pero en otros, que son los que conforman el contingente más numeroso, no lo han podido.

El segundo tomo, “De autonomías, patrimonios y ciudadanías. Etnia y género en el campo del siglo XXI”, que coordinan Verónica Vázquez García e Ivonne Vizcarra Bordi, está integrado por 12 artículos que reflexionan, ya sea desde el género o desde la etnia, sobre tres acepciones modernas del derecho a la libertad de acción y pensamiento: la autonomía, el patrimonio y la ciudadanía.

Las coordinadoras definen y señalan la forma en que esas dimensiones están o no presentes, además de la manera en que se gestionan en diferentes contextos y con diversos sujetos concretos, hombres o mujeres, indígenas o no indígenas, y grupos sociales u organizaciones.

Roberto Diego Quintana y Ricardo Corzo Ramírez coordinan el tercer volumen, “Estrategias sociales, desarrollo comunitario y políticas gubernamentales en México”. En el volumen se presentan 12 trabajos que muestran la diversidad de respuestas de los actores sociales que en el último cuarto de siglo han generado prácticas para lidiar con las acciones gubernamentales que, inspiradas en el paradigma neoliberal, han atentado contra sus formas de vida. Además del análisis de la agencia de los actores se reflexiona también sobre algunos de los programas implementados por el gobierno para paliar los efectos de su política. Finalmente, otro de los aspectos abordados en el libro es el análisis sobre las formas de relación y trabajo de los agentes de cambio y la participación de los actores sociales rurales en el desarrollo comunitario y regional.

El cuarto volumen, “Migración, trabajo y relaciones de género. La vida en México y en Estados Unidos”, coordinado por Martha Judith Sánchez Gómez y Beatriz Canabal Cristiani, está compuesto por once artículos distribuidos en dos apartados. El primer apartado, intitulado “El constante tránsito y sus múltiples cambios: migraciones internas e internacionales”, está integrado por cuatro ensayos que abordan la constante movilidad de los migrantes mexicanos. Estas migraciones están originadas por una política hacia el campo que ha tenido como consecuencia severos impactos en los espacios rurales, en los que, para decirlo brevemente, sus habitantes ya no viven más de sus ingresos agrícolas y la constante movilidad les provee de los recursos necesarios para su reproducción. La segunda parte del libro, intitulada “Impactos y cambios en las comunidades de origen y de destino”, está integrada por siete capítulos que abordan los múltiples cambios en las distintas esferas de lo social provocados por los flujos migratorios. Dichos cambios son analizados tanto en las comunidades de origen como en las de destino.

El quinto volumen, “Sustentabilidad y desarrollo, alternativas tecnológicas y productivas”, coordinado por Yolanda Massieu Trigo y Yolanda Castañeda Zavala, está integrado por once trabajos agrupado en tres secciones: El desarrollo sustentable y las alternativas productivas, La bioseguridad y el maíz transgénico y La sustentabilidad productiva ganadera. Los trabajos reflexionan sobre diversos aspectos tecnológico-productivos y de sustentabilidad, como es el caso del modelo de desarrollo adoptado en el país que ha llevado a la devastación de la base productiva en el medio rural mexicano; o el problema del uso de tecnología importada que conlleva altos costos; así como el deterioro ambiental que se acentúa y el preocupante avance de la desertificación en el territorio nacional. Las coordinadoras señalan, la urgencia de respuestas tecnológicas que permitan la recuperación de la base productiva del agro que además promuevan la sustentabilidad.

El sexto volumen, “Recursos naturales, instituciones locales y políticas ambientales: las encrucijadas de la conservación en México”, coordinado por Edith F. Kauffer Michel y Armando Contreras Hernández, aborda el problema de la conservación de recursos naturales en México. Los coordinadores señalan las encrucijadas en que se encuentran los diversos actores interesados en la conservación de tales recursos, que son las instituciones gubernamentales federales y locales, además de actores externos a las localidades rurales como es el caso de organizaciones no gubernamentales y gru-

pos académicos. La primera encrucijada se ubica en la interacción entre las instituciones locales y las principales políticas de conservación en México, que generan tensiones, rechazos y finalmente provocan, en ocasiones, tales contradicciones que los objetivos planteados por los instrumentos de la política ambiental mexicana no se cumplen. La segunda encrucijada que el volumen devela se refiere a la gestión del agua y a las políticas hídricas. Las interacciones analizadas parten de la política del agua y de sus fundamentos legales así como, en algunos de los casos, de aspectos históricos que repercuten en la realidad actual de la gestión del agua en los casos presentados. La tercera encrucijada se ubica en la interacción entre la academia y las experiencias locales. Se parte de la necesidad de realizar análisis precisos y finos de experiencias locales en el ámbito de la producción y de la conservación que permitan la elaboración de propuestas para incidir en las políticas gubernamentales en la materia.

El conjunto de la obra tiene la virtud de aportar elementos, mediante estudios de casos concretos y reflexiones más generales, para entender la crítica situación que se vive en el país en donde el balance de las políticas neoliberales ha sido la creciente polarización: unos pocos casos exitosos y una gran mayoría de sectores e individuos excluidos.

*Martha Judith Sánchez Gómez*  
Coordinadora general de la obra



## INTRODUCCIÓN

*Carlos Javier Maya Ambía\**  
*María del Carmen Hernández Moreno\*\**

El proceso de globalización actual empieza a configurarse desde mediados de la década de 1970, coincidiendo con el principio de la fase descendente del ciclo de Kondratieff iniciado hacia 1945 y con la crisis del régimen de acumulación fordista y lo que éste implica, como es fuerte intervención del Estado, proteccionismo, promoción de las agriculturas nacionales y compromisos entre las clases sociales dentro del llamado “pacto para la productividad”. En este sentido, el proceso globalizador es un cambio paradigmático expresado, de manera sintética, con el concepto de neoliberalismo. Se trata de la proyección, en el nivel mundial, de lo que Karl Polanyi llamó la “utopía del mercado autorregulador”. De acuerdo con esta idea, el mercado por sí mismo es capaz de regular la marcha de la economía y, por consiguiente, de la sociedad, y se deja al Estado la atribución de asegurar el funcionamiento del mercado y eliminar los obstáculos a la dinámica de las transacciones de mercancías.

Esta segunda “gran transformación” ha envuelto a países y continentes enteros, y ha provocado beneficios y perjuicios de manera por demás desigual.

En México, tanto la elite gobernante, como buena parte de la intelectualidad, apostó a la incorporación del país al proceso de “modernización” global, incrementó la dependencia con la economía estadounidense, obedeció sumisamente los mandatos de Washington, del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional, y supuso que el acceso a su inmenso mercado sería la llave mágica para dejar atrás la pobreza y entrar al anhelado Primer

\* Profesor-investigador de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Correo electrónico: <maya@uas.uasnet.mx>.

\*\* Investigadora del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, Hermosillo, Sonora. Correo electrónico: <mar@ciad.mx>.

Mundo. La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), puesto en marcha en enero de 1994, significó la consolidación de la estrategia emprendida desde la incorporación de México al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT, por sus siglas en inglés) durante la década anterior. El ingreso de nuestro país a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) el 18 de mayo de 1994 como su miembro número 25, confirmaba, para el grupo gobernante, lo adecuado del camino emprendido.

Dentro del nuevo modelo adoptado, la dinámica del sector agroalimentario quedaba por entero en manos de la lógica del mercado. Sólo restaba que ésta obligara a los agricultores mexicanos a hacerse más capaces, más productivos, más emprendedores y audaces, en una palabra, más competitivos. Quienes no estuvieran a la altura de las circunstancias quedarían, sencillamente, excluidos. Tales eran las reglas del juego y el supuesto fue que obedeciéndolas, México quedaría inserto, también exitosamente, en la globalización de los sistemas alimentarios. Se trata de un fenómeno complejo, que irrumpe de formas diversas en los procesos relacionados con la producción, transformación, distribución y consumo de alimentos, sean productos finales o insumos.

El nuevo modelo, llamado “régimen agroalimentario neoliberal” por Otero y Pechlaner (en este mismo volumen), resulta de la alineación de los componentes de los sistemas agroalimentarios a los principios básicos del posfordismo: acumulación flexible, desregulación y no estandarización. Desde la perspectiva de la oferta destacan la liberalización de los mercados y el incremento del comercio mundial de productos agropecuarios; la expansión del capital consolidando redes de valor cada vez más globales y concentradas; la competencia y las barreras comerciales enfocadas más hacia empresas y menos hacia países; el dominio de las grandes cadenas de supermercados sobre los procesos productivos locales; la calidad y diferenciación de los productos alimentarios como determinantes de la producción; el control de germoplasmas por unas cuantas firmas. En el ámbito institucional tenemos el debilitamiento de la regulación estatal y el incremento de la normalización privada; el cambio en las reglas de la competencia y con ello “la alteración del tejido social en un territorio” (Chauvet, en este volumen).

Por otra parte, desde el consumo es posible identificar dos movimientos contrapuestos. Una amplia corriente homogeneizadora de patrones alimentarios, difundida a través de las cadenas globales de supermercados, medios de comunicación y de restaurantes

de comidas rápidas; y, por otro lado, una corriente contestataria, menos generalizada, impulsada por consumidores más críticos, con una mayor percepción de los riesgos alimentarios que, a través de movilizaciones y organizaciones de la sociedad civil, buscan promover “el interés por el consumo responsable” (Martínez e Ixtacuy, en este volumen), la conciencia de la calidad y la inocuidad de los alimentos, así como el interés por las condiciones laborales y los impactos ambientales de su producción.

De esta posición surgen iniciativas tales como la responsabilidad social corporativa y la formación de mercados alternativos, entre ellos la agricultura cívica, *community supported agriculture* y el “comercio justo”, que pugnan por rehacer los vínculos entre la producción y el consumo de alimentos, mediante la promoción de modelos alimentarios más localizados y sustentables, que añadan a las cualidades del producto alimentario, la valoración de los costos sociales, ambientales, políticos y culturales implícitos en su reproducción y distribución. Se trata de mercados no masivos, atomizados, cuya propagación está teniendo lugar en países desarrollados (McIlvaine-Newsad *et al.*, 2008:72-93).

Ahora bien, para ser afectado de manera positiva o negativa por los cambios ocurridos en el paradigma agroalimentario, no es imprescindible acudir a los mercados internacionales, como se demostrará a lo largo de este libro. En efecto, los textos que conforman el presente volumen constituyen la sistematización de una serie de experiencias, estudios de caso, de aquellos agentes económicos que han sabido y podido enfrentar la competencia global, y también de quienes han perdido, el contingente más numeroso, y siguen perdiendo con este proceso. Pérdidas que no se cuentan sólo en pesos, dólares y mercancías, sino en existencias humanas, relaciones afectivas, en jirones de cultura, en pedazos de patria.

Este libro busca que el lector tenga este mosaico de expresiones de la globalización de los sistemas agroalimentarios mexicanos. Con el fin de establecer un orden para las exposiciones y prevaleciendo el tema de la producción de alimentos, el volumen se ha organizado en cuatro secciones, a saber: el actual régimen alimentario, hortofruticultura, productos pecuarios y cafeticultura, todos ellos fuertemente vinculados con los procesos de apertura comercial, bien sea porque México exporta estos productos, o porque las importaciones han perjudicado a los productores nacionales.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> No se incluyen trabajos sobre el subsector de granos básicos, pues su importancia merece una obra aparte.

Cada una de las contribuciones permite “analizar la globalización del sistema agroalimentario en toda su magnitud” a partir del seguimiento puntual a “las transformaciones experimentadas en los mercados de productos específicos” (Martínez, en este volumen). Cada autor da cuenta detallada de los mecanismos de articulación de las agriculturas nacionales con el sistema agroalimentario mundial y resalta las particularidades y los factores comunes a todos, lo que permiten identificarlos como piezas de un fenómeno más amplio y aglutinador.

Debe agregarse que, en su mayoría, los aportes aquí reunidos se apoyan en dos propuestas teóricas complementarias. Una es el enfoque de los regímenes alimentarios y la otra es la que, teniendo como eje el concepto de cadena de valor, explica la dinámica productiva más allá de los límites sectoriales tradicionales. Importante es destacar que distintos agentes económicos y sociales participan a lo largo de estas cadenas, se ubican en uno o más eslabones de una o de varias cadenas y abarcan desde la producción hasta el consumo. Otro aspecto destacable es el de la gobernanza, el cual se refiere a las asimetrías en la apropiación del valor y en las relaciones de poder que prevalecen entre los agentes económicos que interactúan en una cadena de valor, misma que determina quiénes definen las reglas del juego y quiénes deben acatarlas.

Si los conceptos de cadena de valor y gobernanza nos permiten el análisis de las dinámicas actuales del sistema agroalimentario, la propuesta analítica de los regímenes alimentarios, formulada por Friedmann y McMichael en 1989, nos remite a la visión histórica y evolutiva de los regímenes alimentarios. Se identifica un primer régimen, de 1870 hasta la Primera Guerra Mundial, en el cual trigo y carne congelada se exportaban de América del Sur y Australia hacia las áreas urbanas de Europa, bajo la hegemonía británica.<sup>2</sup> Después de la Segunda Guerra Mundial la agricultura industrializada de Estados Unidos tomó la vanguardia al impulsar los sistemas agroalimentarios basados en el productivismo. Este segundo régimen alimentario estuvo encabezado por las empresas transnacionales. En

<sup>2</sup> Un régimen alimentario se define como una dinámica temporalmente específica en la economía política global de los alimentos y está caracterizada por ciertas estructuras institucionales, así como por normas y reglas no escritas en la producción y el consumo internacionales, que son geográfica e históricamente específicas. Además, un componente clave de esta especificidad histórico-geográfica es la relativa estabilidad de las relaciones comerciales entre naciones desiguales (véase Otero y Pechlaner en este volumen).

la década de 1980, con la introducción del globalismo neoliberal como ideología dominante, se inicia el tercer régimen alimentario. La transición hacia este tercer régimen sucede al colapso del régimen anterior, basado en el modelo estadounidense de agriculturas nacionales altamente reguladas. Esto ocurre cuando Europa se convierte en un contrapeso importante de Estados Unidos en el mercado mundial de alimentos y Japón gana fuerza en el comercio agrícola mundial al destacar como importador de alimentos. Con estos elementos, el tercer régimen alimentario ya se basa en una multipolaridad de poderes (Takayanagi, 2006).

En este contexto, la firma del TLCAN entre Estados Unidos, Canadá y México hacía esperar que las exportaciones de México de productos en los que había sido tradicionalmente competitivo, como frutas y hortalizas, se incrementaran notoriamente. Sin embargo, ocurrió que de representar en 1993 las exportaciones hortofrutícolas 2.8 por ciento de las exportaciones mexicanas a Estados Unidos, en el año 2003 la cifra descendió a 1.7 por ciento, a pesar del incremento en términos absolutos. Esto indica que han sido otras ramas las más beneficiadas con el TLCAN, sobre todo ramas industriales dominadas por capital extranjero y que realizan un intenso comercio intrafirma en el nivel mundial.

Por otro lado, dentro del sector agrícola mexicano, el más afectado negativamente por la apertura comercial, el subsector hortícola de exportación parecía una notable excepción. De hecho, las empresas exportadoras de hortalizas frescas forman parte del reducido grupo de aproximadamente mil beneficiarios del TLCAN, junto con los exportadores de bebidas alcohólicas y los importadores de carnes, granos, frutas e insumos (Schwentesi y Gómez, 2005). Sin embargo, un balance de largo plazo muestra beneficios en algunos rubros, como la exportación de aguacate, pero fuertemente concentrados (véase el artículo de Echánove en este volumen); daños en muchos otros, como ha sido el desplazamiento en el propio mercado mexicano de las manzanas de Chihuahua por las del estado de Washington (véase Favret en este volumen) y, en general, se ha constatado que la competitividad de las hortalizas mexicanas en su principal mercado, el estadounidense, presenta tendencias declinantes (véase el artículo de Acosta y Avendaño en este volumen). Asimismo, se observa que incluso regiones hortícolas antaño florecientes y que no están vinculadas a la exportación, se ven afectadas de manera negativa por vaivenes en las regiones que sí lo están (véanse las contribuciones de Macías para el caso de Sayula y la de Martínez para el de Los Altos, en el estado de Morelos).

En otros subsectores, como el cárnico, las repercusiones de la globalización también han sido diferenciadas, dependiendo del tipo de mercado y de las características de los agentes involucrados. En algunos nichos de mercado puede haber resultados exitosos, pero difícilmente generalizables, como lo muestra Hoshino en su estudio sobre el Grupo Porcícola Mexicano y Hernández, Andablo y Ulloa en su investigación sobre Industrias Bachoco. Sin embargo, en su mayor parte, este mercado se ha visto fuertemente golpeado por la apertura comercial, como lo demuestra aquí Oliva en su respectivo artículo.

En el subsector de lácteos los principales ganadores con la globalización han sido las empresas extranjeras transnacionales que proporcionan al consumidor mexicano una enorme y creciente gama de mercancías, frente a las cuales la oferta nacional no es tan fuerte y en algunos casos está en peligro de desaparecer. Por su parte, la comercialización de lácteos en México corre, mayoritariamente, por cuenta de las grandes cadenas de supermercados, también notorios beneficiarios de la actual globalización (véanse los artículos de Tillie y Cervantes, así como el de Del Valle, en este libro).

Por lo que concierne a la cafecultura, la globalización ha venido a consolidar el dominio de empresas extranjeras, como Nestlé, y a profundizar el deterioro de los productores del grano, en su mayoría campesinos indígenas sumidos en la miseria. Todo esto a pesar de proyectos en principio benéficos, como el llamado “comercio justo” del café orgánico (véanse los estudios de García y Medina, Vargas, Ramírez y Juárez en este volumen).

En suma, las experiencias aquí relatadas apuntan hacia la pérdida de competitividad de algunos productos mexicanos en su principal mercado, el estadounidense, tanto frente a las exportaciones de países desarrollados, sobre todo España, Holanda, Canadá y Nueva Zelanda, como ante países en desarrollo, tales como Honduras y Perú. También se muestran casos en los que ha sido posible lograr altos niveles de competitividad, no sólo en Estados Unidos, sino incluso en otros países, como Japón. Además, se constatan situaciones de pérdida de segmentos del propio mercado interno por parte de los oferentes nacionales.

Una vez esbozado el marco analítico de este volumen y la manera como se insertan los trabajos que lo integran, es conveniente resumir el contenido de cada uno de los textos mencionados.

Las exposiciones introductorias de Michelle Chauvet y de Gerardo Otero y Gabriela Pechlaner son las encargadas de establecer,

en esta obra, las coordenadas que delimitan lo que hemos llamado “globalización de los sistemas alimentarios”, y de resaltar los rasgos distintivos y constantes que le dan coherencia interna, más allá de las peculiaridades que asume de acuerdo con los procesos agroecológicos, biológicos, económicos y socioculturales que involucra y las características específicas de las regiones y mercados participantes.

Todos ellos coinciden en señalar que estamos frente a un nuevo régimen agroalimentario, regulado por el mercado, fincado en la innovación tecnológica —en particular la biotecnología— como principal herramienta de competitividad. En particular Chauvet enfatiza el papel protagónico de las cadenas de supermercados; la exclusión de los productores de pequeña escala y la forma como los agentes privados, sobre todo transnacionales, han ocupado los espacios liberados por el Estado. Sostiene, retomando las conclusiones de un estudio financiado por el Banco Mundial, la necesidad de rescatar a la pequeña unidad productiva como parte de una producción agroecológica sostenible. Asimismo, analiza los procesos distintivos del actual régimen alimentario, enfatizando la ruptura del tejido social como consecuencia de la subordinación de la agricultura a la agroindustria y a las empresas transnacionales alimentarias durante las dos últimas décadas del siglo pasado. Asimismo, contrasta los procesos perdurables frente a los de nuevo cuño al interior del sistema agroalimentario, al identificar a los actores sociales dominantes y a sus estrategias, particularmente en dos casos de empresas transnacionales de indiscutible relevancia en la cadena de agronegocios: Cargill y Wal-Mart. La autora concluye su texto discutiendo la imperiosa necesidad de contar con nuevas reglas para el comercio agrícola global y confronta planteamientos conservadores que insisten en presentar al mercado como solución a todo y se niegan a aceptar la necesaria intervención del Estado para llenar los vacíos que no pueden cubrir las relaciones mercantiles, con planteamientos alternativos, como las iniciativas de la economía solidaria y otras acciones antisupermercados, así como otros, elaborados en organismos de las Naciones Unidas que reconocen la urgencia de rescatar a la pequeña unidad productiva y orientarla hacia una producción sostenible.

Gerardo Otero y Gabriela Pechlaner, por su parte, conceptualizan la dinámica que determina la pérdida de soberanía alimentaria de México y el éxodo masivo del campo, todo esto dentro del marco de la actual crisis alimentaria. Para ello, los autores enfocan su atención en tres elementos del régimen agroalimentario, a

saber: la neorregulación neoliberal como forma novedosa de intervención estatal, la biotecnología como la forma técnica dominante en el crecimiento de la producción agrícola y la nueva división internacional del trabajo derivada de este régimen.

De manera empírica, los autores analizan los temas apuntados en el territorio de los tres países miembros del TLCAN y concluyen que al país más débil le ha tocado lidiar con los efectos negativos del nuevo régimen agroalimentario neoliberal. Ello puede explicar la mayor resistencia social registrada frente al desempeño de las biotecnologías agrícolas en la reestructuración del régimen alimentario. En este contexto la función del Estado resulta fundamental para la creación de nuevos marcos legales y regulatorios, que protejan la propiedad intelectual y permitan supervisar la implementación de los cultivos modificados genéticamente en favor de las grandes compañías desarrolladoras. La variedad de las respuestas frente a este proceso guarda estrecha relación con los impactos sociales y económicos generados en cada país.

Una vez cubiertos los propósitos introductorios y de contextualización de esta primera parte del volumen, los trabajos siguientes se presentan en tres bloques definidos por tres grandes mercados: el hortofrutícola, el de productos pecuarios y el del café orgánico.

El mercado hortofrutícola es el más analizado por los estudios de la globalización en México y el que mayores expectativas despertó ante la apertura comercial. No obstante, Ana Isabel Acosta Martínez y Belem Dolores Avendaño Ruiz demuestran que, contrario a lo que se esperaba, la participación de la producción mexicana en el mercado estadounidense se ha visto mermada y sólo las exportaciones de uva de mesa y fresa están aumentando su presencia en el mercado del vecino país. Al analizar la especialización comercial del subsector hortofrutícola de México en el marco del TLCAN, las autoras enfocan su atención en el impacto que dicho acuerdo ha tenido sobre los flujos comerciales hortofrutícolas y para su análisis construyen tres índices: el de especialización productiva, el de especialización comercial y el de comercio intrasectorial, referidos a siete productos frescos: jitomates, cebollas y chalotes, pepinos y pepinillos, espárragos, pimientos, uvas y fresas, de 1990 a 2004-2006. Las autoras muestran que las exportaciones presentan un impacto medio en todos los productos y bajo en el caso de cebollas y chalotes. Por lo que toca a la cuota de mercado de cada uno de los productos estudiados, se observa que en varios productos (cebollas, espárragos), México está viendo mermado su segmento en favor de otros oferentes (Canadá, Chile, Perú). Por el



contrario, en el mercado estadounidense de la fresa, México ha consolidado su posición. Tratándose de jitomates, pepinos y pimientos, nuestro país todavía es el principal proveedor y en uvas aporta aproximadamente la cuarta parte de lo que corresponde a Chile, principal proveedor de Estados Unidos. En consecuencia, con la excepción de espinacas y zanahorias, el TLCAN no ha modificado la estructura de las exportaciones mexicanas hacia sus socios. Por lo que concierne a las frutas, en los últimos 15 años el país se ha especializado en frutas tropicales (aguacates, plátanos, fresas, guayabas, mangos, papayas, limones y limas), mientras que Estados Unidos lo ha hecho en frutas de clima templado (manzanas, cerezas, melocotones, entre otras).

El problema cardinal es que en su conjunto, la competitividad del subsector hortícola mexicano presenta una tendencia a la baja a lo largo de los años, frente a competidores como Perú (espárragos), Canadá y Holanda (jitomates), países centroamericanos (melones) y China (ajo). En el caso del jitomate, México sigue siendo líder, pero se trata de un mercado maduro y casi saturado, por lo que es un imperativo ofrecer productos más diferenciados en tamaños, colores, calidades y procesos productivos (invernadero, hidropónico, orgánico). Ante esta situación, las autoras enfatizan la necesidad de una política pública que fortalezca la competitividad del subsector, apoye la apertura de nuevos mercados y estimule a los productores orientados al mercado interno.

Alejandro Macías presenta un estudio de la producción hortícola (jitomate, chile y brócoli fundamentalmente) en el municipio jalisciense de Sayula, donde se develan diversas vinculaciones entre actores locales y dinámicas globales. Conceptualmente el autor se apoya en el enfoque de las cadenas globales de mercancías (Gereffi) y centra su atención en los determinantes de las estructuras de gobierno, gobernanza, en las dos cadenas de mercancías objeto de análisis: la del jitomate fresco y la del brócoli para su congelación. En ambas se hacen evidentes las dinámicas extraterritoriales que han estado ejerciendo influencia determinante en las actividades hortícolas de Sayula. El autor destaca que la producción de hortalizas en Sayula es una actividad altamente globalizada, pues los actores locales son parte de múltiples relaciones con actores ubicados en otras partes de México y en el extranjero. Sin embargo, como la actividad hortícola en Sayula está desvinculada de otras actividades productivas en la región, el autor retoma el concepto de enclave, propuesto por Steven Sanderson, para apli-

carlo a su objeto de estudio.<sup>3</sup> Mientras que en el caso del jitomate, la actividad hortícola en Sayula se ha visto dictada fundamentalmente por la dinámica de empresas originarias de Sinaloa, en el caso del brócoli, han sido las agroindustrias congeladoras de Guanajuato y de Aguascalientes las que han dictado la pauta. Sin embargo, también empresas extranjeras, como por ejemplo Del Monte y Chiquita, han participado de manera activa. Este análisis concluye que dentro de las cadenas estudiadas, el dominio viene siendo ejercido por el comprador, principalmente por parte de los grandes intermediarios minoristas, mientras que los productores son los eslabones más débiles de la cadena. Asimismo, las exigencias sanitarias, fitosanitarias y de calidad, han obligado a transformar las prácticas productivas de tal suerte que actualmente la horticultura funciona más como una fábrica industrial que como una unidad agrícola tradicional.

La colaboración de Estela Martínez Borrego se centra en la integración global del sistema productivo del jitomate rojo y en las fuerzas que lo reproducen, y subraya que la globalización ha significado la inclusión de nuevas regiones productoras, así como la exclusión de otras. Se resalta el papel del cambio tecnológico en la reestructuración del mercado y en la posibilidad de acceso a ciertos nichos y mercados regionales. A raíz de este proceso, la autora muestra que Los Altos de Morelos, una región antaño floreciente productora de jitomate y que encontró un auge en la década de 1960, se estancó en los años ochenta y posteriormente se desplomó, debido a que no pudo alcanzar los estándares mundiales de calidad, además de que los productores de la región no contaban con los canales de comercialización necesarios. En consecuencia, estos productores rurales quedaron marginados no sólo de los circuitos comerciales internacionales sino también de los nacionales y regionales. Afirma, además, que la oportunidad de participar en tales mercados, depende del comportamiento de la oferta de jitomate rojo en el nivel mundial y de la capacidad tecnológica que estos productores de pequeña escala logren desarrollar. Así, cuando Florida y California incrementan su producción, Sinaloa canaliza una parte considerable de la suya hacia el mercado interno, reduciendo o eliminando las posibilidades de venta del jitomate morelense, de inferior calidad que el sinaloense. Todo esto se da en un entorno institucional orientado hacia el abandono del productor

<sup>3</sup> Manuel Delgado, de la Universidad de Sevilla, ha empleado el concepto de territorio marginal para designar el fenómeno apuntado (Delgado, 2002).

nacional, que elimina el papel protector del Estado y deja a la lógica del mercado la decisión de incluir o excluir de los mercados a productores y regiones enteras. A esto se agrega la no menos grave situación de deterioro ambiental, debido a que el paquete tecnológico de producción intensiva del jitomate rojo se basa en la sobreutilización y degradación acelerada de los recursos naturales, el agotamiento de los mantos acuíferos y la erosión y contaminación del suelo y las aguas.

En el mismo mercado hortofrutícola, Álvaro Martínez y Octavio Ixtacuy documentan una experiencia campesina que, por medio de redes comerciales y de encadenamientos productivos, logra insertarse en el mercado regional de una ciudad con una actividad turística internacional en ascenso, como lo es San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. Particular atención reciben en el análisis, las iniciativas innovadoras implementadas por los campesinos en aras de satisfacer los requisitos de una demanda muy exigente. Si bien en este caso el encadenamiento es regional, a diferencia de los empresarios de Sayula, los estándares de calidad e inocuidad exigidos son similares, en virtud de los servicios turísticos de alto nivel en San Cristóbal de Las Casas.

Se trata de una producción minifundista, no más de un cuarto de hectárea en promedio, que combina prácticas tradicionales con elementos tecnológicos modernos, los cuales les permiten cultivar cinco o más diferentes tipos de hortalizas, que después son vendidas a través de los persistentes intermediarios, individualmente por el productor o, en raras ocasiones, colectivamente en coordinación con otros productores, en Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, Comitán y, desde luego, San Cristóbal de Las Casas. En su conjunto se aprecia que, debido a la conformación de ciertos nichos de mercado, la producción hortícola estudiada representa una alternativa para los campesinos que enfrentan escasas oportunidades en el medio rural.

El siguiente estudio lo realizó Flavia Echánove en Michoacán, estado que en 2005 aportó cerca de 90 por ciento del volumen de aguacate exportado, fruto que está experimentando un auge en los mercados externos. La autora apunta que a pesar de las ventajas de México en este mercado, como principal productor y exportador mundial, los beneficios económicos están siendo concentrados por seis empresas de capital extranjero que controlan 45 por ciento de los volúmenes exportados, secundadas por empresas mexicanas que dependen, en gran medida, de las transnacionales. Como revela este estudio, que enriquece nuestro conocimiento del

funcionamiento de las cadenas globales de valor, se tejen complejas relaciones entre empresas extranjeras y nacionales. El sector de los productores participantes está integrado por los estratos medio y grande, mientras que los eslabones más débiles son los jornaleros agrícolas y los pequeños productores, con huertas inferiores a cinco hectáreas, con frutos de baja calidad y sin recursos para participar en programas de exportación. Entre los perdedores están también el medio ambiente (por el desmonte de las superficies destinadas al cultivo) y los consumidores nacionales, pues desde la apertura han soportado el incremento paulatino de los precios.

Como es sabido, la producción de aguacate se concentra en 90 por ciento en el estado de Michoacán y como hasta 1997 estuvieron bloqueadas las exportaciones hacia Estados Unidos, éstas se canalizaban a Europa (50 por ciento), Canadá (20 por ciento) y Japón (11 por ciento). Después que se abrió la frontera estadounidense, la mayor parte de las exportaciones (60 por ciento) se han dirigido hacia Estados Unidos, además los volúmenes a todos los destinos se han elevado considerablemente, casi cuadruplicándose entre 1997-1998 y 2005-2006.

También ubicada en el estado de Michoacán, se encuentra la producción de fresas, estudiada por François Boucher e Ina Salas Casasola, quienes analizan las nuevas formas de gobernanza en los sistemas agroalimentarios y la participación de los pequeños productores. Además, buscan mostrar las asimetrías y complejidades de los nuevos sistemas agroalimentarios en un entorno global y los problemas derivados de las nuevas exigencias y demandas del consumidor, en un contexto de crisis de la agricultura mexicana y rápida evolución del sector comercial. Estos fenómenos se ejemplifican con el caso de la producción y comercialización de los diversos segmentos de la producción fresera proveniente de Michoacán. Este estudio resalta cómo el cultivo de la fresa para exportación se originó en México por iniciativa de empresas estadounidenses que buscaban complementar las cosechas en su país para poder satisfacer la demanda durante todo el año. Así, en 1940 se introdujo el cultivo de la fresa en Irapuato, Guanajuato, pero veinte años después la tierra del lugar se estaba degradando, por lo que la actividad se desplazó hacia el valle de Zamora, en Michoacán. Estas actividades han convertido a México en el noveno productor mundial de esta fruta y el sexto exportador. Por lo que toca a la comercialización, ésta se encuentra fuertemente concentrada en pocos agentes, como son los supermercados y la Central de Abastos del Distrito Federal, en la esfera del mercado doméstico, y ciertas empresas

transnacionales tratándose del mercado externo. En particular, los autores constatan la fortaleza adquirida por el supermercado, como agente ordenador del mercado nacional fresero, a costa del desplazamiento de los canales tradicionales como la Central de Abastos en la ciudad de México. La eliminación del intermediarismo, sin embargo, está siendo capitalizada por los grandes supermercados y no por los agricultores, quienes en muchas ocasiones quedan totalmente fuera del mercado por no poder satisfacer las altas exigencias en calidad e inocuidad que les imponen. A partir de esta experiencia, los autores se preguntan sobre las estrategias que podrían seguir los productores para insertarse en los mercados, considerando que el sector productivo se encuentra en crisis, pero el consumo está en expansión.

En contraste con el caso anterior, caracterizado por pujantes exportaciones, el siguiente trabajo, de Rita C. Favret Tondato, documenta la experiencia de la producción de manzanas en Chihuahua y estudia el caso de la Unión Agrícola Regional de Fruticultores del Estado de Chihuahua, cuyos frutos se han visto desplazados del mercado mexicano por las importaciones de manzanas de Estados Unidos, en particular del estado de Washington, y documenta otras formas de resistencia de los productores mexicanos ante la competencia extranjera en los mercados abiertos. Esta organización, además de promover entre sus agremiados la modernización del proceso productivo y de poscosecha de la manzana, ha encabezado la defensa de su producto en el mercado interno, al denunciar mediante procesos judiciales la competencia comercial ilegal de los productores de Washington, Oregon y Ohio.

Esta historia se desenvuelve en el escenario dado por las políticas neoliberales de los gobiernos mexicanos, que han privilegiado al sector exportador y la apertura comercial, han retirado apoyos a los productores y los han dejado enfrentarse a una competencia desigual, pues los productores de manzana estadounidenses sí han sido subsidiados y apoyados por su gobierno. El resultado ha sido no sólo económico, sino también social, ya que han desaparecido aproximadamente dos mil productores mexicanos, que hacia la década de 1970 ostentaban los primeros lugares en el ámbito nacional. Sin embargo, los daños causados a los productores nacionales no se derivaron sólo de la apertura comercial, sino también de los altos niveles de corrupción en algunas aduanas mexicanas, que facilitaron el contrabando de manzanas de Estados Unidos. Por su parte, en medio de la heterogeneidad de los productores nacionales en cuanto a posibilidades de acceso a las innovaciones tec-

nológicas, sólo algunos fruticultores que invirtieron en nuevas tecnologías de producción y poscosecha pudieron mantenerse en el mercado y, en algunos casos, hasta crecer como empresas.

La siguiente sección se destina al mercado pecuario mexicano, escenario de cambios sustantivos en estos quince años, tanto en la estructura de la oferta como en el consumo. Aquí la exposición se ha dividido en dos segmentos: el de los cárnicos y el de los lácteos. Ambos con características y dinámicas muy particulares.

En el mercado pecuario mexicano la ingesta de carnes se ha incrementado en 55 por ciento. Ha habido un abaratamiento de las carnes de aves respecto a las de res y cerdo. Ello ha favorecido la sustitución de las carnes rojas por las blancas, proceso en el que también ha influido el hecho de que los consumidores consideren a estas últimas más sanas y benéficas para su salud. Por otro lado, la complementariedad entre los mercados estadounidense y mexicano ha promovido un fuerte incremento de las importaciones en los tres segmentos principales: res, pollo y cerdo. Entre 1990 y 2003 el crecimiento porcentual de las importaciones fue de 30, 40 y 58 por ciento respectivamente (calculados con base en datos de Oliva en este tomo). Si bien en cada segmento se registran procesos específicos, la mayor concentración de capital ha sido la constante en las tres industrias, aun cuando es la avicultura la que exhibe una mayor concentración.

El primer capítulo de esta sección procede de Apolinar Oliva Velas, quien se refiere al comportamiento del mercado de carnes en México de 1990 a 2004 y busca aclarar cómo la apertura comercial ha afectado el comportamiento interno de los precios, así como la oferta y la demanda. El autor presenta una visión general de los mercados de las carnes de pollo, bovino, cerdo, ovino y pavo, considerando el comportamiento de la demanda y su composición (carnes nacionales y carnes importadas), así como la evolución de los precios internos y externos, para averiguar si han existido procesos de sustitución de demanda de una carne por otra, suponiendo que la explicación radica en el comportamiento de los precios internacionales.

Según Oliva, el notable crecimiento del consumo cárnico se debió a la caída de los precios internos, los que a su vez fueron presionados por los precios internacionales de las importaciones. Esta tendencia se contrapone a lo sucedido en el segmento hortofrutícola nacional, donde la apertura provocó el incremento de los precios internos, como quedó demostrado por Echánove, para el caso del aguacate. En particular, el mercado de carnes rojas enfrenta varios

problemas, tales como la sobreoferta, las importaciones baratas y de dudosa calidad, epidemias como la encefalopatía espongiforme (“vacas locas”) y la alta concentración de la oferta estadounidense en pocas empresas. A lo anterior se suma el hecho de que México exporta a Estados Unidos becerros en pie e importa su carne. Por su parte, el mercado de carne de pollo se ha caracterizado por precios bajos y alta concentración de la producción y comercialización en el país, mientras que la participación de las importaciones en la oferta total se ha incrementado de 5.3 por ciento, en 1990, a 12.7 por ciento en el año 2004. En el rubro de carne porcina, ha ocurrido un crecimiento sostenido de la producción y de las importaciones, pero todavía no existe la oligopolización observada en otros mercados cárnicos. En cuanto al mercado de carne de pavo, éste presenta un modesto crecimiento en la producción nacional, pero un notorio aumento en las importaciones, que cubren 80.7 por ciento del consumo nacional aparente. Este comportamiento permite afirmar que en este segmento, la apertura comercial ha inhibido el desarrollo de una industria nacional en momentos en los que hay fuertes expectativas a la alza para productos elaborados con carne de pavo. Aunque no a los mismos niveles, también la participación de las importaciones en el consumo nacional de carne de ovino es elevada (52 por ciento), pero en este caso no ha ocurrido una caída de precios, debido a la alta demanda doméstica. Cabe observar que el principal proveedor externo de este producto no es Estados Unidos, sino Australia y Nueva Zelanda.

La porcicultura, por su parte, ha vivido un proceso distinto al de las otras carnes. Taeko Hoshino se pregunta qué sucede en un sector, al que le falta competitividad, cuando se abre el mercado; cómo puede un productor agropecuario resistir la competencia resultante de la apertura comercial y qué características presentan los productores exitosos. Para responder estas preguntas, la autora, en primer lugar, presenta una visión general de la porcicultura mexicana en las últimas dos décadas, así como una ponderación del impacto de la apertura comercial sobre los porcicultores mexicanos, para posteriormente presentar como estudio de caso la experiencia del Grupo Porcícola Mexicano, ubicado en Yucatán, el cual reviste particular interés porque es un ejemplo exitoso de diversificación de los mercados, ya que el principal destino de las exportaciones aquí consideradas no son Estados Unidos, sino Japón, así como de un producto con alto valor agregado, cuya competitividad internacional descansa en mano de obra barata, pero bien calificada. La autora expone cómo, ante el estrangulamiento

del mercado interno, debido al incremento de las importaciones porcícolas y en un escenario sumamente adverso para los porcícolos nacionales, anteriormente protegidos y apoyados por subsidios gubernamentales y después enfrentados a la competencia externa, la estrategia de sobrevivencia para algunas empresas ha sido la exportación. Mediante ésta, aseguran la rentabilidad del negocio equilibrando la utilidad mediante la concurrencia al mercado externo y al interno. No obstante, no todos los productores pueden aplicar esta estrategia debido a barreras difíciles de superar, tales como el financiamiento, la capacidad administrativa y la experiencia del negocio en el ámbito internacional. Además, se trata de un nicho de mercado, caracterizado por complejas condiciones a cumplir en términos de calidad, inocuidad y tiempos de entrega.

También es una empresa mexicana la que se presenta como objeto de estudio en el siguiente ensayo, donde María del Carmen Hernández Moreno, Araceli Andablo Reyes y Antonio Ulloa Méndez, explican la experiencia de Industrias Bachoco para profundizar en el conocimiento de las estrategias competitivas en el mercado avícola mundial y sus repercusiones sobre las empresas de nuestro país. Para lograr lo anterior, los autores hacen una comparación entre las estrategias emprendidas por la primera firma avícola de México y las de sus principales competidoras en el ámbito mundial, para concluir con una reflexión sobre las expectativas de la empresa estudiada frente a los nuevos patrones competitivos vigentes.

De inicio, los autores proporcionan un panorama del mercado avícola mundial y destacan que la avicultura fue la primera actividad agropecuaria racionalizada y transformada en una verdadera industria. En ésta, la apertura comercial aceleró la concentración de capital, hasta convertirla en la actividad pecuaria más concentrada. En la actualidad, 56 por ciento del mercado de la carne de pollo es controlado por sólo tres empresas. Dos de ellas transnacionales. Después de explicar el funcionamiento de la cadena de valor de los productos avícolas en el nivel mundial y de identificar a los principales agentes en cada uno de los segmentos o eslabones de la misma, se dirige la atención del lector a las experiencias del mercado avícola mexicano a raíz de la desregulación estatal, el crecimiento de las importaciones y el aumento de las exigencias tecnológicas propias de esta industria. En este escenario es posible entender el comportamiento de las principales empresas avícolas en México y sus estrategias competitivas, para posteriormente



destacar el caso de Industrias Bachoco, de la cual se presentan con detalle sus principales pasos para enfrentar con éxito el entorno de la competencia nacional e internacional. Hernández, Andablo y Ulloa dilucidan las estrategias de la principal firma avícola mexicana para posicionarse en un mercado altamente amenazado, tanto por la competencia de las importaciones avícolas como por las empresas estadounidenses asentadas en el país. Se concluye que esta empresa ha sido la ganadora indiscutible del proceso de liberalización comercial. Ello se constata al comparar las tasas de crecimiento de Bachoco, en el periodo 1994-2005, con las registradas por la actividad avícola. Mientras la empresa obtuvo 6.9 por ciento en la generación de empleos y un crecimiento acumulado de 124 por ciento, la avicultura logró 3.7 y un 55 por ciento respectivamente.

El segundo componente de esta sección está dedicado a los productos lácteos, mercado que ha registrado quizá la mayor transformación del sistema agroalimentario mexicano, en particular en lo que se refiere al procesamiento y diversificación de la oferta de productos. Esta posición se ha alcanzado a pesar de la condición deficitaria de la producción nacional, de la heterogeneidad de la base social productiva de esta subrama pecuaria y del retiro de los apoyos estatales. Frente a esta situación, la estrategia de la industria ha sido ampliar sus redes de abasto, promover la integración vertical para concretar la transferencia tecnológica requerida hacia sus proveedores y mejorar la calidad del suministro. Los trabajos que integran este apartado dan cuenta, con detalle, de estos procesos.

El estudio de Pascal Tillie y Fernando Cervantes se centra en la reestructuración de la industria lechera luego de la liberalización de la economía y en el papel protagónico asumido por los supermercados en la cadena láctea, antes comandada por los procesadores. Las preguntas son ¿de qué manera se insertan los pequeños productores de leche en este nuevo orden, caracterizado por apertura comercial, retiro de los apoyos estatales y creciente poder de los supermercados? y ¿cuáles son las consecuencias para ellos, como el eslabón más débil?; tomando en cuenta que se enfrentan a un mercado más dinámico, pero también a mayores exigencias de calidad, inocuidad y optimización del proceso productivo y entrega del insumo.

Para responder a estas preguntas, los autores, en primer término, proporcionan un panorama del desarrollo del mercado de la leche en México y sus consecuencias para los productores prima-

rios, en las condiciones arriba apuntadas. Se explican las circunstancias que favorecieron la expansión de los supermercados en nuestro país (reformas legales, ingreso al GATT, firma del TLCAN). Después se analizan los cambios ocurridos en el sistema de distribución y consumo de productos lácteos en México desde 1980, enfatizando que durante la década de 1990 a la par aumentaron el consumo de lácteos y la presencia de los supermercados en la venta de los mismos y ya para los primeros años del nuevo siglo, la industria de productos lácteos se ubicaba en el tercer lugar (siguiendo al maíz y la carne) en cuanto a su participación en el valor agregado de la industria alimentaria mexicana. Después de describir los productos lácteos más importantes y sus características, los autores explican que el crecimiento y la concentración de los supermercados (cuatro cadenas manejan 90 por ciento de las ventas) beneficiaron a las grandes empresas procesadoras de leche, que vieron una ruta para ampliar la gama de sus productos, así como sus ventas, lo que trajo como consecuencia, al mismo tiempo, una mayor concentración en el sector de la transformación de los lácteos, de tal suerte que hacia el año 2003 sólo 19 empresas controlaban aproximadamente 80 por ciento del volumen de la leche procesada en el país. En el otro extremo se encuentran los pequeños productores familiares y artesanales, sin duda el eslabón más débil de la cadena, constituido por cientos de miles de productores primarios, por completo atomizados. En estas circunstancias, la sobrevivencia del sector artesanal se explica por el bajo costo de su materia prima y la orientación de sus ventas a los sectores tradicionales de la distribución, redes locales y centrales de abasto de las ciudades cercanas. Estos fenómenos vienen a ser ejemplificados y analizados tomando como estudio de caso dos municipios del sur de Veracruz, que ilustran los procesos de marginación y exclusión de los pequeños productores incapaces de lograr los niveles de competitividad y alcanzar los estándares de calidad requeridos por el mercado, es decir, impuestos por las grandes cadenas de supermercados y por los grandes industriales. Las conclusiones apuntan hacia la redefinición de los circuitos de producción y abasto: los más eficientes se han integrado a la cadena más dinámica, apoyados por los industriales, mientras el resto se limita a la producción artesanal para el mercado local.

El siguiente capítulo aborda el tema del sistema de innovación en la agroindustria de los quesos, seleccionando como estudio de caso la región de Cotija, ubicada entre Michoacán y Jalisco. El propósito de su autora, María del Carmen del Valle Rivera, es caracte-

rizar y analizar el sistema de innovación tecnológica en la agroindustria señalada, en el marco de los desafíos planteados por los procesos de globalización y desarrollo local en México. Del Valle ofrece otra visión macro de las transformaciones ocurridas en la industria láctea a raíz de la globalización del sistema agroalimentario, y explica el comportamiento competitivo de la agroindustria estudiada incorporando el ambiente institucional, la acción organizada de la sociedad y ponderando las capacidades tecnológicas endógenas como factores de desarrollo en el ámbito local. La autora se propone identificar los efectos de la trayectoria tecnológica, es decir, el patrón de solución normal de los problemas dentro de un paradigma tecnológico, en el territorio objeto de su estudio, teniendo como eje los conceptos de sistema nacional de innovación y sistema sectorial de innovación y producción. Para lograr su propósito, la autora describe y analiza el comportamiento de la producción de quesos en México y los factores de su desarrollo: crecimiento poblacional, ingreso per cápita, creación de nuevos establecimientos y concentración industrial, TLCAN, dependencia de Estados Unidos como proveedor de ciertos productos, etc. Estos procesos ocurren dentro de la conformación de una cadena internacional de lácteos, donde los pequeños productores han adoptado la producción de quesos como estrategia para mantenerse en el mercado ofreciendo un producto con valor agregado. Las políticas públicas, por su parte, han consolidado las regulaciones y normalizaciones internacionales (GATT/OMC, TLCAN), a la vez que han liberado el precio de la leche, beneficiando en particular a los pasteurizadores e industrializadores del lácteo. Sin embargo, desde la perspectiva del desarrollo endógeno, dice la autora, la apertura comercial y el TLCAN han resultado más una amenaza que un estímulo, por los bajos rendimientos y la baja productividad de México frente a Estados Unidos, a lo que se suman los efectos negativos de las variaciones en el tipo de cambio real y las tasas de interés; así sólo queda como ventaja la mano de obra barata.

Al igual que en el caso de Sayula, estudiado por Macías, no se dan encadenamientos productivos y el crecimiento de la actividad no ha sido acompañado por una mayor vinculación con la actividad primaria; por el contrario, el modelo favorece la formación de una agromaquila cuya competitividad descansa en los bajos costos de la fuerza de trabajo, de la materia prima nacional y de los sustitutos de importación.

La última sección incluye tres aportaciones referentes a la cafeicultura, tema de especial interés porque México es el quinto pro-

ductor mundial de café y el primero de café orgánico; además, en esta actividad, a diferencia de los casos reseñados hasta ahora, por el lado de la oferta se trata de un mercado más homogéneo, abastecido básicamente por productores pobres, marginados e indígenas. En el otro extremo de la cadena de valor se encuentran grandes empresas multinacionales ubicadas en los primeros lugares mundiales en cuanto a poder económico. Preocupación central de los autores de estos tres textos es la participación de los productores rurales en mercados alternativos y los retos institucionales que están detrás de estos esfuerzos por encontrar un reacomodo en el nuevo orden agroalimentario. El primero de estos trabajos procede de José Luis García y Medina, cuyo estudio de caso es la experiencia de los pequeños cafecultores de la región del istmo en Oaxaca. El autor pretende determinar si el modelo de producción campesino-indígena de café orgánico es viable para responder a las necesidades agrícolas y sociales de la economía campesina en México y contribuir al establecimiento de una noción diferente de desarrollo rural y social que no sea marginal. Se interesa por presentar las medidas alternativas que los campesinos han adoptado para enfrentar las consecuencias de la política neoliberal de desregulación en el agro mexicano, en particular el “comercio justo” del café orgánico. Este tipo de comercio otorga un sobreprecio para cubrir los costos ambientales, políticos y culturales de la producción de materias primas, en este caso, del café. El trabajo se centra en la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) para indagar si, por medio del comercio justo, es viable responder a las necesidades agrícolas y sociales de la economía campesina en nuestro país y hasta qué grado es factible esta vía para insertarse en los mercados globales. Para dar respuesta a estas interrogantes, el autor revisa las principales tendencias del sector agroalimentario, subrayando su concentración y oligopolización. Enseguida describe el funcionamiento del mercado justo y en particular el mercado del café, caracterizado por la inelasticidad de la oferta. En este mercado participan cincuenta países, siendo Brasil, Indonesia y México los mayores productores, frente a sólo seis grandes empresas procesadoras y comercializadoras, ubicadas en Estados Unidos y Europa, que controlan de 55 a 70 por ciento de las ventas mundiales. El caso estudiado evidencia la necesidad de diseñar estrategias de comercialización capaces de aprovechar las ventajas de los canales de distribución transnacional, manteniéndose fieles a los principios y valores de una economía solidaria y sostenible; acompañar los esfuerzos de los productores con políticas públicas que consoli-

den los avances en los ingresos de los campesinos, aunque todavía incipientes y mejorar la calidad de la participación y la institucionalidad de organizaciones, como la UCIRI. La participación de los campesinos en el comercio justo del café ha tenido aspectos positivos, pero también negativos: pagos tardíos por parte de los clientes, poca comunicación con las instancias del mercado justo y decisiones adoptadas sin conocimiento de los productores, además de altos costos de transacción que no todos los pequeños productores pueden sufragar. La experiencia estudiada enseña que también es necesario considerar el mercado interno y superar los desniveles en cuanto a participación social, política y cultural de los agremiados y que la honestidad y rendición de cuentas, por parte de los administradores, es fundamental para que el comercio justo funcione en provecho de quienes más lo necesitan, los propios productores.

En el siguiente trabajo, Perla Vargas Vencis se propone analizar, por un lado, los criterios del comercio justo para permitir el acceso de los pequeños productores a este nicho de mercado y, por el otro, indagar cuál es la parte del precio que llega a manos del cafecultor. La autora se propone exponer cómo funcionan los canales de información en una asociación de pequeños productores de café orgánico, sobre la base empírica de la Unión de Ejidos ubicada en la región Selva-Fronteriza de Chiapas. El café orgánico, también llamado solidario, es producido por cafecultores rurales miembros de organizaciones campesinas, y comercializado fuera de los canales controlados por las empresas transnacionales, con el reconocimiento de organismos certificadores. En primer lugar, Vargas describe el funcionamiento del comercio justo y su historia en México; después explica qué es el premio social, es decir, el estímulo de diez dólares por cada saco de café pergamino producido orgánicamente y que sea exportado. Más adelante narra la experiencia de los socios de la organización estudiada. A partir de las entrevistas realizadas, la autora descubre que pocos productores saben lo que es el premio social y, lo más grave, ni siquiera saben a qué precio están vendiendo su producto, pues los asesores de la organización no transmiten esta información a los socios y tampoco aclaran a qué se destina el premio social. Además, después de un largo proceso de certificación del producto como orgánico, nada garantiza que toda la producción se pueda comercializar a través del comercio justo. Todos estos factores han creado un clima de desconfianza, tanto entre los mismos socios como hacia los asesores externos. Esto les impide consolidarse y evitar o minimizar la dependencia de los agentes externos. Esta situación se vuelve

preocupante debido a las condiciones adversas enfrentadas por los cafeticultores, a raíz de las crisis cíclicas del sector; la escasez de capital, las dificultades para el manejo empresarial de las unidades, los obstáculos en la comercialización y la presencia de “coyotes”, ausencia de vías de comunicación adecuadas, por mencionar sólo algunos de los principales factores. El estudio señala, finalmente, la necesidad de diversificar la producción orgánica con el propósito de sortear de mejor manera la volatilidad actual del mercado internacional del café.

El último aporte es de Benito Ramírez Valverde y José Pedro Juárez Sánchez, quienes estudian el impacto de la crisis del café en las familias campesinas de cuatro municipios indígenas del estado de Puebla, altamente marginados.

Después de presentar un panorama de los efectos de la globalización en los campesinos cafeticultores, los autores analizan la crisis del café, caracterizada por un exceso de oferta y bajos precios al productor, a raíz de la desaparición de la Organización Internacional del Café, la que al dejar de regular el mercado mundial, cede el control a las transnacionales importadoras de los países consumidores. Uno de los primeros efectos del nuevo orden internacional fue el desplome de los precios al productor y el incremento de la incertidumbre. A continuación se describen los cuatro municipios considerados en el estudio y se presentan los resultados obtenidos, entre los cuales destacan dos hechos. El primero es que la caída de los precios ha afectado seriamente a los productores. El segundo es su fuerte dependencia de los acaparadores, quienes continúan siendo la vía principal para vender su producto. Un tercer problema viene a ser la migración, opción adoptada sobre todo por los hijos de los cafeticultores, ante la falta de perspectivas en sus comunidades de origen, dándose ésta mayoritariamente todavía dentro del país. Otro fenómeno digno de destacar es la necesidad de los cafeticultores de buscar empleo temporal fuera de sus comunidades, por lo general como ayudantes de albañil. Todo lo anterior configura un escenario de pobreza, marginación y crisis persistente que apunta hacia la desintegración de las comunidades indígenas.

Para cerrar esta presentación, y a manera de reflexión final, quisiéramos recordar que este nuevo orden agroalimentario mundial, con sus expresiones nacionales y locales, es el resultado de un paradigma vigente por lo menos desde la segunda mitad del siglo XX, cuyo propósito fue convertir a la producción de alimentos en una actividad industrial, intensiva en el uso de los recursos natu-

rales, fincada en aplicaciones científicas y tecnológicas cada vez más sofisticadas y en economías de escala capaces de incrementar la productividad y reducir costos.

De esa manera, las prioridades de la producción de alimentos dejaron de lado el aseguramiento de la subsistencia humana y se centraron en las necesidades de reproducción de las grandes compañías que, en un número cada vez menor, controlan las cadenas agroalimentarias. De ahí que —no obstante los avances tecnológicos— el hambre y malnutrición en el mundo no hayan experimentado un revés proporcional a la capacidad para producir alimentos, alcanzado por las sociedades actuales.

En parte, las causas estructurales del hambre y la pobreza pueden atribuirse a los efectos nocivos que el propio modelo engendró. La exclusión de millares de productores rurales de pequeña escala, que se volvieron disfuncionales para el modelo agroalimentario vigente, está incrementando las filas de la pobreza urbana y rural. Lo mismo puede decirse de los recursos naturales, cuyo deterioro ha llegado al extremo de influir en el cambio climático.

Los textos del presente volumen soportan esta interpretación y proporcionan elementos analíticos y empíricos para conceptualizar propuestas alternativas a la actual globalización neoliberal. El lector descubrirá que así como estas investigaciones narran diversas facetas de la historia del movimiento de autoexpansión del mercado regulador en los niveles globales y sus efectos locales y regionales, también existen elementos que apuntan hacia la necesidad de emprender el contramovimiento correspondiente apuntado por Karl Polanyi, es decir, aquel que impulsa la sociedad para autoprotgerse en contra de los desgarramientos sociales producidos por el mercado dejado sin bridas.

Si los trabajos que llenan las siguientes páginas logran contribuir a la construcción de una nueva realidad en el campo mexicano, de una realidad que coloque en el centro a las personas y sus necesidades humanas y no a la ganancia y la competencia, habrán cumplido su propósito.

#### BIBLIOGRAFÍA

- DELGADO, M. (2002), *Andalucía en la otra cara de la globalización*, Sevilla, Mergablum.
- MCILANE-NEWSAD H.; CH. D. MERRETT, W. MAAKESTAD y P. MC-LAUGHLIN (2008), "Slow Food Lessons in the Fast Food Midwest", en *Southern Rural Sociology*, 23 (1), pp. 72-93.

SCHWENTESIUS RINDERMAN, Rita y Manuel Ángel GÓMEZ (2005), NAFTA's Impact on Mexican Agriculture: An Overview, en <[http://www.chapingo.mx/ciestaam/pubpiat/English\\_Versions/NAFTAjunio05.pdf](http://www.chapingo.mx/ciestaam/pubpiat/English_Versions/NAFTAjunio05.pdf)>.

TAKAYANAGI, Nagatada (2006), "Global Flows of Fruit and Vegetables in the Third Food Regime", en *Journal of Rural Community Studies*, núm. 102, marzo, Japón, Tokyo Univ. Agriculture, pp. 25-41.



PRIMERA SECCIÓN  
EL ACTUAL RÉGIMEN ALIMENTARIO



# EL SISTEMA AGROALIMENTARIO MUNDIAL Y LA RUPTURA DEL TEJIDO SOCIAL

*Michelle Chauvet\**

*A la memoria de Magda Fritscher*

## RESUMEN

En este trabajo se analizan los procesos que han llevado a caracterizar el actual régimen alimentario en comparación con las etapas previas y, así, valorar la ruptura o continuidad de ciertas prácticas que permitan proponer opciones para la acción.

Se hace un breve recorrido sobre la subordinación de la agricultura a la agroindustria y las empresas transnacionales alimentarias en los años ochenta y noventa, para realizar la comparación con la situación actual y destacar los procesos persistentes, junto con los nuevos que caracterizan al sistema agroalimentario; asimismo se destacan los actores sociales dominantes y sus estrategias para dos casos de empresas multinacionales que sobresalen en la cadena de agronegocios por su poder: Cargill y Wal-Mart. Por último, se plantean distintas alternativas.

## INTRODUCCIÓN

El sistema agroalimentario mundial (SAM) comprende la producción, distribución y consumo de alimentos y materias primas. Su evolución histórica ha generado repercusiones económicas, sociales y políticas profundas, con lo que los actores sociales dedicados a las actividades agropecuarias han transformado sus papeles y

\* Profesora-investigadora del Departamento de Sociologías de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Correo electrónico: <ecs@correo.azc.uam.mx>.

funciones. Se han profundizado los problemas de inseguridad alimentaria, el hambre y la pobreza van en aumento y los flujos migratorios del campo a la ciudad, se acrecientan, a escala internacional. El conjunto de relaciones, reglas e intercambios de las organizaciones sociales en un territorio, es decir, las redes institucionales, de transferencia, sociales y de conocimiento que constituyen el tejido social se han trastocado y, en ocasiones, su disolución es irreversible.

En este trabajo se analizan los procesos que han llevado a caracterizar el actual régimen alimentario en comparación con las etapas previas y, así, valorar la ruptura o continuidad de ciertas prácticas que permitan proponer opciones para la acción.

En efecto, las tendencias actuales son las de intensificar las funciones de la agricultura como proveedora de productos no alimenticios, tales como la producción de agrocombustibles o biofarmacéuticos, lo que amenaza, aún más, la soberanía y seguridad alimentarias; los efectos sobre el ambiente por el desarrollo industrial —tanto en la agricultura como en la manufactura— y el crecimiento urbano son severos, con lo que el cambio climático es cada vez más evidente y las metas mundiales de disminución de los niveles de pobreza extrema en la población no se han alcanzado.

En este marco, ¿qué es lo que caracteriza a este periodo?, ¿cuáles son los elementos de continuidad y cuáles los de ruptura en relación con las etapas anteriores?, ¿qué actores sociales dominan el escenario?, ¿cuáles son sus estrategias?, ¿cuál es la inserción de los campesinos y pequeños productores?, ¿qué opciones se perfilan?

Para reflexionar sobre los desafíos que estas interrogantes presentan se hace un breve recorrido sobre la subordinación de la agricultura a la agroindustria y las empresas transnacionales alimentarias en los años ochenta y noventa para compararlas con la situación actual y destacar los procesos persistentes, junto con los nuevos que caracterizan al sistema agroalimentario; se destacan los actores sociales dominantes y sus estrategias para dos casos de empresas multinacionales que sobresalen en la cadena de agronegocios por su poder: Cargill y Wal-Mart, la primera como acopiadora y distribuidora de granos y otros productos, y la segunda, como representante del papel que hoy día juegan los supermercados.

Por último, se proponen algunas medidas que de aplicarse contribuirían a frenar y/o modificar las consecuencias perversas que ocasiona este régimen alimentario en el tejido social.

## EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN

Los efectos de la globalización han generado una mayor concentración del capital y, por ende, un aumento de la pobreza. El 16 de octubre de 2007, Día Mundial de la Alimentación, la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) informó lo alarmante que es la inseguridad alimentaria; 854 millones de personas están sin alimento, 1 100 millones sobreviven con un dólar al día y 2 800 millones con dos dólares diarios. Si a esta realidad se agrega que los sectores de menores ingresos dedican 60 por ciento de ellos a la alimentación, el horizonte es aciago.

Tres procesos emergentes agravan el problema alimentario: la producción de agrocombustibles, al de biofarmacéuticos (Chauvet y González, 2008) y el cambio climático. Éstos han provocado un aumento en el precio de los alimentos que pone en crisis social a varios países y regiones del planeta. La factura por la importación de cereales de los países más pobres del mundo aumentará 56 por ciento en 2007-2008 —tras el aumento de 37 por ciento en 2006-2007—, según las previsiones de la FAO (2008).

El tamaño de los predios agrícolas en Europa y Estados Unidos ha aumentado, mientras en Asia, América Latina y en las naciones más pobladas de África ha disminuido; 85 por ciento de los agricultores en el nivel mundial tienen menos de dos hectáreas (Von Braun, 2005:5). Las unidades productivas agrícolas grandes, con alta inversión de capital, son dedicadas a la ganadería, granos, oleaginosas, azúcar y hortalizas. Las pequeñas, con un intensivo uso de mano de obra y bajos rendimientos, se centran en el autoconsumo con una baja integración al sistema de mercado.

La población económicamente activa (PEA) en la agricultura de los países desarrollados es de 6 por ciento frente a 53 por ciento de los países subdesarrollados (véase el cuadro 1).

En cuanto al proceso de globalización en la agricultura, una de sus características es la interconexión de las cadenas productivas y el creciente poder de las corporaciones multinacionales sobre los productores agrícolas y los consumidores.

La expansión de las empresas transnacionales (ET) en la agricultura ha colocado a los pequeños productores agrícolas de los países en desarrollo a competir con sistemas productivos intensivos en capital y que gozan de amplios subsidios, por lo que son capaces de producir bienes a bajos costos, los cuales se venden a bajos precios.

CUADRO 1  
POBLACIÓN AGRÍCOLA Y PEA  
(PORCENTAJES)

<i>Región</i>	<i>Población rural</i>	<i>Población agrícola</i>	<i>PEA</i>
África subsahariana	64	59	60
Asia y el Pacífico	64	55	58
Cercano Oriente y África del Norte	39	26	28
América Latina y el Caribe	23	19	18
Países en transición	37	14	14
Economías de mercado desarrolladas	22	3	3
Mundo	51	41	43
Países desarrollados	27	6	6
Países en desarrollo	57	49	53

FUENTE: FAO (2006).

No sólo los subsidios agrícolas en los países ricos han exacerbado la competencia, sino también el creciente impacto de los supermercados y distribuidores de alimentos y materias primas con bajos costos de producción.

Ante la necesidad de atraer capitales e inversión extranjera, los gobiernos de los países en desarrollo otorgan condiciones privilegiadas a las corporaciones multi y transnacionales.

Las ET como actores principales en el comercio mundial por la tecnología, organización y competencia, establecen nuevas relaciones con el Estado que favorece y promueve el libre comercio (Simesen, 2007).

El monto de recursos de las principales empresas transnacionales es mayor que el producto interno bruto (PIB) de algunos países. Por ejemplo, las principales 20 compañías de distribución minorista sumaron 921 mil millones de euros, en 2005, cifra superada sólo por el PIB de los ocho países más desarrollados. Esta cantidad es similar al PIB de países como Brasil y superior al de México (IDEAS, 2006).

Se debe partir del hecho de que los Estados —incluso los grandes y poderosos— son cada vez más persistentes y directamente

dependientes de un pequeño grupo de empresas multinacionales y que sus intereses determinan la política de manera creciente (Hirsch, 2001:159).

#### EL SISTEMA AGROALIMENTARIO MUNDIAL Y SU EVOLUCIÓN HASTA ANTES DE LOS AÑOS NOVENTA

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, los países industrializados se enfocan, entre otras cosas, a la producción alimentaria de manera intensiva. Las naciones europeas, en particular, tienen como objetivo lograr la suficiencia alimentaria porque su meta prioritaria es evadir, en el futuro, la posibilidad de que su población sufra hambrunas (Estévez y Portilla, 1980).

La aplicación de métodos intensivos de cultivo en las naciones desarrolladas no sólo cubrió el objetivo del abasto suficiente y oportuno para sus mercados domésticos, sino que a la postre se llegó a contar con excedentes de consideración que fueron volcados al mercado internacional. Es así que se va configurando un nuevo entorno en el comercio mundial de alimentos y, en particular, la región latinoamericana paulatinamente va transitando de exportadora de alimentos y materias primas a importadora de éstos.

En efecto, de ser autosuficientes en la producción de granos básicos e incluso con capacidad exportadora pasa a importador de los mismos. La conjunción de un aumento de la productividad en Estados Unidos, junto con políticas proteccionistas de sus mercados y fomento a las exportaciones mediante subsidios introdujeron en el mercado internacional los excedentes a precios *dumping* (Llambi, 1992).

Por lo tanto, se fue configurando el estudio de las cadenas alimentarias, lo que la Harvard Business School denominó como los agronegocios definidos como un sistema integrado verticalmente, interdependiente y cuyo dinamismo surge de las innovaciones en todas las etapas de la cadena agroindustrial, inducidas desde los sectores no agrícolas (Reig, 1993).

Para el estudio del SAM, la metodología de las cadenas agroalimentarias mundiales ha sido enriquecida por Friedmann y Michael con el concepto de “regímenes alimentarios” que se definen como extensos periodos durante los cuales un orden político y económico subscribe y/o se cruza con un particular sistema de producción agroalimentaria y de comercio (Fold, 2005:2).

La agroindustria de capital extranjero fue insertándose, gradualmente, en las agriculturas latinoamericanas, abastecida tanto por el sector comercial como por el campesino (Feder, 1976; Morrett, 1987). La estrategia previa del capital extranjero de poseer la tierra y/o dominar desde la producción primaria fue modificándose, tanto por los procesos sociales de reformas agrarias en la región latinoamericana, como por el abandono de la fase agrícola, por parte de las corporaciones transnacionales, la cual presenta mayor riesgo (Llambi, 1992). Su dominio lo fueron centrando en otros eslabones de la cadena; el núcleo del complejo agroindustrial pasó a situarse en el eslabón financiero con dominio hacia atrás y hacia adelante de toda la cadena (Vigorito, 1977).

Hubo nichos que por un tiempo se conservaron y que incluso permitieron la creación de empresas estatales de comercialización, menguando el control transnacional, tales como el café y el plátano. En estos casos se logró, incluso, la unión de naciones productoras que negociaron un espacio en el mercado mundial (Llambi, 1992).

El caso de Chile es digno de mención, ya que logró transitar de un modelo a otro, con lo cual continuó exportando a los mercados de los países desarrollados en el rubro de frutas principalmente. El rasgo que diferenció a esta nación del resto de América Latina fue la dirección de su política pública de fomento y crecimiento de la agricultura exportadora. En efecto, la inversión en investigación y desarrollo y el impulso a sus redes de comercialización han dado ese resultado (Llambi, 1992). La Fundación Chile fue organizada, precisamente, con ese fin.<sup>1</sup>

En términos generales, la agroindustria transnacional adquirió un espacio en la rama alimentaria de productos procesados cada vez mayor, con control de todas las fases del proceso.

<sup>1</sup> La Fundación Chile es una institución sin fines de lucro, creada en 1976 por el gobierno de Chile y la empresa estadounidense ITT. Su objetivo es la innovación tecnológica en sectores clave de la economía mediante la transferencia de tecnología, la articulación institucional y la agregación de valor en sectores productivos basados en recursos naturales renovables. En la actualidad promueve el desarrollo de empresas en la agroindustria, en los recursos del mar, las industrias forestales, la energía y la metrología química, entre otras. Para el caso de México, en 1996 se copió el modelo en una versión más modesta a través de lo que se conoce como las fundaciones Produce. En éstas se busca una mejor y mayor generación de tecnología agropecuaria y forestal, sin embargo, se trabaja por proyectos que no siempre tienen continuidad y los apoyos no van más allá de los proyectos productivos.



Un nicho que se desarrolló para las exportaciones latinoamericanas fue el de flores, frutas y verduras en fresco. El mantenimiento de estos mercados por parte de exportadores de Colombia y México para ornamentales; de jitomate para México; de uva, kiwi y otras frutas para Chile; de jugo de naranja para Brasil, implica tener inversiones en tecnología, contar con los canales de comercialización y, sobre todo, las habilidades negociadoras que les permitan enfrentar lo que Llambi (1992) caracteriza como la guerra comercial agrícola.

### EL ACTUAL RÉGIMEN ALIMENTARIO

En esta búsqueda del capital por transformar la agricultura en una rama más de la industria, las innovaciones tecnológicas son el punto clave para la competencia, con lo cual las ventajas provenientes del clima o el sitio geográfico pasan a segundo término: la biotecnología moderna es una de las herramientas que se han diseñado con ese fin.

Con la entrada en vigor del modelo económico neoliberal, una de las medidas adoptadas ha sido la desregulación estatal con el fin de que sean las libres fuerzas del mercado las que cumplan ese papel regulador; por lo tanto, la liberalización del marco jurídico de tenencia de la tierra ha sido una de las medidas adoptadas. Para el caso mexicano se realizaron los cambios al Artículo 27 Constitucional. Un ejemplo de grandes proporciones es lo que ha sucedido en Argentina con la expansión del cultivo de la soya transgénica y que ha desplazado de sus tierras a pequeños y medianos productores.

Otro resultado de la desregulación ha sido la facilitación de la inversión extranjera, fundamentalmente de grandes corporaciones multinacionales, al propiciar condiciones de bajo riesgo financiero y ofrecer un clima de estabilidad social.

En este marco de políticas supranacionales, los subsidios se otorgan a la agricultura de los países desarrollados, exigiendo la eliminación de la protección y los apoyos para la agricultura de los países subdesarrollados. Esta relación asimétrica pone en desventaja a cierto grupo de países en su inserción al mercado mundial.

Debido a la feroz competencia del mercado de alimentos, la inversión en investigación y desarrollo es crucial. La agricultura de precisión, la biotecnología moderna y la nanotecnología cumplen ese papel.

El proceso de concentración de capital ha llevado a que se den adquisiciones y fusiones de empresas de manera tal que sean cada

vez más un grupo reducido de éstas las que controlan y dominan el sistema agroalimentario mundial. Por ejemplo, en Estados Unidos son cuatro empresas las procesadoras y distribuidoras de 81 por ciento de los cárnicos (Cavalotti, 2002); en la transformación del café dominan cuatro corporaciones agroalimentarias y en el caso de los cafés solubles son sólo dos transnacionales (Renard, 1999); en el chocolate son dos empresas las que hegemonizan el mercado y así podríamos citar más ejemplos. Esta práctica tiene, como consecuencia, que se hayan expandido los volúmenes de exportación, pero sin ganancias para los exportadores, ya que éstas se las apropian las corporaciones transnacionales.

En la anterior configuración del SAM, los campesinos y pequeños productores abastecían el mercado interno y eran proveedores de la agroindustria; sin embargo, esas funciones se fueron perdiendo y ahora son las grandes empresas agroalimentarias las que vinieron a cubrir dichas actividades.

El desarrollo de la productividad, junto con la política de subsidios, provocó una caída de los precios agrícolas en el periodo 1980-2004. A partir de 2005, se inicia una ligera alza que va en aumento hasta el presente, como consecuencia del *boom* de los biocombustibles a raíz de los altos precios del petróleo.

Por último, para terminar de caracterizar el presente régimen alimentario, hay que reconocer que no obstante el dominio de los complejos agroindustriales, en las diversas cadenas agroalimentarias éstos no pudieron completar la fase de distribución al consumidor sin un aliado poderoso: el supermercado; éste ha pasado a ejercer un dominio clave con consecuencias profundas e irreversibles sobre el tejido social, como se analiza más adelante. La agroindustria está subordinada al supermercado y éste se ha convertido en líder de la reestructuración del sistema agroalimentario mundial (Fold, 2005):

En los años 90, muchas cadenas de supermercados de Europa y Estados Unidos se encontraron con que sus mercados domésticos estaban saturados y entonces dirigieron la mira hacia países en desarrollo en proceso de liberalización económica (Mekay, 2004).

#### ESTRATEGIAS DE LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES ALIMENTARIAS

La inversión extranjera en los países subdesarrollados goza de subsidios y de medidas de política que tienden a minimizar los

riesgos; los gobiernos locales con tal de atraer estos capitales otorgan todo tipo de facilidades bajo la justificación de que alientan la competencia con los monopolios locales, aumentan la productividad, bajan los costos y los precios, e incrementa el empleo. Entre los beneficios que obtienen las ET están las prolongadas exenciones impositivas o tasas tributarias reducidas, por periodos de diez a 40 años sobre importaciones, exportaciones, ganancias empresariales y salarios de ejecutivos extranjeros. Además, facilitan los terrenos para la construcción de sus instalaciones, subsidian los precios de los servicios y la energía, y ofrecen infraestructura financiada por el Estado (Petras, 2007).

A continuación se presentan dos casos relevantes de empresas que operan en el ámbito mundial en la rama alimentaria: Cargill y Wal-Mart. La primera como intermediaria entre los productores primarios y/o la agroindustria y la industria alimentaria y de otras ramas; y la segunda como una de las distribuidoras al menudeo que mayor expansión ha tenido en la última década. Ciertamente, son diversos los casos que podrían analizarse, sin embargo, nuestro interés aquí es presentar, tan sólo, una muestra de la manera en que la concentración y la centralización del capital impactan al tejido social y estos dos casos brindan dicha posibilidad.

### *Caso Cargill*

Como inicio dejemos que sea Cargill quien se presente, tal y como lo hace en un folleto:

Somos la harina en su pan, el trigo en sus tallarines, la sal en sus frituras. Somos el maíz de sus tortillas, el chocolate de su postre, el edulcorante de su gaseosa. Somos el aceite de su aderezo y la carne, cerdo o pollo que usted come para la cena. Somos el algodón de su ropa, la terminación de su alfombra, el fertilizante de su campo (Hernández, 2007).

El negocio de Cargill es ser comprador, proveedor de materias primas y procesador de productos. Acopia y compra granos para después ofrecerlos, de manera confiable, a la agroindustria e industria alimentaria, con las condiciones de calidad, cantidad y oportunidad que éstas requieran. Sus clientes y socios son McDonald's, Kraft, Nestlé, Coca Cola, Pepsico, Kikkomen, Wal-Mart y Unilever. Es una compañía estadounidense que comercia en América del Norte

(Canadá, Estados Unidos y México), América del Sur, el sudeste y norte de Asia (Kneen, 2005).

Su estrategia para obtener bajos costos es valerse del transporte por agua, es decir, utilizar los cauces de los ríos y los mares. Sus almacenes se sitúan en las riveras de los ríos y en los puertos, con ello tienen grandes ahorros, ya que el mantenimiento de los canales de navegación lo financian los Estados por donde navegan sus buques y, por lo tanto, aprovechan la infraestructura pública para sus actividades (Kneen, 2005).

Asimismo, eliminan a sus competidores mediante la adquisición de empresas o el establecimiento de convenios. Desde su perspectiva, el autoconsumo debiera desaparecer y afirman que la agricultura de subsistencia hace un mal uso de los recursos y daña el medio ambiente, por lo tanto, el autoabastecimiento de alimentos es una estrategia errada (Kneen, 2005).

La presencia de Cargill en México se inicia en la década de 1920, con actividades madereras. Sin embargo, se retiran del país para posteriormente, en 1972, iniciar actividades en la agricultura y en las cadenas alimentarias; se instala en los estados de Baja California, Sonora y Sinaloa; específicamente en El Fuerte, el valle del Mayo, el valle del Yaqui, Guaymas, Hermosillo, San Luis Río Colorado y el valle de Mexicali, con los objetivos de impulsar y promover productos que demanden los mercados nacional e internacional; innovar en esquemas de financiamiento mediante la agricultura por contrato y fomentar cosechas que brinden una mayor rentabilidad al productor (Cargill, 2007).

No obstante, la escala de mayor influencia que ejerce esta empresa, en México a partir de 1995, es sustituyendo a la Comisión Nacional de Subsistencias Populares (Conasupo). En efecto, Cargill pasó a desempeñar las funciones de acopio, distribución, importación y exportación que anteriormente realizaba la Conasupo. La firma es beneficiaria de las políticas de atracción de la inversión extranjera que se mencionaron al inicio de este apartado, pero además goza de otros privilegios, como el programa de empresas altamente exportadoras (Altex), instrumento de promoción a las exportaciones de productos mexicanos, destinado a apoyar su operación mediante facilidades administrativas y fiscales, entre otras está la devolución de los saldos del IVA en máximo cinco días hábiles; la exención del requisito de segunda revisión de las mercancías exportadas en la aduana de salida, siempre y cuando éstas hayan sido despachadas en una aduana interior (SE, 2008).

Además, Cargill junto Archer Daniels Midland se han beneficiado desde 1994 en no tener que pagar el arancel que establecía el TLCAN —para los primeros 15 años— para las importaciones de maíz por encima del cupo establecido, junto con los subsidios que el gobierno estadounidense otorga a las exportaciones (De Ita, 2003; Hernández, 2007).

El investigador Brewster Kneen (2005) califica a Cargill como un “gigante invisible”, porque debido a las ramificaciones que tiene, a las empresas que ha comprado, con las que se ha asociado, es difícil saber en dónde realmente está presente o detrás Cargill.

### *Wal-Mart*

En el entorno económico mundial, la modernización de los canales de comercialización estuvo enfocada a eliminar los intermediarios entre el productor y el consumidor, lo que ocasionó precios más bajos para el consumo. En algunos casos los agentes comerciales podían llegar a ser de siete a nueve. Por ejemplo, para México en cuanto a la distribución de carne de bovino, la instalación de frigoríficos significó una sustancial disminución de intermediarios, porque de otra manera se contabilizan hasta siete eslabones entre el ganado en pie y la porción de carne en la mesa del consumidor (Chauvet, 1999).

No obstante, el comercio minorista moderno, representado en los supermercados, se ha convertido en los últimos 40 años en uno de los actores sociales más importantes de la economía mundial. La concentración operativa y económica del sector le confiere niveles de influencia inmoderados, tanto en la cadena productiva como comercial. Estas compañías controlan casi 83 por ciento de la comercialización de alimentos en los países desarrollados y se caracteriza por un impacto negativo sobre la economía local, sobre todo, en materia salarial y también hacia el medio ambiente, en especial la agricultura de los países en vías de desarrollo (IDEAS, 2006).

Esta posición hegemónica es resultado de la presión empresarial o *lobby* que organizan las ET mediante miles de grupos de abogados, empresas de relaciones públicas, laboratorios financiados por la industria, etc. Estos profesionales de la presión política se ubican en los centros donde se adoptan decisiones, como Washington, Bruselas, Ginebra o Nueva York. En la Unión Europea hay una media de cinco “lobbistas” por parlamentario (IDEAS, 2006). Un ejemplo de la influencia que pueden tener las maniobras sosteni-

das por las empresas es el caso de Cargill, empresa que hizo una campaña de convencimiento a sus empleados de que el TLCAN con Canadá y México era bueno para la empresa, se les proporcionó información y entregaron a sus empleados de 600 filiales en Estados Unidos tarjetas para ser enviadas a sus diputados; se calcula que se enviaron 50 mil de estas tarjetas a Washington (Kneen, 2005).

Por el volumen de sus ventas Wal-Mart ocupa el primer lugar en el segmento de los supermercados y le sigue la francesa Carrefour. No obstante, para 2006 la comparación de las ventas del primero en relación con las 50 empresas más grandes del mundo le otorgó a Wal-Mart el segundo lugar (IDEAS, 2006).

En el caso de México, para los años noventa Wal-Mart se asocia con 50 por ciento al grupo Cifra<sup>2</sup> para empezar a operar las tiendas Sam's Club. En 1997 se fusionan Cifra y Wal-Mart; posteriormente esta última adquiere el control del grupo Cifra y, finalmente, en el año 2000 los accionistas acuerdan cambiar el nombre de Cifra, S. A. a Wal-Mart de México, S. A. de C.V. (Simesen, 2007).

En 2004, 1 500 000 personas trabajaban para la empresa en el nivel mundial y operaban 1 573 unidades. En junio de 2006, la compañía tenía 1 156 grandes almacenes, 2 074 hipermercados, 566 sam's Clubes y 140 supermercados de barrio en Estados Unidos (IDEAS, 2006). Los países donde están ubicadas sus tiendas son: México, 807; Japón, 394; Reino Unido, 322; Brasil, 293; Canadá, 278; Costa Rica, 130; Guatemala, 119; Alemania, 85; China, 60; El Salvador, 59; Puerto Rico, 54; Honduras, 37; Nicaragua, 35; Corea del Sur, 16; y Argentina, 12. Sus proveedores se reparten en más de 70 países (IDEAS, 2006).

Entre las estrategias de Wal-Mart está el ofrecimiento de la generación de empleos, pero no en la forma en que lo hace la industria, es decir, la creación de empleos que antes no existían; cuando Wal-Mart llega a vender mercancías que ya se venden en ese lugar, sólo llega a reacomodar la manera en que se gasta el dinero. Lo que Wal-Mart hace no es generar empleo, sino que readapta la distribución del mismo y eventualmente su pérdida (Quinn, 2005) y, a cambio, los gobiernos locales les ofrecen una serie de ventajas como ya se mencionó.

Por su posicionamiento en la distribución de mercancías, Wal-Mart practica un control monopsónico sobre sus proveedores, al imponerles los precios a los que les compra y, además, pagarles a los 60 días; si no aceptan las reglas del juego no los consideran. En

<sup>2</sup> El grupo Cifra comprendía las empresas Aurrerá, Bodegas Aurrerá, Superama, Vips, Suburbia y El Portón.

el aspecto laboral, pagan salarios bajos a sus empleados e incitan a que éstos aprovechen el gasto social público para salud y otras necesidades. En Estados Unidos los gerentes de las tiendas promueven que sus empleados se beneficien de los servicios sociales públicos y privados, tales como vales de comida, cocinas populares y clínicas para personas indigentes, de esa manera la empresa recibe un subsidio más y compensa los bajos salarios (Quinn, 2005).

### LA RUPTURA DEL TEJIDO SOCIAL

La evolución del sistema agroalimentario mundial llevó a modificar el papel de los pequeños y medianos productores, de ser partícipes del motor del crecimiento económico a quedar excluidos como proveedores de alimentos y materias primas. En efecto, ya fuera para empresas estatales o para la agroindustria los productores y campesinos abastecían, directamente, con sus cosechas al sistema agroalimentario. Sin embargo, para los años ochenta y noventa del siglo pasado, esa realidad cambió. Con la apertura comercial ahora son las grandes compañías transnacionales quienes hacen el acopio de la producción en el nivel mundial para abastecer los distintos mercados, como ya se ilustró con el caso de Cargill.

Para el caso de México, las transacciones y redes de los productores y campesinos con el mercado, ya fuera como abastecedores de las agroindustrias o con los canales de distribución públicos, como lo era Conasupo, se fueron desintegrando. En el actual régimen alimentario la vinculación con los mercados es distinta:

[...] el dominio del comercio agroalimentario mundial de alimentos básicos por parte de las empresas transnacionales [...] ha generado una profunda devastación del campo, pues los productores no encuentran comprador y cuando lo hallan reciben un pago inferior al costo de producción. Este proceso los arruina y obliga a buscar otras fuentes de ingreso en un páramo de desempleo industrial y grandes dificultades para cruzar la frontera estadounidense en busca de trabajo. Además de pagarles el producto a un precio que no reditúa su valor, se responsabiliza a los productores rurales de la debacle como resultado de su escasa competitividad y su atraso tecnológico (Rubio, 2004).

En efecto, la falta de rentabilidad de la actividad económica agrícola por los bajos precios llevó a que los grandes productores

que no pudieron insertarse en el mercado mundial dejaron de ganar en los índices anteriores o incluso perdieran, mientras que los medianos y pequeños gradualmente fueron abandonando la agricultura. Otro rasgo a destacar es que como las pequeñas y medianas empresas son las que proporcionan la mayor parte del empleo, al penetrar las ET, éstas quiebran y en consecuencia el desempleo se incrementa (Petras, 2007).<sup>3</sup>

Además,

[...] la globalización del SAM significa la ruptura de la relación existente entre los alimentos y un territorio determinado, a la vez que una especialización regional (espacial) de la producción destinada al mercado mundial (Renard, 1999:61).

Por otro lado, al dejar de cobrar impuestos el Estado recibe menos ingresos para invertir en el gasto social (Petras, 2007).

La consecuencia más grave de esta forma de operar del régimen alimentario actual es la ruptura del tejido social, que se refleja en los crecientes índices de pobreza, hambre y desnutrición, el incremento en los flujos migratorios en el nivel mundial por desplazamiento de la actividad agrícola.

El supermercado se ha convertido en un actor clave dentro del SAM; no es que en el anterior régimen alimentario no hubiera esta forma de comercialización, sino que su poder y fuerza no eran dominantes, ya que la distribución de mercancías y alimentos estaba atomizada en una serie de pequeños, medianos y grandes comercios. Sin embargo, ahora está concentrado en las grandes tiendas de autoservicio que imponen precios a sus proveedores y les pagan su mercancía varias semanas después, con lo que en realidad son empresas financieras las que, aprovechando su posición y poder, se quedan con el margen de ganancia del productor y dejan sin trabajo a los comerciantes de antaño.

<sup>3</sup>“En mercados globalmente integrados, los precios internacionales afectan a los precios locales. La reducción de los precios agrícolas globales que producen las voluminosas subvenciones de Estados Unidos y la Unión Europea hace que los precios de la agricultura local también caigan, de modo que incluso los agricultores que no exportan —que sólo venden su producción en el mercado interno— se ven perjudicados. Y los ingresos más bajos de los agricultores se traducen en ingresos más bajos para quienes se dedican a vender productos a estos agricultores: sastres y carniceros, comerciantes y peluqueros. Toda la población del país sufre. Puede que las subvenciones no fueran dirigidas a causar tanto daño a tanta gente, pero ésta es la consecuencia que se prevé” (Stiglitz, 2006:123).



Para los países en vías de desarrollo, las instituciones occidentales de cultura alimentaria y sus tecnologías se han convertido en elementos de los sistemas alimentarios locales (supermercados, comida rápida, refrigeradores, etc.) (Fold, 2005). El poder de los agronegocios en las economías nacionales les permite influir en la adopción de decisiones en relación con los subsidios, la inversión en infraestructura, la investigación en agricultura y en el establecimiento de las reglas internacionales de comercio.<sup>4</sup>

La situación se perfila grave si consideramos que en la XXX Conferencia Regional de la FAO, este organismo informó que la agricultura familiar es responsable de entre 57 y 77 por ciento del empleo agrícola en América Latina y el Caribe, y en algunos países llega a responder a cerca de 70 por ciento de la producción (Teorema Ambiental, 2008). En este contexto, ¿se avizoran algunas alternativas?

#### ALTERNATIVAS

Los planteamientos de resolución de estos problemas desde las instituciones de política internacional se resumen en “más de lo mismo”. El Instituto Internacional de Política Alimentaria (IFPRI) sostiene que es crucial establecer un sistema de reglas de comercio justo a través de tres medidas: 1) las naciones industrializadas deberían incrementar el acceso a sus mercados; 2) los países en vías de desarrollo deberían hacer su parte también y reducir las restricciones al comercio, y 3) los países ricos deberían proveer más asistencia para conectar a los productores pobres con los mercados (Von Braun, 2005).

Una vez más el mercado como propuesta de solución, cuando se ha demostrado que es parte del problema, no puede resolverlo todo y es necesaria la intervención de Estado mediante políticas públicas para llenar los vacíos que las relaciones mercantiles son incapaces de cubrir.

<sup>4</sup> “[...] toda política estatal esté condenada al fracaso cuando no toma en cuenta los intereses del capital internacional. Mientras más intensa y directa resulte la influencia del capital internacional, más se independiza el Estado de los intereses, no sólo de los asalariados sino también de aquellos sectores del empresariado no incorporados al contexto de internacionalización, como los pequeños empresarios independientes o los productores agrícolas. A ellos se les impone, con mayor rigor y sin contemplaciones, la presión de la política de ‘posicionamiento’ capitalista” (Hirsch, 2001:159).

En Europa una salida a la quiebra de sus pequeños productores es el otorgarles subsidios aunque no sea para actividades agrícolas. Bajo el concepto de multifuncionalidad de la agricultura sostienen que las subvenciones pueden aplicarse a la arquitectura del paisaje, es decir, conservar el “campo” en buenas condiciones para actividades recreativas o de descanso de los habitantes de las ciudades. No obstante, en los países pobres esta medida es inviable.

Lo que surge como imperioso y urgente es una negociación de nuevas reglas para el comercio agrícola global. La Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas (CIOEC-Bolivia) ha hecho una propuesta de regular el comercio mundial de productos agrícolas mediante una Convención Mundial sobre Soberanía Alimentaria y Comercio (Prudencio y Ton, 2004).

Asimismo, se tienen experiencias de mercado justo, principalmente en café (Renard, 1999), como las iniciativas de la economía solidaria que han tenido éxito en la banca ética, el consumo responsable y los bancos de tiempo. Estos proyectos buscan desarrollar una economía distinta a la capitalista, con un sentido ético, ecológico y responsable.<sup>5</sup>

Otras acciones que se han emprendido, tanto en Estados Unidos como en Europa, son los frentes antisupermercados. En algunas localidades estadounidenses se ha hecho labor para que no se instale Wal-Mart. También existen organizaciones que monitorean las grandes cadenas de autoservicio, como Wal-Mart Watch; Corp Watch, etc., para dar a conocer sus prácticas comerciales y su impacto social.

Algunas medidas que se proponen son el consumo en las “tiendas de barrio”, consumo de productos locales, consumo de productos frescos y sin evasar, así como productos de comercio justo y de la agricultura ecológica (IDEAS, 2006).

Por último, es importante mencionar que en 2002 se inició un ejercicio novedoso por parte de las instituciones de Naciones Unidas con financiamiento del Banco Mundial. El objetivo del proyecto era hacer una evaluación internacional del conocimiento, ciencia y tecnología en el desarrollo agrícola (IAASTD) para analizar de qué manera éstos logran su potencial para alcanzar las metas de desarrollo y sustentabilidad para reducir la pobreza y el hambre, la mejora en la calidad de la vida rural y la salud humana, así como de facilitar un desarrollo equitativo que sea social, económica y ambientalmente sostenible (Armbrecht *et al.*, 2008).

<sup>5</sup> Para mayor información se puede consultar el portal de Economía solidaria.

El elemento nuevo es que, a diferencia de otros proyectos semejantes, esta vez se hicieron una serie de consultas, durante 2003, en las que participaron más de 800 personas de distintos sectores en diversos países representativos de los continentes. Finalmente, se resolvió que sí era pertinente hacer la evaluación y estuvo copatrocinada por la FAO, el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Durante 2006 y 2007 se trabajó en la evaluación que consistió en varios capítulos por cada región del planeta y un documento síntesis, que sería ratificado por los distintos gobiernos. En abril de 2008 se aprobó el escrito por cerca de 60 países. En resumen, se sostiene la urgencia de rescatar la pequeña unidad productiva y dirigirla a una producción agroecológica sostenible. Este documento fue aprobado por 58 países, entre los que no figura México, tampoco fue firmado por Estados Unidos, Canadá y Australia, y recibió la condena de empresas como Monsanto y Syngenta, ya que no se considera a la producción de organismos genéticamente modificados como una solución para salir de la pobreza y eliminar el hambre en el mundo (IAASTD, 2009).

Ahora falta comprobar que sea un instrumento internacional efectivo que ponga contrapesos a las fuerzas dominantes del sistema agroalimentario mundial.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARMBRECH, I., H. CETRÁNGOLO, T., GONZALES, I. PERFECTO (2008), "Evaluación internacional del conocimiento, ciencia y tecnología en el desarrollo agrícola América Latina y el Caribe", International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development (IAASTD), en <[http://www.agassessment.org/docs/LAC\\_SDM\\_220408\\_Spanish\\_Final.htm](http://www.agassessment.org/docs/LAC_SDM_220408_Spanish_Final.htm)>.
- ARROYO, G., R. RAMA y F. RELLO (1985), *Agricultura y alimentos en América Latina*, México, UNAM/ICI.
- CHAUVET, M. (1999), *La ganadería bovina de carne en México: del auge a la crisis*, México, UAM-A.

- y R.L. GONZÁLEZ (2008), “Biocombustibles y cultivos biofarmacéuticos: ¿oportunidades o amenazas?”, en revista *El Cotidiano*, núm. 147, México, UAM-A, pp. 51-61.
- CAVALOTTI, B. (2002), “Perspectivas de la ganadería mexicana frente a su principal competidor en el mercado interno”, en B. Cavalotti y V. Palacio (coords.), *Situación y perspectiva de la ganadería en México*, UACH-CIESTAAM.
- DE ITA, A. (2003), *Los impactos socioeconómicos y ambientales de la liberalización comercial de los granos básicos en el contexto del TLCAN: el caso de Sinaloa*, México, Centro de Estudios para el Cambio en el Campo Mexicano/Centro Mexicano de Derecho Ambiental, febrero, en <[http://www.cec.org/files/pdf/ECONOMY/Impactos-liberalizacion-comercial-Sinaloa\\_es.pdf](http://www.cec.org/files/pdf/ECONOMY/Impactos-liberalizacion-comercial-Sinaloa_es.pdf)>.
- ESTÉVEZ, J. y B. PORTILLA (1980), “El hambre: reflejo crítico del Sistema Alimentario Mundial”, en *Estudios del Tercer Mundo*, vol. 3, junio, pp. 9-31.
- IAASTD (2009), *Resumen del Informe Síntesis. Evaluación internacional del papel de los conocimientos, la ciencia y la tecnología en el desarrollo agrícola*, Island Press.
- IDEAS/Observatorio de Corporaciones Transnacionales (2006), “La gran distribución: hipermercados, supermercados y cadenas de descuento”, dossier 15, en <<http://www.portalsocialnavarra.org/subidas/Boletin15LaGranDistribucion.pdf>>.
- FAO (2006), *The State of Food and Agriculture 2006: Food Aid for Food Security?*, Roma, Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- (2008), “La factura cerealera de los países más pobres continúa subiendo”, en <<http://www.fao.org/newsroom/es/news/2008/1000826/index.html>>, consultado el 11 de abril.
- FEDER, E. (1976), “La nueva penetración en la agricultura de los países subdesarrollados por los países industriales y sus empresas multinacionales”, en *Trimestre Económico*, núm. 169, FCE.
- FOLD, N. y BILL P. (2005), *Cross-Continental Food Chains*, Londres, Routledge.
- HERNÁNDEZ, L. (2007), “Cargill: el maíz de sus tortillas”, en *La Jornada*, 30 de enero.
- HIRSCH, J. (2001), *El Estado nacional de competencia*, México, UAM.
- KNEEN, B. (2005), *Gigante invisible. Cargill y sus estrategias transnacionales*, Uruguay, Grain/Redes-At.
- LLAMBI, L. (1992), “Economías abiertas y mercados cerrados. La difícil inserción de las agriculturas latinoamericanas en la eco-

- nomía global”, ponencia presentada en el Posgrado de Desarrollo Rural, UAM-X, mimeo.
- MEKAY, E. (2004), “Grandes supermercados arruinan a pequeños productores”, en <<http://www.tierramerica.net/2004/0327/noticias4.shtml>>.
- MORETT, J. (1987), *Agroindustria y agricultura de contrato en México*, México, Pueblo Nuevo/UACH.
- PETRAS, J. y H. VELTMAYER (2007), *Juicio a las multinacionales*, México, Lumen.
- PRUDENCIO, J. y G. TON (2004), *Las posibilidades de inserción comercial de los productores agrícolas campesinos de Bolivia en los Acuerdos de Integración Comercial*, Bolivia, CIOEC.
- QUINN, B. (2005), *How Wal-Mart is Destroying America (and the World) and What You Can Do About It*, Berkley, CA, Ten Speed Press.
- RAMA, R. (2005), *Multinational Agribusinesses*, Binghamton, NY, Food Products Press/Haworth Press.
- REIG, N. (1993), *La agroindustria en Uruguay, 1975/90. Su estructura y dinámica de largo plazo*, Montevideo, Fundación de Cultura Universitaria.
- RENARD, M. (1999), *Los intersticios de la globalización*, México, CEMCA.
- RUBIO, B. (2004), “La fase agroalimentaria global y su repercusión en el campo mexicano”, en *Comercio Exterior*, vol. 54, núm. 11, noviembre.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA (SE) (2008), *Empresas Altamente Exportadoras (Altex)*, en <<http://www.economia.gob.mx/?P=371>>.
- SIMESSEN, C. (2007), “Las redes estratégicas internacionales de la transnacional mexicana”, tesis de doctorado, México, agosto, FCPyS-UNAM.
- STIGLITZ, E. (2006), *¿Cómo hacer que funcione la globalización?*, Buenos Aires, Taurus.
- TEOREMA AMBIENTAL (2008), “Pide la FAO fortalecer la seguridad alimentaria en Latinoamérica”, núm. 68, en <[http://www.teorema.com.mx/articulos.php?id\\_sec=47&id\\_art=5131](http://www.teorema.com.mx/articulos.php?id_sec=47&id_art=5131)>, consultado el 15 de abril de 2008.
- TOZANLI, S. (2005), “The Rise of Global Enterprises in the World’s Food Chain”, en R. Rama, (ed.), *Multinational Agribusinesses*, Binghamton, Food Products Press/Haworth Press, pp. 1-72.
- VIGORITO, R. (1977), *Criterios metodológicos para el estudio de complejos agroindustriales*, México, ILET, DEE/D/5.

VON BRAUN, J. (2005), *The World Food Situation. An Overview*, IFPRI, ponencia para la reunión anual general de CGIAR, Marrakech, diciembre, pp. 1-8, en <<http://www.ifpri.org/pubs/agm05/jvb/jvbagm2005.pdf>>.

*Portales de internet consultados*

CARGILL, en <<http://www.cargill.com.mx/default.asp?ch=2000145>>, año de consulta: 2007.

ECONOMÍA SOLIDARIA, en <<http://www.economiasolidaria.org>>.

EL RÉGIMEN ALIMENTARIO NEOLIBERAL:  
NEORREGULACIÓN, BIOTECNOLOGÍA Y DIVISIÓN  
DEL TRABAJO EN AMÉRICA DEL NORTE\*

*Gerardo Otero\*\**  
*Gabriela Pechlaner\*\**

RESUMEN

Este trabajo tiene como propósito conceptualizar la dinámica que determina la pérdida de la soberanía alimentaria y el éxodo masivo del campo mexicano. Teniendo como marco la reciente crisis alimentaria que ha develado la alta dependencia del mercado alimentario internacional, en particular de Estados Unidos, el estudio identifica y analiza los impactos de los elementos básicos del “régimen alimentario neoliberal”: la neorregulación y la biotecnología, por un lado, y la nueva división internacional del trabajo, por el otro.

América del Norte resulta ideal para el estudio empírico del papel que desempeñan las biotecnologías agrícolas en la reestructuración del régimen alimentario, tanto en lo que se refiere a la especialización productiva y, por ende, a la nueva división internacional del trabajo que de ella se deriva, así como a la creación de nuevos marcos legales y regulatorios, para proteger la propiedad intelectual y supervisar la implementación de los cultivos modificados genéticamente en favor de las grandes compañías desarrolladoras. La variedad de las respuestas frente a este proceso, guarda estrecha relación con los impactos sociales y económicos generados en cada país.

En casos como el de México, donde el nuevo régimen ha provocado mayor pobreza, emigración de campesinos y el aumento de la vulnerabilidad alimentaria, es posible identificar la emer-

\* Versión escrita de la conferencia magistral dictada por Gerardo Otero en el 7º Congreso de la Asociación Mexicana de Estudios Rurales, Veracruz, octubre de 2007.

\*\* Ambos autores son investigadores de la Simon Fraser University. Correo electrónico: <otero@sfu.ca>.

gencia de procesos de resistencia, cuya evolución dependerá de la consolidación de las democracias autóctonas y de que éstas adopten, entre sus postulados principales, la lucha por la autosuficiencia alimentaria, la defensa y preservación de la biodiversidad vegetal, y la reconstrucción de sus economías agrícolas.

Cada hora México importa \$1.5 millones de dólares en productos agrícolas y alimenticios, casi todos estos productos vienen de los Estados Unidos.

Durante esa misma hora, 30 personas, hombres, mujeres y niños, del campo mexicano abandonan sus hogares para realizar el viaje más peligroso de sus vidas, migran a los Estados Unidos (Carlsen, 2008).

## INTRODUCCIÓN

A principios de 2007, los mexicanos vimos cómo el precio de las tortillas aumentó en más de 50 por ciento, ocasionando movilizaciones en varias ciudades del país (Olivares, 2007). La mayor parte de las causas del aumento se localizaban fuera de la economía mexicana; era una clara manifestación de que el país había perdido su soberanía y seguridad alimentarias.

A partir de 1989, México empezó a importar maíz en cantidades sustanciales y aumentó las importaciones de otros granos de Estados Unidos. Cuando el gobierno de este país decidió promover la producción de etanol a partir del maíz, con el fin de reducir la dependencia de su país de los hidrocarburos del Medio Oriente, el precio del grano se disparó. Esto pudo traer una bonanza temporal a los productores de maíz en México, pero para la mayoría de los consumidores con escasos ingresos el aumento del precio de las tortillas representó un duro golpe a su economía familiar.

A partir de 1989, aun manteniendo una balanza comercial agrícola superavitaria, México ha visto incrementar considerablemente sus importaciones de granos, directa o indirectamente, alimentarios. Es decir, incluimos aquí la importación de granos destinados a producir alimento para el ganado que se convertirá en parte del consumo humano. Como lo ha mostrado Armando Bartra (2006), el gobierno mexicano se esmeró por implementar políticas encaminadas a vaciar el campo de productores que consideraba ineficientes al compararlos con los fuertemente subsidiados granjeros estadounidenses. Lo irónico del asunto es que para 2007, hasta el



Banco Mundial llegó a reconocer en su informe anual que la agricultura es el sector de la economía que mejor puede contribuir a combatir la pobreza:

Para los más pobres, el crecimiento del PIB que se origina en la agricultura es unas cuatro veces más efectivo para elevar los ingresos de quienes están en pobreza extrema que el crecimiento que se origina fuera de ese sector.

Si bien las exportaciones agrícolas mexicanas exceden a sus importaciones, es necesario desglosar quiénes han sido los actores económicos que dan cuenta de tales exportaciones, principalmente frutas y legumbres, que podríamos llamar de lujo. Claramente, quienes dan cuenta de los aumentos de las exportaciones agropecuarias son una minoría de empresarios agrícolas capitalizados, o bien la industria cervecera, que en su mayoría ya está controlada por capitales estadounidenses. Mientras tanto, una enorme cantidad de pequeños agricultores ha sido condenada a la redundancia y a la migración, en vista de que el resto de la economía mexicana ha sido incapaz de absorberlos productivamente y con salarios con los que se pueda llevar una vida decorosa. Por lo tanto, como es bien conocido, la marca fundamental de la vuelta del siglo XXI para México ha sido la migración masiva hacia los países del norte, sobre todo hacia Estados Unidos (Delgado, 2006).

El propósito de este ensayo es presentar una conceptualización de la dinámica que determina la pérdida de la soberanía alimentaria y el éxodo masivo del campo mexicano. Ofrecemos un análisis sobre lo que hemos llamado el “régimen alimentario neoliberal” (Pechlaner y Otero, 2008). En particular, nuestro estudio se enfoca en la neorregulación y la biotecnología como principales elementos dinámicos que lo caracterizan, por un lado, y en la nueva división internacional del trabajo que de este régimen resulta. Esto último lo describimos a partir de las principales tendencias del comercio agrícola en la región del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN): Canadá, México y Estados Unidos. En las conclusiones hacemos un recuento de cómo les ha ido a cada uno de los países asociados en el TLCAN y constatamos que al país en desarrollo, México, es al que le ha tocado sufrir los mayores impactos negativos en la forma de una acrecentada vulnerabilidad alimentaria. Se plantea una pregunta para futuras investigaciones empíricas, en torno a si la resistencia y movilización que han emergido en México y otros países podrían ser fuerzas que deparen un

curso distinto al que actualmente marca el régimen alimentario neoliberal. Se argumenta, además, que la debacle financiera del capitalismo del siglo XXI aumenta el potencial de que se consoliden las luchas hacia una hegemonía alternativa, de carácter popular-democrático que trascienda al globalismo neoliberal.

### TEORÍA DE LOS REGÍMENES ALIMENTARIOS

Los sociólogos que mejor han estudiado los regímenes alimentarios en la historia del capitalismo, a partir del siglo XIX, son Harriet Friedmann y Philip McMichael (1989). Según estos autores, un régimen alimentario se define como:

- La dinámica temporalmente específica en la economía política de la alimentación.
- Un conjunto de estructuras institucionales, normas y reglas específicas no escritas.
- Un régimen geográfica e históricamente específico.

Un “régimen alimentario” se constituye a partir de tendencias cualitativamente distintivas o específicas en la acumulación de capital en la agricultura.

En su análisis histórico, Friedmann y McMichael documentan dos regímenes alimentarios desde el siglo XIX. El primero sería el que denominan colonizador o colonial, que va de 1870 a 1914; este régimen del colonialismo al asentamiento estaría marcado por la hegemonía británica y por las estrategias de acumulación “extensivas”. Por su parte, el segundo régimen alimentario es el que llaman “superavitario”, se inicia a partir de la segunda posguerra, ahora bajo la hegemonía de Estados Unidos, y estaría marcado por la exención de la agricultura de las reglas internacionales del libre comercio. Tal exención dio por resultado, entre otras cosas, las “agriculturas nacionales”. Es decir, los mercados internos de cada país serían el punto central en el cual se enfocarían las agriculturas nacionales, más que la exportación.

Desde 1989, McMichael y Friedman hablaban del surgimiento de un régimen alimentario de transición, un posible “tercer” régimen asociado con el ascenso de la globalización. Una hipótesis implícita en su análisis era que este tercer régimen era inevitable, puesto que las fuerzas económicas de la globalización se percibían como imparables. Si bien coincidimos con algunos rasgos centra-

les del tercer régimen que proponen estos autores, nosotros sugerimos que la movilización social podría modificar su curso. En todo caso, lo que nos proponemos hacer en este ensayo es elaborar los rasgos principales del tercer régimen y caracterizarlo específicamente como un “régimen alimentario neoliberal”. Contrariamente a la característica “desregulatoria” que muchos han atribuido al régimen neoliberal, nosotros, inspirados en la obra de Karl Polanyi (1944), preferimos hablar de la neorregulación neoliberal. Es indudable que si bien el Estado ha visto disminuir sus funciones directamente económicas en la dinámica de la acumulación del capital, también lo es que la imposición del nuevo régimen conlleva una fuerte presencia de “nuevas” reglas y leyes para viablearlo. Por lo tanto, es indispensable por lo menos esbozar cómo se ha dado la intervención estatal para imponer el régimen alimentario neoliberal.

### *El régimen alimentario neoliberal*

Proponemos que los rasgos centrales del tercer régimen alimentario son los siguientes tres componentes.

En primer término tenemos el cambio que se registra en la intervención estatal, lo cual se da en la forma de una “neorregulación” de carácter neoliberal, constituida por tres elementos: liberalización comercial, neorregulación agrícola y el reforzamiento de la propiedad intelectual.

En segundo término, la biotecnología se erige como la forma técnica dominante en el crecimiento de la producción agrícola.

En tercer lugar, y muy cercanamente relacionado con el segundo, las empresas transnacionales surgen como actores económicos principales, tanto por el lado de la producción de insumos agrícolas, en este caso la producción de las nuevas biotecnologías, como por el acaparamiento y distribución de los productos agrícolas.

En este ensayo nos enfocamos sólo en los primeros dos rasgos centrales del régimen alimentario: la neorregulación y la biotecnología.

### NEORREGULACIÓN Y BIOTECNOLOGÍA

La región de América del Norte ofrece una oportunidad única para el estudio empírico del papel de las biotecnologías agrícolas en el contexto del globalismo neoliberal. La biotecnología agrícola es

un proyecto dominado por Estados Unidos, país que goza de considerable influencia a escala global. Por consecuencia, la manera como se despliegue esta tecnología en ese país será determinante para su diseminación y adopción también a escala global. Canadá ofrece el ejemplo de la introducción de la tecnología a otro país desarrollado que tiene algún interés en el desarrollo de la biotecnología, pero cuyo nivel de involucramiento e influencia internacional dista mucho del estadounidense. Por lo tanto, Canadá está ubicado en medio de los países que “toman” o aceptan la tecnología y los que la “promueven”. Por su parte, México es un país en desarrollo, cuyo ejemplo puede ofrecer alguna luz sobre la forma en que las naciones con poca influencia en el desarrollo de la tecnología pueden ser afectadas por su diseminación y adopción. A partir de esta comparación de los tres países, investigamos el impacto diferencial de la introducción de la tecnología en naciones con relaciones de poder contrastantes respecto a ella. Investigamos, además, cómo se ha recibido este impacto en los tres países con respecto a la medida y el tipo de resistencia social que ha surgido en cada uno. Esta comparación puede arrojar luz empírica respecto al papel más amplio que desempeña la tecnología en la reestructuración del régimen alimentario.

Los primeros productos de la biotecnología agrícola fueron comercializados desde principios de la década de 1990, pero los primeros cultivos transgénicos se introdujeron apenas en 1995. Para 2007, la producción de cultivos transgénicos se refiere predominantemente a dos características clave —la tolerancia a herbicidas (TH) y la resistencia a insectos (RI) (los TH dan cuenta de 68 por ciento; los RI, 19 por ciento; y los TH y RI combinados, 13 por ciento de las características a escala global)— y cuatro cultivos clave dan cuenta de la superficie transgénica total: soya, 57 por ciento; maíz, 25 por ciento; algodón, 13 por ciento, y semilla de colza o canola, cinco por ciento (James, 2006). Si bien el número de cultivos transgénicos ha sido limitado, su adopción ha sido dramática: creció 60 veces desde 1996: de 1.7 millones de hectáreas en 1996 a 90 millones de hectáreas en 2005 (James, 2004, 2005, 2006).

La adopción inicial de la biotecnología ocurrió, primordialmente, en países desarrollados. Mientras que la adopción en esos países sigue creciendo, aproximadamente desde el año 2000 su adopción en países en desarrollo ha estado emparejándose de manera constante. En 1999, de 12 países que habían adoptado alguna forma de cultivos manipulados con ingeniería genética, cuatro eran países en desarrollo y daban cuenta de 18 por ciento de la superfi-

cie global de transgénicos (James, 2000). Para 2006, 22 países habían adoptado la tecnología, y 11 de éstos eran países en desarrollo que aglutinaban 40 por ciento de la superficie transgénica (James, 2006). A pesar del creciente número de países que participan, la amplia mayoría del área productiva se concentra en un puñado de países; 95 por ciento del área global de transgénicos se concentra en seis países: Estados Unidos (53.1 por ciento); Argentina (17.5 por ciento); Brasil (11.2 por ciento); Canadá (5.9 por ciento); India (3.7 por ciento) y China (3.4 por ciento) (calculado a partir de James, 2006).

Si bien Estados Unidos sigue siendo el indiscutido líder con respecto al desarrollo y la adopción de la biotecnología, podemos ver que su diseminación es crecientemente importante en países en desarrollo y en los desarrollados. Tanto el número de países adoptadores como la cantidad de superficie dedicada a los cultivos transgénicos están creciendo. Si bien la diseminación de la biotecnología no ha procedido sin impedimentos —la moratoria de seis años en la Unión Europea es ejemplo de ello— su adopción se ha dado con la suficiente rapidez como para que sus proponentes argumenten que es la “tecnología de adopción más rápida en la historia reciente de la tecnología” (James, 2006).

A causa de la intensidad de capital y la novedad de la biotecnología, llaman la atención dos factores regulatorios que figuran, prominentemente, en cuanto a su adopción, además de aquellos que se aplican en general para la agricultura y la alimentación: el régimen de la propiedad intelectual que se ha desplegado para proteger los intereses de sus desarrolladores y el régimen regulatorio que supervisa la implementación de los cultivos modificados genéticamente una vez que se adoptan. Estos marcos legales y regulatorios se encuentran tanto en leyes nacionales como supranacionales.

Si bien existen otros acuerdos relevantes para la biotecnología agrícola, hasta la fecha la entidad más significativa en la escala supranacional sigue siendo la Organización Mundial del Comercio (OMC). La agricultura ha figurado prominentemente en las negociaciones de la OMC desde que reemplazó al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT, por sus siglas en inglés) en 1994. El tema de reducir la distorsión comercial en la agricultura ha sido cada vez más importante en varias rondas de negociación. Desacuerdos sobre el tema llevaron al fracaso la novena ronda de negociaciones, llamada “Ronda del Desarrollo”, en julio de 2006. Esta ronda puso de manifiesto las tensiones en torno a la agricul-

tura entre los países en desarrollo y los desarrollados: aquéllos argumentan que los acuerdos, hasta la fecha, han apoyado las prácticas proteccionistas de los países desarrollados, como Estados Unidos y la Unión Europea, mientras que las metas del “desarrollo” se dejan de lado. A pesar de este acalorado debate y del fracaso, hasta la fecha, en la instrumentación de la siguiente fase de estrategias de liberalización comercial agrícola, se ha implementado una serie de acuerdos a partir de la Ronda de Uruguay del GATT (1987-1993), la mayoría de los cuales tiene un impacto significativo sobre la biotecnología agrícola. Los acuerdos más relevantes son el de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (SPS, por sus siglas en inglés, o Sanitary and Phytosanitary Measures Agreement) y el Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS, por sus siglas en inglés, o Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights).

El acuerdo SPS se refiere a los temas de seguridad alimentaria y los estándares de salubridad animal y vegetal. Debido a la controversia sobre la seguridad de la novedosa tecnología genética, este acuerdo es clave para su diseminación. El propósito del acuerdo SPS es proveer a los Estados miembros de un medio para regular la inocuidad de los productos alimenticios, al mismo tiempo que se establecen los lineamientos para evitar que los mismos reglamentos actúen como barreras comerciales no arancelarias. El medio principal para lograr un balance entre seguridad y comercio fluido es insistir en la implementación de regulaciones de seguridad justificables científicamente y aplicarlas “sólo en la medida necesaria” para la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal (Codex Alimentarius, “Codex”: artículo 2.2). Puesto que lo que una nación considera justificable científicamente puede no serlo en otra, se sugiere a los países miembros utilizar estándares internacionales —tales como los desarrollados por el Codex Alimentarius y la Organización para la Alimentación y la Agricultura de la ONU— siempre que sea posible (Codex Alimentarius, “Codex”: artículo 3.1).

A través del TRIPS, la OMC se propone establecer un régimen mínimo de protección a los derechos de propiedad intelectual (DPR) común para todos sus miembros. En relación con la vida vegetal, sin embargo, esta protección no tiene que ser necesariamente en forma de patentes, sino que se puede dar “ya sea mediante patentes o mediante un sistema sui generis efectivo o mediante una combinación de ambos” (WTO, “Trade Related”, Article 27.3b [traducción

del inglés de Gerardo Otero]). Lo que pueda constituir un sistema “sui generis efectivo” de protección a los DPI podría quedar aún más sujeto a debate de lo que constituye una “justificación suficientemente científica”. Una vez más, se reduciría la subjetividad y el potencial para la resolución de disputas toda vez que los miembros puedan sujetarse a estándares internacionales aceptados.

Respecto a las biotecnologías agrícolas, la Convención para la Unión Internacional para la Protección de Variedades Vegetales (Convention for the International Union for the Protection of Plant Varieties o UPOV) ofrece un marco de protección aceptable de los DPI, cuya fuerza depende, hasta cierto punto, de cuál año de la convención suscriban los miembros. Al igual que el propio Acuerdo sobre Agricultura, el TRIPS preside sobre tensiones similares entre países en desarrollo y los desarrollados, por la protección que ofrece a los desarrolladores de tecnología (principalmente en países desarrollados) y la falta de protección que ofrece a las fuentes de material genético (que se originan primordialmente en los países en desarrollo). Algunos países en desarrollo han estado agitando en favor de enmiendas al TRIPS, de tal forma que las aplicaciones de patentes “relativas a los recursos genéticos y el conocimiento tradicional” deberían ofrecer evidencia de que se comparten los beneficios con los países de origen o bien tendrían que enfrentar su revocación (Third World Network [TWN], 2005; Concheiro y López, 2006).

Existen, desde luego, otros acuerdos y organizaciones internacionales que afectan la agricultura y la biotecnología. La propuesta señalada arriba fue presentada por Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, India, Perú, República Dominicana y Tailandia, en la reunión del consejo del TRIPS, en 2005, bajo el tema de la relación entre el TRIPS y la Convención sobre la Diversidad Biológica (CBD, por sus siglas en inglés) de la ONU (Third World Network [TWN], 2005). La CBD y su complementario Protocolo de Cartagena de Bioseguridad son acuerdos internacionales referidos a la conservación, el uso sustentable y al acceso igualitario y justo a los recursos genéticos que provee mayor credibilidad a la conducta de precaución, al mismo tiempo que apoya el intercambio de ciencia e información. Al momento de su inicio, en 1992, la CBD tenía más de 150 miembros suscriptores. Existe un debate significativo, sin embargo, respecto a cómo engarza el CBD con los arreglos de la OMC, y cuál tiene precedencia en casos de conflicto. Además, el CBD es menos atractivo para aquellos países que tienen más que

perder al compartir un acceso equitativo a los recursos genéticos, sobre todo aquellos donde se ubican las principales compañías productoras de semillas. Como consecuencia, Estados Unidos firmó pero nunca ratificaron la CBD ni firmaron el Protocolo sobre Biodiversidad. Tanto Canadá como México firmaron y ratificaron la CBD y el protocolo, al cual México ingresó en 2002. En suma, mientras que existe evidencia de que los países en desarrollo han cabildeado por incorporar los valores de la CBD en el acuerdo TRIPS, tal como se encuentra dicha disposición, ésta sigue dominando y siendo la más influyente con respecto al contexto internacional de la regulación en cuanto a la biotecnología agrícola.

#### BIOTECNOLOGÍA Y NEORREGULACIÓN EN ESTADOS UNIDOS, CANADÁ Y MÉXICO

Aquí partimos del supuesto de que la adopción de cultivos transgénicos debe evaluarse en el contexto del papel que tiene la agricultura en cada país. Mientras que la población económicamente activa (PEA) agrícola en Canadá y Estados Unidos constituye apenas alrededor de dos por ciento, en México es de casi 20 por ciento del total de la fuerza de trabajo activa. Además, la proporción entre el producto interno bruto (PIB) agrícola y la PEA agrícola (en dólares estadounidenses) es de 39 993 en Estados Unidos; 48 557 en Canadá, en México apenas es de 2 692 (Zahniser, Young y Wainio, USDA, ERS, 2005:5). Es decir, mientras que un porcentaje diez veces mayor de la PEA mexicana se dedica a la agricultura, los ingresos que generan son mucho menores que los de la población correspondiente en Estados Unidos y Canadá. Estas diferencias reflejan también una mayor intensidad en el uso del capital en las agriculturas de los países del norte comparados con la de México, en donde la gran mayoría de los productores son pequeños campesinos parcelarios con dotaciones de capital sumamente limitadas; casi el único recurso del que disponen con cierta flexibilidad para expandir o contraer es la mano de obra familiar. Es esencial, entonces, tener presente dichas diferencias al considerar los distintos contextos en que los países han adoptado sus decisiones de neorregulación. Enseguida, hacemos un recuento muy somero de la regulación en los países del norte, con el objetivo de asentar su carácter principal, y luego resumimos, con más detalle, la legislación mexicana correspondiente.



*Estados Unidos*

Como ya se ha mencionado, Estados Unidos es el principal productor de cultivos transgénicos, dando cuenta de 53 por ciento del área global de producción. El país produce una gran variedad de cultivos modificados genéticamente: soya, maíz, algodón, colza o canola, calabaza, papaya y, desde su aprobación en 2006, alfalfa (James, 2006). Los datos más cruciales sobre biotecnología en este país son que no sólo es el mayor adaptador de la tecnología, sino que también alberga a las principales compañías que la desarrollan. Por ejemplo, la compañía Monsanto, que es la mayor productora de semillas en el mundo, concentraba 88 por ciento de las ventas de cultivos transgénicos del área sembrada en 2004 (según estadísticas compiladas por el Grupo ETC con datos de ASA y Monsanto, en ETC Group, 2005b). Por lo tanto, Estados Unidos cuenta con una legislación por demás propicia para el desarrollo de la biotecnología y es el mayor promotor de la misma en el resto del globo.

Por su precoz interés en el desarrollo de la biotecnología, resultaba crítico para Estados Unidos asegurarle a sus compañías la protección de sus derechos de propiedad intelectual. Una vez que pasó el TRIPS, Estados Unidos adoptó la forma más restrictiva de protección disponible para las biotecnologías agrícolas: las patentes. Este enfoque era consistente con la larga historia del país en apoyo de la patentabilidad de las formas de vida, como se evidenció en varias resoluciones de sus tribunales en la segunda mitad del siglo XX (Vaver, 2004:158).

La posición del país sobre las patentes es consistente con su enfoque regulatorio global hacia la biotecnología: tanto patentes como regulación han de estar encaminados a maximizar el potencial de crecimiento del sector. A pesar de que la resistencia ciudadana surgió desde principios de los años ochenta en contra de la primera liberación de organismos genéticamente modificados (OGM), el gobierno de Estados Unidos decidió no crear ninguna agencia reguladora específica para vigilar las aplicaciones de biotecnologías agrícolas. En vez de eso, se creó el Marco Coordinado para la Regulación de la Biotecnología, en 1986, para designar los papeles que tendrían las diversas agencias ya existentes en la regulación de la tecnología; en particular, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), la Administración de Alimentos y Medicinas (FDA) y la Agencia para la Protección del Medio Ambiente (EPA) (en todos los casos se trata de las siglas en inglés).

Todas estas agencias operan bajo el concepto central de “equivalencia sustancial”, el cual supone que los productos de la biotecnología agrícola serían sustancialmente equivalentes a los que se obtienen mediante procesos convencionales de fitomejoramiento. Por consiguiente, no se hace ninguna consideración especial a los productos de la biotecnología por el proceso mediante el cual fueron desarrollados, ni por cualquier desviación potencial que pudiese surgir como consecuencia específica de dicho proceso. La FDA, por ejemplo, requiere que los alimentos que son producto de la ingeniería genética “cumplan con los mismos estándares rigurosos de seguridad que se requieren para todos los demás alimentos” (United States, EPA, 2003: “EPA’s Regulations”) y la agencia no requiere la aprobación previa a la liberación al mercado para la mayoría de los cultivos transgénicos, los cuales caen dentro de la categoría de sustancias “generalmente reconocidas como seguras” (*generally recognized as safe*) o GRAS, por sus siglas en inglés. Este mismo enfoque laxo se aplica consistentemente en todas las agencias que regulan la biotecnología.

Se puede concluir que este enfoque regulatorio laxo ha tenido el efecto deseado por sus diseñadores: la biotecnología agrícola es una de las tecnologías agrícolas adoptadas más rápidamente, y Estados Unidos tiene una parte significativa de las ganancias que han resultado de dicha adopción a escala global. Monsanto, por ejemplo, sólo ha tenido pérdidas en un año desde 1996. Si bien sus ganancias han sido variables desde entonces —como se puede esperar de una nueva tecnología intensiva en el uso del capital, y de manera particular tan sensible políticamente—, se estabilizaron a la alza de 2003 a 2007: las ganancias de Monsanto (en millones de dólares) han sido: 68 en 2003; 267 en 2004; 255 en 2005; 689 en 2006 y 993 en 2007 (compilado con datos de Monsanto, 2005 y Monsanto, 2007). Todo indica que el impulso por producir maíz para etanol a partir de 2007 ayudaría a incrementar aún más las ventas de tecnología de maíz de Monsanto y, por lo tanto, sus ganancias (Gillam, 2007).

Sin duda, la rápida adopción, la fuerte protección de la propiedad intelectual y el laxo marco regulatorio de las biotecnologías agrícolas en Estados Unidos se han visto desafiados desde algunos frentes de movilización. No obstante, y seguramente debido a la ausencia de un etiquetado que alerte al consumidor de la presencia de transgénicos en los alimentos, la oposición de los consumidores ha sido débil. Pero algo de oposición a la tecnología ha surgido en los siguientes frentes: en torno a la transición al fuerte

régimen de protección de los derechos de propiedad intelectual, en temas de mercadeo relacionados con la tecnología, y sobre sus implicaciones ambientales y para la salud, exacerbadas por la flexible regulación a la que lleva el enfoque de política basado en la “equivalencia sustancial”. Resumiremos estas formas de resistencia en las conclusiones.

### *Canadá*

Canadá no tiene un área de cultivo de transgénicos tan significativa: seis por ciento del área global contra 53 por ciento de Estados Unidos. Tampoco ha sido tan rápida en la adopción de un rango de transgénicos que, cada vez más, se pueden conseguir comercialmente en Estados Unidos. En 2005, los principales cultivos transgénicos en Canadá eran colza (o canola), maíz y soya (James, 2006), aunque la alfalfa también fue aprobada en ese año (Canadian Food Inspection Agency, “Plants Evaluated”). En relación con el contexto internacional, sin embargo, el país es importante al ocupar el cuarto lugar en cuanto a superficie sembrada con transgénicos. Asimismo, Canadá tiene un sector sustancial de biotecnología, ya que el ocho por ciento de las compañías de biotecnología que cotizan en la bolsa están asentadas en ese país (ETC Group, 2005a). Aunque muy por debajo de los 4.5 mil millones de dólares invertidos en Estados Unidos en 2002, Canadá hizo una inversión significativa de 695 millones en investigación y desarrollo biotecnológico (en dólares canadienses, Munn-Venn y Mitchell, 2005:4, con datos de Statistics Canada). Por lo tanto, si bien Canadá dista mucho de desafiar a Estados Unidos en la dominación del desarrollo biotecnológico, no deja de ser un “jugador” significativo.

El contexto regulatorio para las biotecnologías agrícolas en Canadá tiene algunas similitudes notables con el de Estados Unidos, en particular a partir de las últimas dos décadas del siglo XX. Esto se aplica tanto a su enfoque sobre los derechos de propiedad intelectual como a la regulación en general. En cumplimiento con su obligación respecto al TRIPS de la OMC, Canadá es también miembro de la UPOV, pero firmó la versión de 1978 de la ley. Esto es consistente con su historial de tener protecciones más débiles de los derechos de propiedad intelectual en comparación con Estados Unidos. La UPOV de 1978 retiene las excepciones para que tanto agricultores como fitomejoradores puedan guardar semillas para su uso propio. Si bien los grupos de la industria cabildan porque se firme la versión UPOV de 1991, con mayores proteccio-

nes para la propiedad intelectual, hasta la fecha esto no ha sucedido. Sin embargo, se utilizan otros métodos para restringir que se guarden semillas en el país —tales como el uso de contratos— que según los críticos convierten en una farsa el derecho a guardar semillas (Beingesser, 2004). Además, Canadá ha tenido una larga historia de lucha legal sobre si las formas de vida pueden patentarse: el Estado canadiense no está tan decididamente en favor de extender patentes a las formas de vida como sí lo están en Estados Unidos.

No obstante lo anterior, Canadá fue el escenario de un caso legal que cambió el contexto para patentar las formas de vida en el país. Se trata de un caso juzgado por la Suprema Corte de Canadá, la cual resolvió que si bien los seres vivos no son patentables, los genes sí lo son. El resultado práctico para el agricultor que quiera guardar semillas no se distingue de si aquello fuese el caso. Al igual que en Estados Unidos, el impacto sobre los agricultores es que tienen que volver al mercado para comprar semillas cada temporada agrícola, lo cual incrementa los costos totales de sus insumos en aquellos cultivos en los que las biotecnologías se han hecho dominantes.

Ahora bien, con respecto a las biotecnologías agrícolas en general, Canadá muestra una serie de similitudes con el sistema estadounidense. Si bien la regulación canadiense fue más lenta en desarrollarse, su similitud se manifestó finalmente en el Marco Regulatorio para la Biotecnología de 1993 (Regulatory Framework for Biotechnology). Al igual que el sistema estadounidense, este marco asigna la regulación de la biotecnología a las agencias y legislación existentes: Health Canada, la Agencia Canadiense de Inspección Alimentaria y Environment Canada. El enfoque de políticas públicas para la biotecnología revela una concurrencia implícita con el mismo concepto de “equivalencia sustancial” que subyace en el enfoque estadounidense. Además, las evaluaciones de la biotecnología se hacen sobre la base de cada producto, y no sobre la del proceso del que resulta. Así, por ejemplo, la estrategia de Health Canada se funda en la comparación de los productos de la biotecnología con sus contrapartes convencionales, de tal forma que se comparen con “alimentos tradicionales que tienen una historia de uso seguro” (Canadian Biotechnology Advisory Committee [CBAC], 2002).

Por las similitudes entre los sistemas regulatorios canadiense y estadounidense, no es de sorprender que el sistema canadiense haya mostrado evidencias de fallas y críticas como las del estado-

unidense. En Canadá, la presión pública llevó a una evaluación por parte de la Royal Society of Canada en 2001, la cual derivó en 33 recomendaciones para reforzar la regulación en biotecnología. A pesar de que al año siguiente otra agencia de la sociedad civil lanzó otra evaluación, esta misma se quejó en un memorándum de 2004 porque había poca evidencia de que el gobierno quisiera implementar cualquiera de las recomendaciones (CBAC, 2004).

Como resultado de la laxitud en su regulación y la relativa fortaleza en la protección de los derechos de propiedad, la industria de biotecnología agrícola canadiense es de las más desarrolladas. Como lo informó Maxime Bernier, el ministro de Industria de Canadá en ese momento, el país tenía uno de los gastos más altos en ciencia y tecnología de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), y ocupaba “el tercer lugar en el número de compañías de biotecnología, [era] el tercer país en ingresos e investigación y desarrollo en biotecnología, y el quinto en invenciones” (Bernier, 2007).

La resistencia pública canadiense a la biotecnología se manifiesta de manera similar a la de Estados Unidos: cabildeo, campañas y otras iniciativas para presionar a los gobiernos. Algo de esta presión involucra, además, a grupos de productores. En particular, los productores orgánicos son la fuente más confiable de resistencia, al igual que en Estados Unidos. Pero en el caso del trigo transgénico resistente al glisofato, la resistencia incluyó también agricultores convencionales, así como organizaciones de productores y ambientalistas. La resistencia fue tan amplia que eventualmente forzó a Monsanto a retirar su solicitud de permiso, a pesar del hecho de que el gobierno federal había sido socio en su desarrollo (Scofield, 2004). Si bien se trató de un esfuerzo comunitario, un gran factor en este resultado fue la robusta oposición ejercida por los propios productores de trigo con base en consideraciones mercantiles de costo-beneficio.

Es interesante destacar que uno de los mayores opositores del trigo transgénico fue el Canadian Wheat Board (CWB), mismo que ha estado bajo ataque para que se le aplique la reestructuración neoliberal. El CWB es una cooperativa de ventas controlada por los agricultores, que tiene el monopolio sobre el mercadeo del trigo y la cebada en el oeste de Canadá. Como consecuencia, ha sido acusado —sobre todo por parte de agricultores estadounidenses— de darles a los canadienses una ventaja injusta y de distorsionar las prácticas mercantiles justas (CBC, 2006). Otras asociaciones de granjeros, como la Unión Nacional de Granjeros (National Farmers

Union, NFU) y el propio CWB están luchando por retener las protecciones que les ofrecen las políticas de manejo de oferta y la cooperativa de ventas en productos como el trigo, la leche y los huevos (NFU, 2007). Si bien la asociación no es explícita, la vinculación entre neorregulación neoliberal, mercadeo internacional y biotecnología se hace cada vez más evidente. Tal vinculación se ve con mayor claridad al considerar el caso de México.

### *México*

Comparado con Estados Unidos e incluso con Canadá, México es todavía un jugador pequeño en la adopción y desarrollo global de cultivos transgénicos. México ocupa el décimo tercer lugar entre 22 países que han adoptado la biotecnología, con apenas 0.1 millón de hectáreas (0.1 por ciento del área global de cultivos). En México se cultiva algodón y soya (James, 2006), y tiene una empresa transnacional, el Grupo Pulsar, que cuenta con una enorme rama de biotecnología. Pulsar ha comprado varias compañías estadounidenses de biotecnología más pequeñas y sus detractores la llaman la “Monsanto de México”, ya que trata de vender sus semillas y árboles hacia el sur del estado de Puebla. Utilizando el Plan Puebla Panamá, un acuerdo de libre comercio con los países de Centroamérica, también quiere tener acceso a los vastos recursos biológicos contenidos en las tierras de las comunidades indígenas (Carlsen, 2006:68).

Si bien la protección a la propiedad intelectual ha evolucionado en México hacia una convergencia con la de Estados Unidos desde mediados de los años ochenta del siglo pasado, todavía no ofrece derechos de propiedad intelectual sobre los procesos biológicos, las plantas, los animales o los humanos. Sin embargo, sí se pueden patentar microorganismos, proteínas, genes, líneas celulares, anticuerpos, productos farmacéuticos y procesos microbiológicos. Asimismo, se puede proteger la propiedad sobre las plantas mediante la Ley Federal de Variedades Vegetales (Lazard, s.f.).

No obstante que México ha desempeñado un papel relativamente menor en el desarrollo y adopción de la biotecnología, fue uno de los primeros en adoptar la hormona recombinante para el crecimiento bovino, una droga para aumentar la productividad de vacas en lactación, antes de ser aprobada para su uso en Estados Unidos, donde se desarrolló (Otero, Poitras y Pechlaner, 2008). Además, el hecho de que México haya tenido un papel menor no modifica que la tecnología transgénica ha tenido un impacto indi-

recto enorme en su estructura social agraria con la liberalización comercial agrícola (Fitting, 2008). México se ha dedicado asiduamente al proceso de neorregulación de su estructura de tenencia de la tierra, se ha asociado con sus dos vecinos del norte en el TLCAN y ha regulado la biotecnología de acuerdo con el mismo ímpetu de promoción empresarial que acabamos de describir para Estados Unidos y Canadá. Sin embargo, la Ley de Bioseguridad de Organismos Genéticamente Modificados (LBOGM), publicada el 18 de marzo de 2005, es un intento de combinar los principios estadounidense y europeo en cuanto a la biotecnología: trata de articular tanto el “enfoque de precaución”, central en la legislación de la Unión Europea, con el de “equivalencia sustancial” que inspira las legislaciones de Estados Unidos y Canadá. No obstante este intento mediador, enseguida mostramos que la ley se inclina claramente hacia el principio estadounidense, aunque en el discurso corteja también el europeo.

Tras liberalizar su comercio exterior al unirse al GATT, en 1986, la mayor transformación legislativa en México fue la nueva Ley Agraria de 1992 (Otero, 2004). Esta ley puso fin a la obligación del Estado de repartir la tierra, establecida en la constitución de 1917. Como es ampliamente conocido, la reforma agraria mexicana puso en manos del “sector social” aproximadamente la mitad de las tierras laborables y boscosas de la nación, en la forma de ejidos y comunidades agrarias. La ley de 1992 otorgó la posibilidad de vender estas tierras anteriormente inalienables para abrir las tierras al mercado y promover su concentración. Sin embargo, para 2007 la venta de esas tierras había sido mínima, no más de dos por ciento. En la lógica campesina, el acceso a la tierra es el único recurso a su disposición con el que la unidad doméstica puede minimizar su inseguridad alimentaria; lógica que se refuerza cuando el resto de la economía de México es incapaz de ofrecer empleos remunerativos.

A pesar de la gran movilización en contra de la Ley Agraria de 1992, se aprobó entre noviembre de 1991 y febrero de 1992 (Cornelius y Myhre, 1998; Otero, 2004). Dos años después, sin embargo, el 1 de enero de 1994, el día en que entraría en vigencia el TLCAN, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) lanzó una insurrección armada en el estado de Chiapas (Harvey, 1998; Gilbreth y Otero, 2001). Desde entonces, el TLCAN siempre se vincularía a los movimientos opositores del neoliberalismo en el campo, por considerarse el principal mecanismo estatal de abandono del campo. Es en este contexto políticamente volátil que se intro-

dujeron las biotecnologías agrícolas y la neorregulación para su instrumentación.

Entre 1995 y enero de 2005, se aprobaron, para su comercialización, 31 organismos genéticamente modificados para el consumo humano. Estos productos incluyeron variedades de alfalfa (1), soya (2), tomate (3), papa (3), canola (4), algodón (9) y maíz (9). Si bien un total de nueve compañías desarrollaron estas variedades, Monsanto dio cuenta de 16 de las 31 variedades. No es de sorprender que ocho de ellas estuviesen codificadas genéticamente para resistir el glisofato, el herbicida que produce Monsanto (Comisión Federal para la Protección contra los Riesgos Sanitarios [COFEPRIS], 2005). Puesto que México es centro de origen biológico del maíz, aquí reside una importante reserva de la diversidad biológica de este cultivo. Si bien el gobierno adoptó inicialmente el enfoque de precaución hacia la liberación de maíz transgénico, para 2002 la Sagarpa empezó a otorgar permisos para su liberación comercial. Supuestamente esos permisos se dieron para que se usaran en el norte de México, lejos de las regiones centro y sur, que son las que mayor diversidad biológica contienen.

En vista del enfoque caótico que prevalecía en el otorgamiento de permisos, el Congreso mexicano elaboró la LBOGM en marzo de 2005 (LBOGM, 2005). Entre las metas de esta ley, se incluyen el establecimiento de un nivel de protección

[...] adecuado y eficiente de la salud humana, el medio ambiente, la diversidad biológica y animal, y la salud vegetal; definir principios y una política nacional; las competencias de las diversas agencias gubernamentales; un régimen de permisos; medidas de control, etcétera.

Lo más notable de las metas es que se destaca al maíz como un cultivo que tiene tratamiento especial, lo cual contrasta con la práctica anterior del gobierno de otorgar permisos de manera flexible desde 2002.

La ley introduce un criterio claramente orientado por el mercado para establecer la viabilidad económica de la liberación comercial de organismos genéticamente modificados, puesto que su autorización implica automáticamente la posibilidad de importarlos. Por lo tanto, los interesados en producirlos en México tendrán que tener una ventaja en costos en comparación con el costo de importarlos. Los OGM importados deben someterse al mismo proceso de autorización que los que se vayan a producir en el país y,



en la mayoría de los casos, uno de los requisitos es que el OGM en cuestión esté autorizado para su liberación en su país de origen.

Una sección especial de la LBOGM está dedicada a las zonas restringidas, que protegen los centros de origen y diversidad biológica, así como las zonas libres de OGM, las cuales pueden ser designadas a petición de las comunidades locales. Estas últimas pueden ser, por ejemplo, comunidades que deseen proteger prácticas agrícolas y mercados orgánicos. Estas peticiones de las comunidades, sin embargo, tienen que estar respaldadas por los gobiernos estatal y municipal. Este requisito plantea la interrogante de en qué medida dichos gobiernos tendrán la autonomía de las clases dominantes locales y de las empresas transnacionales que tengan planes diferentes para las regiones.

En relación con el etiquetado de OGM, la ley adopta un enfoque combinado entre el de precaución (europeo) y el de equivalencia sustancial (estadounidense), aunque éste prevalece en última instancia. Para consumo humano directo, el etiquetado se requiere sólo si los productos son “significativamente diferentes” de los convencionales. Con respecto a las semillas, sin embargo, la ley sigue un enfoque más estricto para el etiquetado, puesto que México tiene que honrar su acuerdo de libre comercio con la Unión Europea, y no sólo con Estados Unidos y Canadá. Para cumplir con ese compromiso, el artículo 101 mandata a las secretarías de Agricultura y Economía a que sigan las reglas generales de etiquetado y que mencionen específicamente que se trata de productos que contienen OGM, sus características e implicaciones. En el caso de importación de OGM, la ley deja al criterio de las secretarías implicadas la decisión de si hay que etiquetar o no, pero su destino final se tiene que incluir en la etiqueta (por ejemplo, para consumo humano o animal).

Al igual que en Estados Unidos y Canadá, la adopción de biotecnología en México ha suscitado una resistencia significativa. Si bien en aquellos países la resistencia se ha enfocado en los sistemas legislativo y judicial, en México se ha extendido hasta las calles en la forma de protestas de movimientos sociales e insurrección armada. Hay dos razones centrales que explican esta diferencia. En primer lugar, como se mencionó, la biotecnología y el globalismo neoliberal no han tenido un impacto tan grave sobre las estructuras sociales agrarias de Canadá ni de Estados Unidos. En contraste con eso, el vuelco neoliberal ha sido mucho más devastador en México, sobre todo para el campo (Otero, 2004, 2006). Claramente, este factor tiene mucho que ver con la gran cantidad

de gente que depende de la agricultura en México y que el modelo neoliberal los ha tornado en redundantes desde mediados de los años ochenta. Para 1990, cuando el entonces presidente Carlos Salinas propuso el TLCAN, cerca de 30 por ciento de la fuerza de trabajo se dedicaba a la agricultura. Después de 14 años, o sea el 2008, esa proporción se había reducido a menos de 20 por ciento, y la mayoría de los que representan esta reducción habían tenido que migrar hacia las ciudades o Estados Unidos.

En segundo lugar, México tiene un gran déficit en sus instituciones democráticas: éstas son mucho más débiles y menos desarrolladas que las de los países del norte. Sus tribunales tienen una presencia más bien insignificante en la resolución de conflictos contenciosos y no han mostrado mucha independencia del ejecutivo en turno. Por su parte, el proceso legislativo ha estado dominado por los intereses proneoliberales y proempresariales, los cuales han ejercido una presión determinante en el mismo.

La neorregulación simpatizante con la biotecnología y una reforma agraria anticampesina han creado un conspicuo ataque doble sobre la agricultura campesina. Por lo tanto, los movimientos de resistencia en México han vinculado explícitamente su oposición tanto a la biotecnología agrícola como al globalismo neoliberal. Su demanda principal desde el octavo año del TLCAN, 2003, cuando se abrirían la mayor parte de los cultivos al libre comercio, ha sido la renegociación del capítulo agrícola del tratado. Fue entonces cuando surgió el más grande movimiento agrario que se había visto en el país, El Campo No Aguanta Más, en el que se unieron prácticamente todas las centrales y organizaciones campesinas, oficialistas e independientes. Si bien este movimiento logró inicialmente que el gobierno de Vicente Fox (2000-2006) prometiera renegociar el capítulo agrícola del TLCAN o bien que introduciría medidas compensatorias, el movimiento eventualmente se fragmentó debido a que algunos líderes aceptaron concesiones de corto plazo para sus bases (Bartra y Otero, 2005; Celis, 2005).

Ni la movilización masiva ni la insurrección armada habían logrado modificar las políticas neoliberales para 2006, pero en ese año el sistema político fue sacudido hasta sus raíces más profundas durante las elecciones presidenciales. Si bien se suponía que México estaba en un proceso de transición hacia la democracia, estas elecciones estuvieron teñidas por enormes irregularidades que le dieron el triunfo al candidato de la derecha. Las intromisiones ilegales del presidente Fox y del Consejo Coordinador Empresarial contra el candidato del centro-izquierda, Andrés Manuel

López Obrador (AMLO), y una serie de errores de comunicación por parte del Instituto Federal Electoral, se prestaron para generalizar la creencia de que ocurrió un gran fraude (46 por ciento así lo creyó en una encuesta de opinión). Oficialmente, ninguno de los candidatos obtuvo más de 37 por ciento de la votación (Otero, 2008a).

Uno de los temas centrales de la movilización en apoyo de AMLO ha sido la soberanía alimentaria en torno al maíz, bajo la consigna de “sin maíz no hay país”, y una gran oposición a los OGM (Otero, notas de campo tomadas en la Convención Nacional Democrática, marzo de 2007, y en la gran marcha campesina del 31 de enero de 2008 en la ciudad de México). Este movimiento se ha exacerbado en 2008 con la liberalización de los últimos cuatro productos agrícolas que seguían protegidos tras la puesta en vigor del TLCAN: maíz, frijol, leche y azúcar. Si bien los prospectos de éxito para este movimiento son escasos, no dejan de ser posibles.

#### VULNERABILIDAD ALIMENTARIA Y NUEVA DIVISIÓN DEL TRABAJO EN LA REGIÓN DEL TLCAN

Hasta 1989, México fue autosuficiente en la producción de alimentos. Pero ese fue el primer año en que se importó maíz en cantidades significativas, tendencia que se ha mantenido a la alza hasta alcanzar una dependencia de 23 por ciento del consumo total en 2007. Una vez liberalizado totalmente el maíz en 2008, su importación creció 17 veces en el mes de enero respecto al mismo mes del año anterior. Hay que aclarar que el maíz que México importa es amarillo, cuyo uso está destinado a la producción de alimento para ganado, de jarabe de maíz de alta fructosa, o bien, a partir de 2007, de etanol. México sigue siendo autosuficiente en maíz blanco para la producción de tortillas. Es importante destacar que si bien el maíz blanco y el amarillo se podrían considerar como dos productos distintos, la realidad es que los menores precios de importación del amarillo han afectado los precios que reciben los productores de maíz blanco, mismos que declinaron desde que se empezó a importar el maíz amarillo. No fue sino hasta 2006, cuando el presidente de Estados Unidos introdujo un estímulo para la producción de etanol, que el precio de su materia prima, el maíz amarillo, aumentó de manera considerable. Este fenómeno ha impactado también los precios del trigo hacia arriba, puesto que muchos productores de trigo cambiaron la mezcla de sus cosechas en favor

del maíz: una menor oferta de trigo produjo alzas notables en su precio.

De acuerdo con algunos estudios sobre la vulnerabilidad alimentaria mexicana, la balanza comercial agroalimentaria de México ha sido deficitaria desde antes del inicio del TLCAN, pero el déficit habría aumentado considerablemente con la introducción del acuerdo comercial (De Ita, 2007; González y Macías, 2007). Nuestros propios cálculos, elaborados con datos de la Organización para la Agricultura y la Alimentación de las Naciones Unidas (FAO, por sus siglas en inglés), nos llevan a concluir que, en realidad, México ha sido superavitario desde los años sesenta del siglo XX. Seguramente nuestras cifras incluyen elementos, como la cerveza, que no están incluidos en las exportaciones agropecuarias de los estudios citados. A pesar de esta discrepancia en los cálculos sobre la balanza comercial agropecuaria, coincidimos en el hecho principal: la creciente dependencia de México en la importación de granos, sobre todo desde Estados Unidos, ha agravado su vulnerabilidad alimentaria. En particular, estamos de acuerdo en designar el problema como uno de “vulnerabilidad alimentaria” definida de la siguiente manera:

[...] la situación que caracteriza a países, sectores sociales, grupos e individuos que están expuestos o son susceptibles de padecer hambre, desnutrición o enfermedad por no tener acceso física, económica y sustentablemente a una alimentación suficiente, nutritiva y culturalmente aceptable, o por consumir productos insalubres o contaminados (González y Macías, 2007:48).

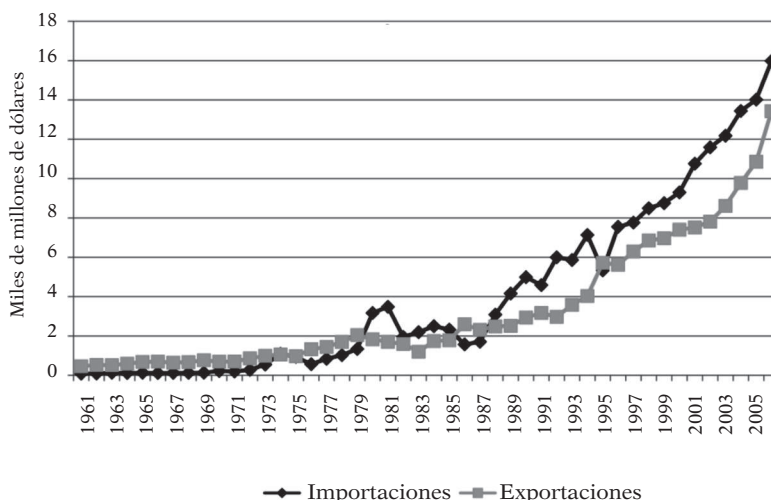
Aunque esta definición recoge los elementos principales que la FAO ha utilizado para referirse a la falta de “seguridad alimentaria”, el concepto propuesto precisa de mejor manera la “vulnerabilidad” agroalimentaria.

Lo paradójico de la situación desde 1961 es que, según nuestros cálculos, con la excepción de dos años posteriores a fuertes devaluaciones del peso (1983 y 1995), México siempre ha sido superavitario en la producción agropecuaria. Es decir, en balance, México exporta más alimentos de los que importa. Lo preocupante, sin embargo, es la composición de las importaciones y las exportaciones: cada vez importamos más granos básicos para la alimentación, mientras que nuestras exportaciones de frutas y verduras crecen. Para 2005, la importación de arroz era de 72 por ciento del

consumo doméstico, la del trigo era de 59 por ciento, la del maíz de 23 por ciento y la de frijol nueve por ciento.

Más grave aún es el hecho de que la balanza agropecuaria de México es deficitaria hacia Estados Unidos, lo que significa que nuestra mayor dependencia es, precisamente, respecto a nuestro vecino del norte. Resulta que, durante la vigencia del TLCAN, 84 por ciento de las exportaciones agroalimentarias mexicanas estuvieron destinadas a Estados Unidos, con un máximo alcanzado en 2005 con 89 por ciento (González y Macías, 2007:58).

GRÁFICA 1  
IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN AGRÍCOLA DE MÉXICO

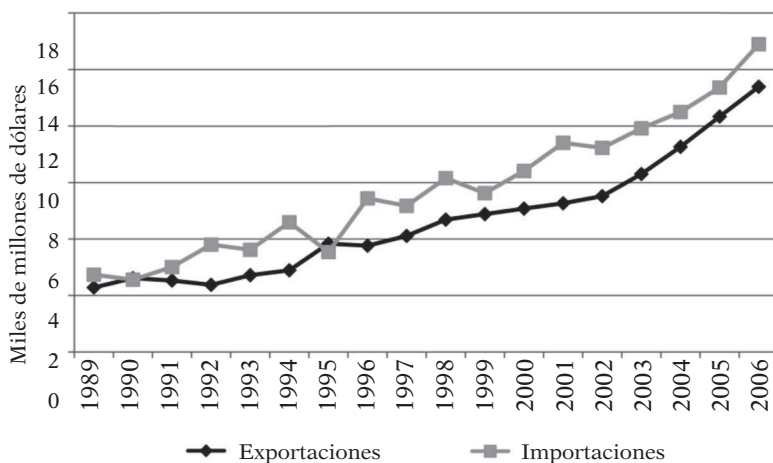


FUENTE: elaboración propia con datos de FAOSTAT (2009).

Los granos que más se importan desde Estados Unidos son, por orden de importancia: maíz, trigo, cebada, arroz y sorgo. Por su parte, las principales exportaciones alimentarias mexicanas son verduras, que han crecido muy notablemente, cerveza de cebada, jitomate y frutas. Si bien las exportaciones mexicanas han aumentado considerablemente con la aplicación del TLCAN, los principales proveedores de alimentos para Estados Unidos siguen siendo la Unión Europea (UE) y Canadá, con la UE convirtiéndose en el principal proveedor desde la vuelta del siglo XXI. Es decir, a pesar de que la dependencia alimentaria de México respecto a su vecino del nor-

te aumenta, su situación no es recíproca respecto a frutas y verduras. De hecho, los dos destinos principales de la exportación alimentaria estadounidense son Canadá y México, seguidos de Japón y en cuarto lugar viene la UE, principal proveedora alimentaria de Estados Unidos (FAOSTAT).

GRÁFICA 2  
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES AGRÍCOLAS  
DESDE MÉXICO HACIA ESTADOS UNIDOS



FUENTE: elaboración propia con datos de USDA (2007).

Ahora bien, si las exportaciones mexicanas han aumentado, se podría esperar que sus productores se hubieren beneficiado masivamente. Sin embargo, resulta que del total de los siete millones de productores agrícolas, sólo 20 mil constituyen el grupo más dinámico en exportaciones. Si bien existen más de 32 mil empresas en la industria alimentaria, sólo 1 692 exportan y tan sólo 300 dan cuenta de 80 por ciento de las exportaciones (González y Macías, 2007:58). Además, tenemos que unos de los rubros cuya exportación ha aumentado más, cerveza y tequila, han sido ya adquiridos en propiedad sustancial, por empresas estadounidenses. Se podría decir, entonces, que si México importa mucha cebada y exporta mucha cerveza, esta industria se parece cada vez más a la de las maquiladoras: se importa la materia prima, se le agrega valor a partir de mano de obra barata mexicana y se exporta. Pero

los beneficios del valor agregado cada vez quedan menos en manos de empresarios mexicanos.

Puesto que México ha aumentado su importación de alimentos más baratos, cabría suponer que los consumidores se han beneficiado. Sin embargo, la realidad es que los precios de los alimentos al consumidor han aumentado al doble (733 por ciento la tortilla y 736 por ciento el pan blanco) de lo que ha sido la inflación general (357 por ciento) en el periodo del TLCAN, de 1993 a 2007. Una consecuencia de esto es que el salario mínimo se ha deteriorado en términos reales en 21 por ciento durante el mismo periodo (González y Macías, 2007:67-68). Un estudio de la Secretaría de Economía revela que los precios de los alimentos pueden ser hasta cinco veces más caros de lo que se les paga a los productores (Martínez y Almanza, 2008). Por último, mientras que la población ocupada en México aumentó en 9.8 por ciento entre 1998 y 2007,

[...] en el sector agropecuario disminuyó en 23.97 por ciento al pasar de 7.5 millones de personas a sólo 5.7 millones. Como consecuencia directa de esta desocupación rural, cuya población aporta el 90 por ciento de los migrantes hacia los Estados Unidos, se calcula que en 2004 había 11 millones de migrantes mexicanos en ese país (González y Macías, 2007:69-70).

Hay que destacar, asimismo, que estas tendencias de desocupación rural han producido también un empeoramiento de la situación de la desigualdad, medida por un aumento en el coeficiente Gini. A su vez, esto ha ocasionado un “retroceso del consumo per cápita de proteínas y calorías en la población mexicana” (González y Macías, 2007:75).

En resumen, podemos decir que la invasión de granos desde Estados Unidos ha llevado a la bancarrota a un enorme número de campesinos mexicanos. El aumento en las exportaciones de frutas y verduras, sin embargo, no ha sido suficiente para emplear a los campesinos que se quedaron sin trabajo. Por lo tanto, los únicos productores que han podido beneficiarse de la bonanza han sido los agricultores empresariales más capitalizados. Tenemos, entonces, que el proceso de liberalización agrícola conlleva un gran vaciamiento del campo mexicano, ocasionando el mayor éxodo de población rural que nuestro país haya experimentado en su historia. Como consecuencia de ello, lejos de que el TLCAN haya logrado mejorar los niveles de vida de los mexicanos, en general ha aumentado su vulnerabilidad alimentaria y su éxodo forzado hacia los

peligros de la migración internacional y el abandono de familias y comunidades.

### CONCLUSIONES

La conclusión general es que el país en desarrollo de los tres socios comerciales del TLCAN es el que ha tenido que soportar la mayor parte de los impactos negativos de su asociación, dentro del nuevo régimen alimentario neoliberal. Las expresiones de política pública del globalismo neoliberal —liberalización comercial, neorregulación y derechos de propiedad intelectual que favorecen al sector privado— claramente han proporcionado los medios para establecer un fuerte vínculo entre neorregulación y biotecnología. En suma, el “tercer régimen alimentario” bien podría llamarse el “régimen alimentario neoliberal”, caracterizado como está por la centralidad de la biotecnología y las empresas transnacionales de las “ciencias de la vida” como su principal agente económico y que opera en un contexto internacional neorregulado. Existe una evidencia significativa de que este régimen alimentario neoliberal se está imponiendo a escala global. Sin embargo, todavía depende del apoyo estatal de cada país para la neoregulación, así como de los acuerdos supraestatales que tienen que ser concertados entre los Estados-nación: liberalización comercial y nuevas regulaciones que son tan importantes para la biotecnología, como son los derechos de propiedad intelectual. Los esfuerzos de movilización y resistencia dirigidos específicamente contra la biotecnología (como en Estados Unidos y Canadá) o bien hacia la intersección de biotecnología y modelo neoliberal (como en México) todavía podrían afectar su forma futura.

Con respecto a la biotecnología, hemos visto cómo en Canadá y en Estados Unidos el ímpetu para desarrollar y diseminar la tecnología ha adquirido precedencia sobre un enfoque de precaución. Si bien esta postura oficial no ha dejado de tener impactos negativos entre los granjeros familiares y otros grupos, el ímpetu desarrollista claramente ha tenido mayor peso que otras consideraciones. En México, que tiene un sector de biotecnología mucho más débil, los efectos indirectos de la biotecnología a través de la liberalización comercial han sido más devastadores y la resistencia social más generalizada (Poitras, 2008; Otero, 2008a). Si bien hay resistencia hacia la biotecnología en Canadá y Estados Unidos, con la excepción del tema de los derechos de propiedad inte-



lectual, en esos países no se ha vinculado explícitamente con la reestructuración neoliberal ni las reglas del comercio internacional como ha sucedido en México. Se da una diferencia cualitativa marcada en la resistencia que se presenta en estos países. Sin duda alguna, esto está relacionado con las cantidades relativas de personas cuyas vidas se han visto amenazadas a partir de la reforma neoliberal. Los porcentajes de la población agrícola en Canadá y Estados Unidos son mucho más reducidos que en México, por lo que las consecuencias en nuestro país han sido mayores.

En particular, hemos visto que la nueva división internacional del trabajo ha desplazado cientos de miles de campesinos de la producción de granos, con lo que México se ve con una creciente vulnerabilidad alimentaria. Por otro lado, es cierto que las exportaciones de frutas, verduras, cerveza y tequila han aumentado considerablemente, lo cual ha evitado que México tenga una balanza comercial agroalimentaria negativa (pero véanse los cálculos de González y Macías, 2007, para quienes la balanza mexicana es deficitaria). No obstante, quienes dan cuenta de este aumento en las agroexportaciones son una muy pequeña minoría de productores. Además, las industrias cervecera y tequilera han sido compradas en su mayor parte por empresas transnacionales de varios países, sobre todo de Estados Unidos. La industria cervecera, en particular, se ha convertido en una suerte de maquiladora, con crecientes importaciones de cebada para apoyar la exportación de cerveza.

El régimen alimentario neoliberal da muestras ya de que podría reinstaurar una forma de neocolonialismo por parte de agentes económicos externos, por lo que la resistencia es mucho más vigorosa en América Latina que en los países del norte. Si bien la resistencia social en México ha estado confinada, sobre todo, a la sociedad civil y de manera limitada al desafío político que planteó la coalición “Por el bien de todos, primero los pobres” en las elecciones de 2006, la situación ha sido muy diferente en otros países de la región: en México dicha coalición fue frustrada, pero en otros países la movilización popular-democrática está accediendo ya al poder del Estado. En estas naciones, fuertes movimientos indígenas han participado como los opositores más vigorosos a las privatizaciones y las tendencias hacia la mercantilización que trae consigo el globalismo neoliberal (Otero y Jugenitz, 2003, 2006). Es también en esas naciones donde existe una gran diversidad biológica que defender. En Bolivia, Ecuador y Venezuela, la oposición al globalismo neoliberal ya se había constituido en poder estatal pa-

ra 2007, y podría extenderse a otros países, como Nicaragua. Otras naciones que se encuentran en una perspectiva intermedia, como Argentina, Brasil y Uruguay, si bien tienen gobiernos socialdemócratas, en lo general siguen funcionando dentro del paradigma neoliberal. De ahí que Argentina y Brasil, por ejemplo, sean dos de los más grandes adoptadores de biotecnología, sobre todo de soya transgénica (Teubal, 2008; Hisano y Altoé, 2008; Jepson, *et al.*, 2008).

En términos generales, el nuevo régimen alimentario que surge del globalismo neoliberal ya está aumentando las desigualdades entre Norte y Sur, y al interior de los países del Sur, como lo indica el empeoramiento del coeficiente Gini (Portes y Hoffman, 2003). No obstante lo anterior, la supuesta inevitabilidad del régimen alimentario neoliberal se ve cuestionada por la resistencia y movilización que vemos en México y otras latitudes. Una interrogante empírica que hay que plantearse en investigaciones futuras es la siguiente: ¿en qué medida tendrá éxito esa resistencia, dada la vecindad de México con Estados Unidos y la fuerza y tendencias autoritarias de su clase dominante de derecha? Para el caso mexicano, la respuesta a esto dependerá mucho de la medida en que la transición democrática iniciada en el 2000 —e interrumpida en el 2006— pueda volver a tomar su curso. Si la coalición de izquierda pudiese lograr el control del Estado, con su actual ímpetu de revertir o modificar sustancialmente el capítulo agropecuario del TLCAN, entonces se podría alterar el curso del régimen alimentario neoliberal en una dirección popular-democrática.

También importa mucho la manera como se resuelva la peor crisis financiera del capitalismo del siglo XXI y el nuevo papel que pueda asumir Estados Unidos. Como principal promotor del globalismo neoliberal y la biotecnología, su debilitamiento económico —unido a los fuertes déficits comercial y fiscal producto de sus aventuras bélicas en el Medio Oriente— plantea nuevas oportunidades para América Latina. El triunfo electoral de Barack Obama en noviembre de 2008 podría significar una postura más mesurada hacia el resto del mundo, con mayor énfasis en la diplomacia que en la fuerza armada. Ante la debacle financiera de la superpotencia, se consolidará el ciclo de resistencia y movilización popular-democrática iniciado desde la última década del siglo XX. La consolidación de las democracias autóctonas en América Latina incluirá entre sus banderas principales la lucha por la autosuficiencia alimentaria, la defensa y preservación de la biodiversidad vegetal y la reconstrucción de sus economías agrícolas.

## BIBLIOGRAFÍA

- BARTRA, A. (2006), "Milpas airadas: hacia la autosuficiencia alimentaria y la soberanía laboral", en G. Otero, *México en transición: globalismo neoliberal, Estado y sociedad civil*, México, M.A. Porrúa.
- y G. OTERO (2005), "Contesting NAFTA and Neoliberalism in Rural Mexico: The Rise of a Politically-Formed Peasantry?", en *Journal for Latino and Latin American Studies*, vol. 1, número especial, otoño, pp. 164-190.
- BEINGESSER, P. (2004), "New Varieties Only Available to Farmers if they Pay each Year", en *Crop Choice News*, <<http://www.crop-choice.com/leadstrygmo122704.html>>, consultado el 24/02/2005.
- BERNIER, M. (2007), "BIO 2007: Gowlings' Fifth Annual Brunch and Seminars", Delivered in Boston, Massachusetts, 6 de mayo, Industry Canada Website, en <<http://www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/cdd9dc973c4bf6bc852564ca006418a0/85256a5d006b9720852572d4004e875f!OpenDocument>>, consultado el 28/11/2007.
- CBC NEWS (2006), "Canadian Wheat Board", CBC News in Depth: Agriculture, 6 diciembre, en <<http://www.cbc.ca/news/background/agriculture/cwb.html>>, consultado el 16/10/2007.
- CANADIAN BIOTECHNOLOGY ADVISORY COMMITTEE (CBAC) (2002), "Regulatory Structures and Processes", en *Improving the Regulation of Genetically Modified Foods and Other Novel Foods in Canada*, CBAC, en <<http://cbac-cccb.ca/epic/internet/incbac-cccb.nsf/en/Home>>, consultado el 18/10/2005.
- (2004), "Completing the Biotechnology Regulatory Framework", Advisory Memorandum, CBAC, en <<http://cbac-cccb.ca/epic/site/cbac-cccb.nsf/en/ah00436e.html>>, consultado el 18/10/2005.
- CANADIAN FOOD INSPECTION AGENCY, "Plants Evaluated for Environmental and Livestock Feed Safety", en <<http://active.inspection.gc.ca/eng/plaveg/bio/pntvcne.asp>>, consultado el 15/10/2007.
- CARLSEN, L. (2006), "¿Conservación o privatización? Biodiversidad, mercado global y Corredor Biológico Mesoamericano", en G. Otero, *México en transición: Globalismo neoliberal, Estado y sociedad civil*, México, M.A. Porrúa, pp. 37-51.
- (2008), "Enfrentando el TLCAN", en <<http://www.ircamericas.org/esp/4873>>, 4 enero, consultado el 1/08/2008.

- CELIS, F. (2005), "El movimiento que no aguantó más", en *Masio-sare*, suplemento político de *La Jornada*, 3 de abril. <<http://www/jornada.unam.mx/2005/abr05/050403/mas-celis.html>>, consultado el 10/04/2005.
- CODEX ALIMENTARIUS, en <[http://www.codexalimentarius.net/web/index\\_en.jsp](http://www.codexalimentarius.net/web/index_en.jsp)>, consultado el 8/12/2006.
- COMISIÓN FEDERAL PARA LA PROTECCIÓN CONTRA LOS RIESGOS SANITARIOS (Cofepris) (2005), "Productos biotecnológicos para consumo humano que se han evaluado y aceptado para su comercialización en México", en <<http://www.cofepris.gob.mx/pyp/biotech/OMG.pdf>>, consultado el 12/11/2007.
- CONCHEIRO, L. y F. LÓPEZ (eds.) (2006), *Biodiversidad y conocimiento tradicional en la sociedad rural: entre el bien común y la propiedad privada*, México, Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria, Cámara de Diputados, LX Legislatura.
- CORNELIUS, W. y D. MYHRE (eds.) (1998), *The Transformation of Rural Mexico: Reforming the Ejido Sector*, La Jolla, San Diego, Center for U.S.-Mexican Studies, University of California.
- DE ITA, A. (2007), "Catorce años del TLCAN y la crisis de la tortilla", en <<http://www.ircamericas.org/esp/4722>>, 11 noviembre, consultado el 30/11/2007.
- DELGADO, R. (2006), "Migración e imperialismo: la fuerza de trabajo mexicana en el contexto del TLCAN", en G. Otero, *México en transición: globalismo neoliberal, Estado y sociedad civil*, México, M.A. Porrúa.
- ETC GROUP (2005a), "Oligopoly, Inc. 2005: Concentration in Corporate Power", en ETC Group Communiqué, núm. 91, diciembre, en <[http://www.etcgroup.org/en/materials/publications.html?pub\\_id=42](http://www.etcgroup.org/en/materials/publications.html?pub_id=42)>, consultado el 11/02/2006.
- \_\_\_\_\_ (2005b), "Global Seed Industry Concentration-2005", en ETC Group Communiqué, septiembre/octubre, núm. 90, en <<http://www.mindfully.org/Farm/2005/Global-Seed-Industry6sep05.htm>>, consultado el 11/02/2006.
- FAOSTAT (2009), Datos de producción agrícola, varios países y años, en <<http://faostat.fao.org/site/535/DesktopDefault.aspx?PageID=535#ancor>>, consultado el 16/01/2009.
- FITTING, E. (2008), "Importing Corn, Exporting Labor: The Neoliberal Corn Regime, GMOs, and The Erosion of Mexican Diversity", en G. Otero (ed.), *Food for the Few: Neoliberal Globalism and Biotechnology in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 135-158.

- FRIEDMANN, H. y P. MCMICHAEL (1989), "Agriculture and the State System: The Rise and Decline of National Agricultures, 1870 to the Present", en *Sociologia Ruralis*, vol. 29(2), pp. 93-117.
- GILBRETH, CH. y G. OTERO (2001), "Culture and Democratic Struggle in Mexico: The EZLN as a New Form of Social Movement", en *Latin American Perspectives*, núm. 117, 28(4), pp. 7-29.
- GILLAM, C., REUTERS (2007), "Monsanto Profit Beats Estimates, Eases Outlook", en *The National Post*, 4 de abril, <<http://www.canada.com/nationalpost/financialpost/story.html?id=93885d91-d5fe-46a2-9fa5-4d9555fd53c8&k=61377>>, consultado el 26/04/2007.
- GONZÁLEZ, H. y A. MACÍAS (2007), "Vulnerabilidad alimentaria y política agroalimentaria en México", en *Desacatos: Revista de Antropología Social*, núm. 25, pp. 47-78.
- HARVEY, N. (1998), *La rebelión de Chiapas: la lucha por la tierra y la democracia*, México, Era.
- JAMES, C. (2000), "Global Status of Commercialized Transgenic Crops: 1999", en *ISAAA Briefs*, núm. 17, ISAAA, Ithaca, <<http://www.isaaa.org/Resources/publications/briefs/17/download/isaaa-brief-17-2000.pdf>>, consultado el 12/06/2007.
- \_\_\_\_\_ (2004), "Preview: Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops: 2004", en *ISAAA Briefs*, núm. 32-2004, <<http://www.isaaa.org/>>, consultado el 10/10/2005.
- \_\_\_\_\_ (2005), "CropBiotech update Special Edition", Highlights of *ISAAA Briefs*, núm. 34-2005: Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops: 2005", en ISAAA website, <<http://www.isaaa.org/kc/bin/briefs34/cbu/index.htm>>, 11/01/2005, consultado el 9/01/2006.
- \_\_\_\_\_ (2006), "Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops: 2006", en *ISAAA Brief*, núm. 35, *Executive Summary*, International Service for the Acquisition of Agricultural Biotechnology Applications (ISAAA), Ithaca, <<http://www.isaaa.org/Resources/publications/briefs/35/executivesummary/default.html>>, consultado el 11/06/2007.
- JEPSON, W.E., C. BRANNSTROM y R.S. DE SOUSA (2008), "Brazilian Biotechnology Governance: Consensus and Conflict over Genetically Modified Crops", en G. Otero (coord.), *Food for the Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 217-242.
- HISANO, S. y S. ALTOÉ (2008), "Brazilian Farmers at a Crossroads: Biotech Industrialization of Agriculture or New Alternatives

- for Family Farmers?, en G. Otero (coord.), *Food for the Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 243-265.
- LAZARD, D. (s.f.), "La protección de la tecnología a través de patentes", Council for Biotechnology Information, en <<http://why-biotech.com/mexico.asp?id=2707>>, consultado el 29/11/2007.
- LEY DE BIOSEGURIDAD DE LOS ORGANISMOS GENÉTICAMENTE MODIFICADOS (LBOGM) (2005), Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, 18 de febrero, en <[http://www.cibiogem.gob.mx/Normatividad/Ley\\_BOGM.pdf](http://www.cibiogem.gob.mx/Normatividad/Ley_BOGM.pdf)>, consultado el 12/11/2007.
- MARTÍNEZ, V. y L. ALMANZA (2008), "Sale caro alimento en el país", en *Reforma*, 29 de enero, <<http://www.reforma.com/negocios/articulo/425/848716/>>, consultado el 29/01/2008.
- MONSANTO COMPANY (2005), *2005 Annual Report*, en <[http://www.monsanto.com/pdf/pubs/2005/MON\\_2005\\_Annual\\_Report.pdf](http://www.monsanto.com/pdf/pubs/2005/MON_2005_Annual_Report.pdf)>, consultado el 16/10/2007.
- (2007), "News Release: Monsanto Sees Record Sales in Fiscal Year 2007; Seeds and Traits Business Contributes to Strong Fourth Quarter and Year-end Results", en <<http://monsanto.mediaroom.com/index.php?s=43&item=542>>, consultado el 16/10/2007.
- MUNN-VENN, T. y P. MITCHELL, The Conference Board of Canada (2005), "Biotechnology in Canada: a Technology Platform for Growth", The Conference Board of Canada Report, diciembre, en <<http://www.agwest.sk.ca/biotech/documents/115-06-Biotechnology%20in%20Canada.pdf>>, consultado el 20/08/ 2007.
- NATIONAL FARMERS UNION (2007), "Canadian Government Targeting Supply Management at WTO", en *Press Release*, 8 de enero, <[http://www.nfu.ca/press\\_releases/press/2007/January-07/Canadian\\_government\\_targeting\\_supply\\_management\\_at\\_WTO.pdf](http://www.nfu.ca/press_releases/press/2007/January-07/Canadian_government_targeting_supply_management_at_WTO.pdf)>, consultado el 25/06/2007.
- OLIVARES, E. (2007), "Acciones de resistencia civil contra el alza a la tortilla e importación de maíz", en *La Jornada*, 15 de enero, <<http://www.jornada.unam.mx/2007/01/15/index.php?section=politica&article=008n1pol>>, consultado el 15/01/2007.
- ORGANIC CONSUMERS ASSOCIATION WEBSITE (s.f.) "Millions Against Monsanto", en <<http://www.organicconsumers.org/monlink.cfm>>, consultado el 10/07/2007.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO, <<http://www.wto.org/indexsp.htm>>.
- OTERO, G. (2004), *¿Adiós al campesinado? Democracia y formación política de las clases en el México rural*, México, M.A. Porrúa.

- \_\_\_\_\_ (2006), *México en transición: globalismo neoliberal, Estado y sociedad civil*, México, M.A. Porrúa.
- \_\_\_\_\_ (coord.) (2008), *Food for the Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press.
- \_\_\_\_\_ (2008a), "Contesting Neoliberal Globalism in Mexico: Challenges for the Political and the Social Left", en P. Bowles, R. Broomhill, T. Gutierrez-Haces y S. McBride (eds.), *International Trade and Neoliberal Globalism: Towards Re-Peripheralization in Australia, Canada and Mexico*, Londres: Routledge, Routledge Studies in Governance and Change in the Global Era, pp. 163-177.
- \_\_\_\_\_ y H. JUGENITZ (2003), "Challenging National Borders from Within: The Political-Class Formation of Indigenous Peasants in Latin America", en *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 40(5), pp. 503-524.
- \_\_\_\_\_ y H. JUGENITZ (2006), "Forging New Democracies: Indigenous Struggles for Autonomy", en G. Laxer y D. Soron (coords.), *Not for Sale! Decommodifying Public Life*, Nueva Escocia, Broadview Press, pp. 169-186.
- \_\_\_\_\_ M. POITRAS y G. PECHLANER (2008), "Political Economy of Agricultural Biotechnology in North America: The Case of rBST in La Laguna, Mexico", en G. Otero, *Food for the Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 159-188.
- PECHLANER, G. y G. OTERO (2008), "The Third Food Regime: Neoliberal Globalism and Agricultural Biotechnology in North America", en *Sociologia Ruralis*, 48(4), pp. 351-371.
- POITRAS, M. (2008), "Social Movements and Techno-Democracy: Reclaiming the Genetic Commons", en G. Otero, *Food for the Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 267-287.
- POLANYI, K. (1944), *The Great Transformation*, Nueva York y Toronto, Rinehart and Co.
- PORTER, A. y K. HOFFMAN (2003), "Latin American Class Structures: Their Composition and Change during the Neoliberal Era", en *Latin American Research Review*, 38(1), pp. 41-82.
- SCOFFIELD, H. (2004), "Biotech Giant Backs off on Wheat", en *The Globe and Mail*, 11 de mayo, A1, A9.
- TEUBAL, M. (2008), "Genetically Modified Soybeans and the Crisis of Argentina's Agriculture Model", en G. Otero, *Food for the*



*Few: Neoliberal Globalism and the Biotechnology Revolution in Latin America*, Austin, University of Texas Press, pp. 189-216.

THE CAMPAIGN WEBSITE, "The Campaign: Grassroots Political Action", en <<http://www.thecampaign.org/>>, consultado el 10/07/2007.

THIRD WORLD NETWORK (TWN) (2005), "Developing Countries Propose that TRIPS should Require Patent Applications on Genetic Resources/Traditional Knowledge should Prove Benefit Sharing", en TWN Info Services on WTO and Trade Issues, en <<http://www.twinside.org.sg/title2/twninfo189.htm>>, consultado el 3/07/2007.

UNITED STATES, ENVIRONMENTAL PROTECTION AGENCY (EPA) (2003), "EPA's Regulation of Biotechnology for Use in Pest Management", en <[http://www.epa.gov/oppbppd1/biopesticides/reg\\_of\\_biotech/eparegofbiotech.htm](http://www.epa.gov/oppbppd1/biopesticides/reg_of_biotech/eparegofbiotech.htm)>, consultado el 6/07/2007.

USDA (2007), en <<http://www.fas.usda.gov/>> y <<http://www.ers.usda.gov/data/FATUS/#calendar>>, consultado el 19 de octubre de 2007, consultado el 19/10/2007.

VAVER, D. (2004), "Canada's Intellectual Property Framework: A Comparative Overview", en *Intellectual Property Journal*, vol. 17, pp. 125-188.

WORLD TRADE ORGANIZATION (WTO), "Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights", en <[http://www.wto.org/english/docs\\_e/legal\\_e/27-trips\\_01\\_e.htm](http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips_01_e.htm)>, consultado el 12/06/2007.

ZAHNISER, S., E. YOUNG y J. WAINIO (2005), "Recent Agricultural Policy Reforms in North America", en <<http://www.ers.usda.gov/publications/WRS0503/wrs0503.pdf>>, consultado el 15/06/2007.



SEGUNDA SECCIÓN  
EL MERCADO HORTOFRUTÍCOLA



## ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL DEL SUBSECTOR HORTOFRUTÍCOLA EN EL TLCAN

*Ana Isabel Acosta Martínez\**  
*Belem Dolores Avendaño Ruiz\*\**

### RESUMEN

Las ganancias del comercio internacional son parciales, circunscritas a la especialización productiva e incremento de los flujos comerciales (Calvo, 2000), particularmente en la región del TLCAN, donde el nivel de integración económica se limita al libre comercio y la movilidad de capitales. Partiendo de que la integración de mercados es solamente una referencia teórica, se intenta medir el resultado de la liberalización en los mercados de frutas y hortalizas entre México, Canadá y Estados Unidos. Al examinar la participación en la demanda de importaciones de Estados Unidos, de los principales productos hortofrutícolas de exportación mexicanos, se encontró que sólo las exportaciones de fresas y uvas de mesa aumentan su participación en este mercado, de los restantes: pepino, pimientos, tomate, cebollas y espárragos, disminuyen su participación en los últimos quince años, al ser desplazada la cuota de mercado por Canadá y terceros países como Chile, Perú y Holanda. Otro aspecto que se identifica en los flujos comerciales es la evidencia de la especialización comercial del tipo intersectorial, propio de los bienes agrícolas, productos por naturaleza poco diferenciados. Utilizando el índice de especialización comercial se logra aportar evidencia de que la producción hortofrutícola de México sigue la pauta de la ventaja comparativa, confirmándose la hipótesis con el hallazgo

\* Profesora de tiempo completo de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: <anaisa@uabc.mx>, <anaisa1990@yahoo.com.mx>.

\*\* Profesora de tiempo completo de la Facultad de Economía y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: <Belem\_avendano@yahoo.com>, <b\_avendano@uabc.mx>.

de la presencia de comercio intersectorial en casi todos los productos estudiados. El cambio se observa en pocos productos, principalmente en los frutos de clima templado. Asimismo, se percibe un impacto mediano en el comercio de hortalizas, subsector que no se ha dinamizado, como se esperaba, con la apertura comercial.

## INTRODUCCIÓN

Los acuerdos regionales de libre comercio y/o de cooperación económica, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y otros, son una característica distintiva de la economía mundial actual. Son formas de organización que responden a la globalización, mediante la cual los países se unen para protegerse coordinadamente frente a otras regiones, permitiendo que la competencia en su interior fortalezca su capacidad competitiva, creando comercio y acceso a un mercado más grande y, con ello, a una eficiente asignación de recursos.

La integración económica puede tener efectos positivos y negativos en las economías que la promueven, dependiendo esto en gran medida del grado de apertura, el tipo de competencia que se genere y el nivel de desarrollo de los países. ¿Qué sucede si los países que deciden formar un área de libre comercio mantienen marcadas diferencias económicas, debido a su diferente nivel de desarrollo? Esta pregunta refleja la realidad bajo la que fue signado el TLCAN. Las asimetrías presentadas en ese momento entre los tres países pusieron en tela de duda los beneficios que la firma del tratado traería para México. La diferencia en el nivel de desarrollo económico entre éste y el resto de los participantes anticipaba el impacto negativo del TLCAN en algunos sectores económicos del país, sensibles a las importaciones, que no eran capaces de responder con prontitud a los cambios que la integración requería para asimilar con éxito su incorporación a los mercados internacionales. No obstante, el TLCAN abrió para nuestro país la oportunidad de competir en los mercados globales de manera organizada en un bloque regional.

Para los productores mexicanos de frutas y hortalizas el tratado representó el instrumento que les brindaba acceso al mercado potencial más grande del mundo, pero también el reto de una mayor competencia para el propio mercado interno, que no podía ser enfrentada sino con un sector cada vez más tecnificado, eficiente y capitalizado.

Este trabajo analiza el impacto comercial que el tratado de libre comercio suscrito entre México, Estados Unidos y Canadá, ha tenido en el subsector hortofrutícola de México. Conocer lo anterior aporta información acerca de los efectos positivos y negativos de la integración comercial para, de esta manera, hacer propuestas de política pública que permitan a los sectores perdedores enfrentar los desafíos de la apertura y a los sectores ganadores, y fortalecer su competitividad en el mercado internacional.

El documento está integrado por cuatro apartados (sin contar la introducción). En el primero se pretende definir el fenómeno de la integración e identificar los instrumentos de análisis para el estudio de la integración comercial, así como la configuración del TLCAN. En el segundo se realiza un análisis del impacto en los flujos comerciales que el tratado ha tenido en el subsector hortofrutícola mexicano en los tres países involucrados, de 1990 a 2005 en el que se puede apreciar el cambio a partir de la entrada en vigor del tratado y se mide el impacto en las importaciones y exportaciones, atendiendo al crecimiento registrado por los principales productos y a la especialización registrada, a través del cálculo del índice de especialización productiva y comercial. En el tercer apartado se identifica la naturaleza de la especialización al calcular el índice de comercio intrasectorial. Por último se presentan las conclusiones de este trabajo.

#### INTEGRACIÓN REGIONAL Y CONFIGURACIÓN DEL TLCAN

La apertura comercial a través de la eliminación de barreras (arancelarias y no arancelarias) de forma multilateral o bien regionalmente, formando bloques comerciales, es sólo la fase más simple de la integración económica, por lo que los beneficios esperados de la concurrencia de los mercados y posible integración pareciera que proceden solamente en la libre competencia; sin embargo, en un contexto más amplio los efectos dependen del grado de apertura, el tipo de competencia que se genere dadas las estructuras prevalecientes en el mercado y el nivel de desarrollo de los países (Calvo, 2000).

#### *De la ventaja comparativa a la competitividad internacional*

Si la especialización productiva y comercial sigue la pauta de la ventaja comparativa, los países socios tenderán a intercambiar los

bienes en los que son más eficientes y resulta más barato producir, dadas las diferencias relativas en productividad, costos laborales y tecnología, logrando complementar su oferta. En cambio, si los países son muy similares en su nivel de desarrollo pueden obtener beneficios con el acceso a un mercado de gran tamaño, produciendo un número limitado de bienes a gran escala, apoyando su competitividad en la reducción de costos y la diferenciación de productos (Díaz, 2000), satisfaciendo una demanda integrada regional.

En el mundo real, los postulados anteriores no son antagónicos, por el contrario, las empresas aprovechan y complementan las ventajas absolutas y relativas de las regiones mediante la creación de diversas estrategias competitivas, como lo muestra el creciente comercio de bienes intermedios relacionados con actividades de subcontratación de la producción o *outsourcing*, prácticas presentes también en la industria agroalimentaria de acuerdo con Vollrath (2003). Al parecer el efecto adyacente del proceso de integración es la desintegración de las cadenas productivas nacionales a la vez que se articulan a la producción de los sistemas del comercio mundial (Milberg, 2004), conocido también como especialización vertical<sup>1</sup> (Hummels, Ishii y Yi, 1999). ¿Este fenómeno es observable en la agricultura?, tal vez, si la analizamos como parte de la industria agroalimentaria.

La globalización de la agricultura ha supuesto una serie de cambios en las relaciones entre este sector y el resto de la economía, ejemplo de esto es la importancia de la transformación y el comercio en la generación de valor sobre los productos agrícolas, convertidos ahora en materia prima para los otros sectores, donde en algunos países desarrollados alcanza 50 por ciento del valor de los alimentos (Pardo, 1998).

Reardon y Barret (2000) destacan que los cambios institucionales y organizativos entre firmas agroindustriales y unidades productivas se traducen en incrementos en la coordinación vertical de la cadena productiva, aunado a los cambios en la composición de los productos, tecnología y estructura del mercado.

En la creciente integración de la economía mundial, las firmas de agronegocios desempeñan un papel protagónico caracterizado por la búsqueda de nuevos y más eficientes proveedores, así como consumidores en nuevos mercados para mejorar la rentabilidad.

<sup>1</sup> Este fenómeno define la concurrencia de por lo menos tres países en el proceso productivo de una mercancía.

En este contexto de globalización de la agricultura, las reformas económicas orientadas al mercado, como la liberalización del comercio, reducen los costos de distribución beneficiando directamente a las empresas.

Estas tendencias mundiales afectan la evolución de las agroindustrias en los países en desarrollo, propiciando cambios relativos en los precios de los factores y de los productos, por medio de la inversión extranjera directa de compañías regionales y mundiales, transfiriendo tecnología, así como sus estructuras de organización. Se incrementa la escala y la concentración en el ámbito sectorial y de firma. Se presentan cambios en la composición de los productos y sectores (horticultura, no tradicionales, exóticos y orientación exportadora) que redefinen las ventajas comparativas tradicionales. Aumenta el valor agregado de la cadena de alimentos en los eslabones de procesamiento y distribución. Sin embargo, la integración productiva internacional impacta el desarrollo de localidades con cultivos tradicionales que se ven forzadas a cambiar el patrón ante nuevas formas de organización de la industria agroalimentaria.

Un rasgo importante del proceso de industrialización que se observa en las empresas agrícolas, convertidas ahora en tomadoras de las normas, estándares de calidad y seguridad de los alimentos, es sin duda la incapacidad financiera para adaptarse a estas exigencias. La introducción y evolución de estos procesos requieren de investigación, entrenamiento e infraestructura, que las empresas en su mayoría no pueden financiar, teniendo que recurrir a diversas estrategias para reducir y controlar los costos, como los subsidios, alianzas estratégicas (Vollrath, 2003) y otras asociaciones del tipo *joint venture* (Cook, 2000), sin menospreciar el aprovechamiento de las externalidades tecnológicas —economías externas— presentes a propósito en algunos conglomerados o clusters existentes en algunas regiones agrícolas.

En el contexto de los efectos comerciales, las ganancias se observan por el acceso a mercados más grandes y eficientes, mayor consumo de bienes a través de la producción indirecta por la vía de importaciones, ahora más baratas. Sin embargo, este efecto positivo en el tamaño de los mercados puede verse reducido por la presencia de barreras naturales o artificiales no arancelarias<sup>2</sup> que limitan las ganancias del comercio internacional al obstaculizar la

<sup>2</sup> Como los requisitos técnicos y administrativos que deben satisfacer los exportadores para cumplir con las normas y estándares internacionales, o la Ley de Bioterrorismo.

especialización productiva en aquellas industrias con reveladas ventajas pero que por los altos costos de transporte y de transacción producen bienes que no se pueden comercializar.

La evaluación de los resultados positivos y negativos más allá de los flujos comerciales se estima en la distribución del ingreso de los propietarios de los factores de la producción de las industrias ganadoras y perdedoras. Se consideran ganadores o perdedores si los nuevos precios relativos establecidos después de la integración mejoran o empeoran su poder adquisitivo. Es de esperar que las industrias exportadoras mejoren y, de este modo, que las que compiten con las importaciones vean deteriorado su ingreso, y se vean obligadas a trasladar los factores productivos a otros sectores más competitivos.

Por lo tanto, la principal implicación de los acuerdos de integración regional se deriva del aumento en el tamaño de los mercados, lo que provoca cambios de las reglas del juego con consecuencias para los consumidores y productores. La reubicación de industrias y la probable integración de mercados (eliminación de diferencias de precios) se acompañan de cambios en las políticas de competencia, tecnológicas y de propiedad intelectual, sobre todo si está presente la liberalización del capital, como el caso del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

#### *Configuración del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)*

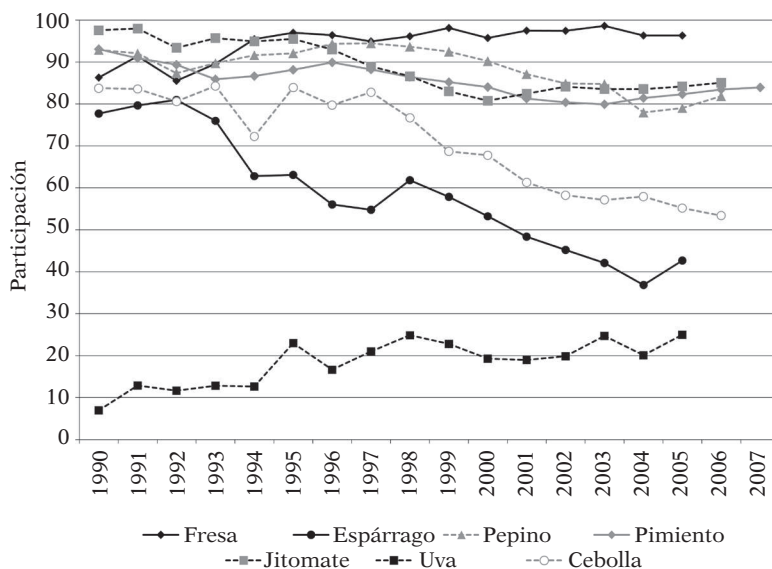
El proceso de apertura comercial en México se inicia prácticamente en 1984, al reemplazarse los permisos de importación por aranceles. Se pueden distinguir dos etapas en este proceso de apertura; la primera se inicia con el ingreso de México al GATT (1986), y la segunda en los años noventa, cuando se establecen acuerdos bilaterales por los tres países. El TLCAN comprende tres acuerdos distintos: acuerdo de libre comercio entre Canadá y Estados Unidos (CFTA, 1989), Canadá y México (1994) y Estados Unidos y México (1994), con un periodo de desgravación a la mayoría de las barreras al comercio de bienes y a la inversión en un periodo de 14 años, excepto para los productos agrícolas más sensibles a la importación, como frijol y maíz para México, y jugo de naranja y azúcar para Estados Unidos. El TLCAN, abrió, así, las puertas a México para competir en los mercados internacionales; sus primeros efectos se pueden observar en el incremento del comercio entre México y sus socios de América del Norte.



ANÁLISIS DE FLUJOS DE COMERCIO DE FRUTAS Y HORTALIZAS

Al examinar la participación en la demanda de importaciones de Estados Unidos, de los principales productos hortofrutícolas de exportación mexicanos descrita en la gráfica 1, se encontró que las exportaciones de fresas y uvas de mesa aumentaron su participación en este mercado, mientras que las de pepino, pimientos, jitomate, cebollas y espárragos disminuyen en los últimos quince años.

GRÁFICA 1  
PARTICIPACIÓN DE MÉXICO EN LA DEMANDA DE IMPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, PERIODO 1990-2005 (% TONELADAS)



FUENTE: elaboración propia con datos de la United State Department of Agriculture (USDA, 2007).

*Impacto del TLCAN en el crecimiento de la producción de frutas y hortalizas*

El comportamiento de los flujos de comercio, crecientes o decrecientes, ofrece una medida general del impacto de un tratado co-

mercial en el nivel producto, al obtener la tasa de crecimiento anual del periodo considerado y referirla a un rango predeterminado de impacto. Esta metodología es propuesta por la agencia Economic Research Service<sup>3</sup> (ERS), que considera que existe un impacto alto en los flujos de comercio cuando la tasa de crecimiento supera 15 por ciento en el periodo. Un impacto medio cuando el crecimiento del comercio sólo alcanza un rango entre seis por ciento y 15 por ciento e impacto bajo cuando se registra un cambio entre dos y cinco por ciento.

Como se muestra en el cuadro 1, los productos hortofrutícolas han presentado diferente nivel de impacto según su origen y destino (exportaciones destino TLCAN o importaciones origen TLCAN). Se esperaba que después de la suscripción del tratado, el flujo de comercio se incrementara sustancialmente para los tres países. Antes de la entrada en vigor del TLCAN, durante el periodo comprendido de 1990 a 1993, las exportaciones mexicanas con destino TLCAN presentaban crecimiento negativo en productos como jitomate (-5.78 por ciento) y pimienta (-0.79 por ciento). Sólo los productos hortofrutícolas presentaban antes de la suscripción un crecimiento medio en las exportaciones destino TLCAN, como las cebollas (6.96 por ciento), pepinos (5.46 por ciento), espárragos (11.06 por ciento) y en frutas, fresas frescas (7.80 por ciento) y, de manera alta, las uvas frescas con 26.92 por ciento.

Para el periodo posterior a la suscripción del TLCAN, de 1994 a 2004, los productos hortofrutícolas registran un impacto medio, con tasas fluctuantes entre el seis y 15 por ciento, con excepción de las cebollas y chalotes que registran un impacto bajo de 2.56 por ciento.

Las importaciones mexicanas originarias del TLCAN presentaban antes del TLCAN (1990-1993) tasas de crecimiento mayores al 15 por ciento: frutas (26.66); y para productos como jitomates frescos (47.71), pepinos y pepinillos (56.51), pimientos frescos (34.40), uvas (52.59) y fresas frescas (73.05); en tanto que las importaciones de cebollas y chalotes (-1.82), espárragos frescos (-2.51) y el grupo de hortalizas (-16.35). Se privilegiaban fuertemente las importaciones de algunas frutas y hortalizas frescas.

Posterior a la firma del TLCAN se observa una reorientación en las importaciones mexicanas en pimientos y uvas frescas, que antes del TLCAN presentaban crecimiento superior a 15 por ciento, des-

<sup>3</sup> Agencia del Departamento de Agricultura de Estados Unidos de América.

**CUADRO 1**  
**IMPACTO EN FLUJOS DE COMERCIO AGRÍCOLA DE MÉXICO EN EL TLCAN, POR GRUPO Y PRODUCTOS SELECCIONADOS,**  
**1990 A 2004**  
**(TASA DE CRECIMIENTO TAC, POR CIENTO)**

	<i>Exportaciones al TLCAN</i>				<i>Importaciones del TLCAN</i>			
	<i>1990-1993</i>		<i>1994-2004</i>		<i>1990-1993</i>		<i>1994-2004</i>	
<i>Producto</i>	<i>TAC</i>	<i>Impacto</i>	<i>TAC</i>	<i>Impacto</i>	<i>TAC</i>	<i>Impacto</i>	<i>TAC</i>	<i>Impacto</i>
Hortalizas	0.28	Bajo	8.48	Medio	-16.35	Negativo	3.60	Bajo
Jitomates frescos	-5.78	Negativo	8.54	Medio	47.71	Alto	3.33	Bajo
Cebollas y chalotes frescos	6.96	Medio	2.56	Bajo	-1.82	Negativo	3.67	Bajo
Pepinos y pepinillos	5.46	Medio	9.56	Medio	56.51	Alto	-5.31	Bajo
Espárragos frescos	11.06	Medio	9.81	Medio	-2.51	Negativo	37.42	Alto
Pimientos frescos	-0.79	Negativo	11.36	Medio	34.40	Alto	10.94	Medio
Frutos	7.77	Medio	8.73	Medio	26.66	Alto	2.81	Bajo
Uvas frescas	26.92	Alto	14.15	Medio	52.59	Alto	6.61	Medio
Fresas frescas	7.80	Medio	8.02	Medio	73.05	Alto	4.16	Bajo

NOTAS: impacto estimado en los flujos de comercio 1990-2004: Alto = crecimiento mayor al 15 por ciento; Medio = del seis al 15 por ciento; Bajo = un cambio del dos al cinco por ciento; Insignificante = menos del dos por ciento.

FUENTE: elaboración propia con datos de Organización Mundial de Comercio, Canada's National Statistical Agency, y United State Department of Agriculture (USDA, 2007).

pués del TLCAN registran tasas de entre seis y 15 por ciento; es decir, hay una desaceleración en el ritmo de las importaciones de estos productos.

Las importaciones de jitomates, pepinos, frutos y fresas frescas, disminuyen su ritmo de crecimiento pasando de niveles mayores de 15 por ciento a tasas inferiores a cinco por ciento. Sin embargo, productos como el espárrago y el pimiento, de los cuales México se ha significado por ser un fuerte exportador, continúan importándose a tasas crecientes para el periodo, alcanzando 37.42 por ciento para el primero y 10.94 por ciento para el segundo.

La restricción en el ritmo de las importaciones se relaciona también con las barreras técnicas al comercio y regulaciones sanitarias y fitosanitarias, y que los productores mexicanos han experimentado a lo largo de su historia comercial con Estados Unidos, tales como los procesos de acusación de práctica desleal de comercio, *dumping* en contra del jitomate mexicano (1996), de infección por hepatitis A en fresa (1997) y cebollín (2003), y salmonella en melón (2002, 2004).

### *Especialización productiva y comercial de hortalizas y frutas*

- Especialización productiva

Los flujos comerciales agrícolas siguen un patrón comercial de bienes comercializables, originados en subsectores con ciertas ventajas comparativas, como la abundancia relativa de tierra y trabajo. Un indicador para identificar estas ventajas potenciales es el índice de especialización productiva (IEP), el cual muestra la importancia relativa de cada producto o grupo de productos en la cantidad de producto agrícola total de cada país y, a su vez, se compara con la estructura productiva del TLCAN. En aquellos productos o grupos de productos cuyo resultado sea mayor a la unidad, indica que el país está especializado parcialmente,<sup>4</sup> por su volumen de producción.

En el cuadro 2 se muestra el resultado del IEP, el cual muestra la evidencia de especialización de México en la producción de caucho, goma y ceras (nueve veces más); en azúcares, cultivos azucareros, especias, legumbres, frutas y hortalizas. Se aprecia que en legumbres disminuye su especialización en 50 por ciento, 1.8 puntos.

<sup>4</sup> Se considera especialización aunque sea parcial, ya que la especialización completa es meramente una referencia teórica.

CUADRO 2  
IEP DE MÉXICO, SEGÚN GRUPO DE PRODUCTOS DE 1990-2006

<i>Grupo de productos</i>	<i>1990-1993</i>	<i>1994-1997</i>	<i>1998-2001</i>	<i>2002-2006</i>
Aceites vegetales	0.74	0.68	0.63	0.61
Azúcares	3.23	3.44	3.51	3.28
Bebidas alcohólicas	1.26	1.31	1.51	1.45
Caucho, goma, ceras	9.51	9.03	8.75	8.06
Cereales	0.64	0.62	0.61	0.57
Cultivos azucareros	4.12	3.99	3.80	3.69
Cultivos oleaginosos	0.31	0.26	0.21	0.13
Espicias	4.34	6.24	6.20	5.99
Fibras de origen vegetal	0.42	0.53	0.48	0.22
Frutas	2.54	2.52	2.53	2.68
Hortalizas	1.53	1.42	1.69	1.72
Legumbres	3.49	2.71	1.85	1.87
Nueces	0.47	0.50	0.78	0.90
Productos de forraje	0.49	0.55	0.55	0.68
Raíces y tubérculos	0.53	0.46	0.51	0.51
Tabaco	0.40	0.45	0.62	0.38

FUENTE: elaborado con datos de la Food and Agriculture Organization (FAO, 2007).

En la esfera de los productos seleccionados, el IEP indica cambio en la estructura productiva de Canadá a partir de 1998, que se ha especializado en el cultivo de jitomates (véase el cuadro 3). Estados Unidos también está especializado en jitomates, uvas y en los últimos cinco años en fresas. El IEP de México indica alta especialización en cebollas, aunque disminuye de diez a 7.40 puntos; chiles (seis veces); el IEP de pepinos también disminuye aunque sigue siendo alta de 8.62 pasa a 5.87 en el último periodo; la especialización en espárragos es también alta, tres veces; fresas 1.5 veces más se produce en México con respecto al TLCAN. En uva se perdió la especialización parcial de 1.03 antes del TLCAN a 0.44 en los últimos años.

#### *Evolución de las exportaciones y cuota de mercado*

##### • Cebolla

Históricamente México ha abastecido alrededor de siete por ciento de la demanda de cebollas frescas y secas de Estados Unidos. La

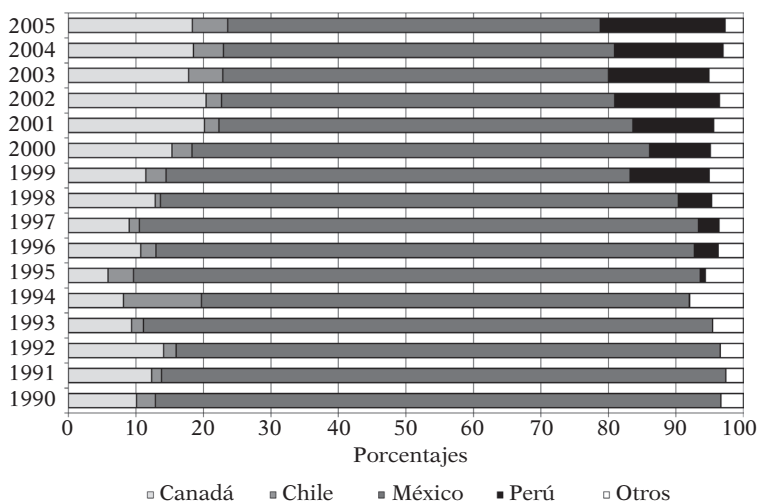
CUADRO 3  
IEP DE MÉXICO CON RESPECTO AL TLCAN,  
SEGÚN PRODUCTOS SELECCIONADOS DE 1990-2006

	1990-1993			1994-1997			1998-2001			2002-2006		
	CAN	EUA	MEX	CAN	EUA	MEX	CAN	EUA	MEX	CAN	EUA	MEX
Cebolla	0.12	0.16	10.49	0.14	0.17	9.14	0.16	0.18	9.11	0.13	0.16	7.40
Chiles	0.26	0.50	6.89	0.37	0.47	6.21	0.33	0.35	7.51	0.28	0.42	5.48
Espárrago	0.31	0.85	3.20	0.34	0.85	2.79	0.29	0.77	3.56	0.37	0.76	3.05
Fresa	0.58	0.98	1.54	0.61	0.99	1.36	0.48	0.98	1.51	0.36	1.02	1.17
Pepinos	0.49	0.31	8.62	0.57	0.36	7.09	0.89	0.36	7.05	0.90	0.33	5.87
Jitomate	0.72	1.09	0.29	0.89	1.09	0.29	1.02	1.07	0.37	1.06	1.09	0.32
Uva	0.13	1.07	1.03	0.16	1.07	0.84	0.19	1.08	0.76	0.18	1.14	0.44

FUENTE: elaborado con datos de la FAO (2007) .

participación de las cebollas secas es modesta, que se concentra en los meses de marzo y abril; 97 por ciento de las exportaciones arriban al mercado estadounidense desde diciembre hasta mayo. En el periodo primavera-verano, los productores de Estados Unidos compiten con las importaciones de cebolla fresca por una porción del mercado. Los estados que dominan esta temporada son Arizona, California, Georgia, Nuevo México y Texas. Con el TLCAN y la eliminación del arancel específico de 1.75/cwt,<sup>5</sup> a diez años de desgravación, finalizando en 2004, se esperaba un incremento en las importaciones de cebollas de ocho a 12 por ciento, como resultado de la desgravación arancelaria bajo TLCAN (Fuller *et al.*, 1996). Sin embargo, las exportaciones mexicanas crecieron menos de tres por ciento anual en el periodo 1994-2004, cuatro puntos menos que en el periodo previo al TLCAN. Una característica determinante de este mercado es que el consumo de cebolla en Estados Unidos es principalmente de la variedad amarilla, que es de 80 por

GRÁFICA 2  
PARTICIPACIÓN EN EL VOLUMEN DE LAS IMPORTACIONES  
DE CEBOLLA, SEGÚN PRINCIPALES PAÍSES COMPETIDORES  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

<sup>5</sup> Equivalente a 0.038 centavos de dólar por kilogramo.

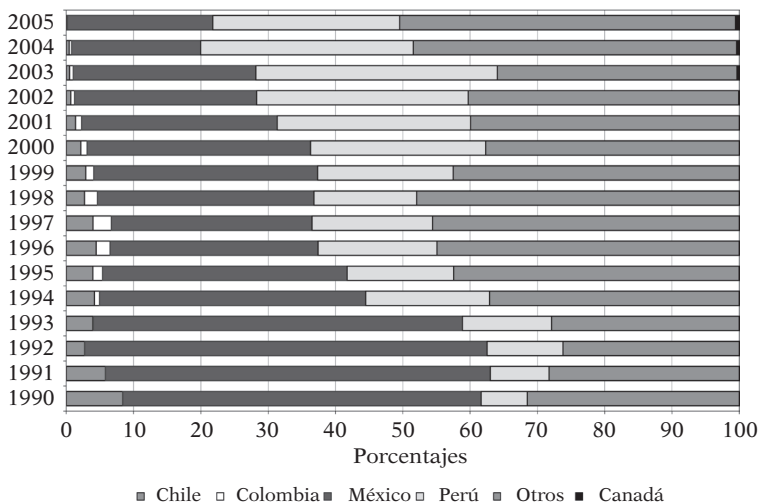
ciento, seguido de la Vidalia con diez por ciento, blanca cinco por ciento y roja dos por ciento (Costa *et al.*, 2002).

Si bien México es el principal país exportador de cebolla a Estados Unidos, según se observa en la gráfica 2, está perdiendo su cuota de mercado por Canadá, Chile y Perú, sus principales competidores.

• Espárrago

La producción mundial de espárrago es encabezada por Estados Unidos, seguido de España y Perú. Tradicionalmente México ha ocupado entre el tercer y cuarto lugar y es el principal exportador al captar 21 por ciento de las exportaciones mundiales; sin embargo, en el mercado de Estados Unidos ocupa el segundo lugar. En la gráfica 3 se identifica a Perú como el principal competidor de México, seguido de otros países no identificados debido su mínima participación. Perú aumentó en 90 por ciento el área de su superficie cosechada a partir de 1994 (ASERCA, 1996) y está desplazando a México y Chile en el mercado internacional.

GRÁFICA 3  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ESPÁRAGO  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

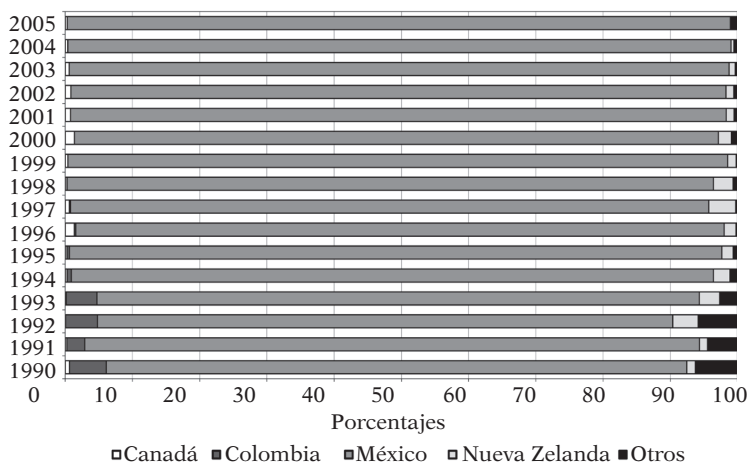


- Fresa

México ha exportado fresas a Estados Unidos desde hace más de 40 años, complementando su oferta, sobre todo en invierno. Baja California, con menos experiencia que otros estados, inicia sus exportaciones en 1985, convirtiéndose en una de las regiones más productivas, alcanzando tan sólo algunos en años el primer lugar.

En la gráfica 4 se puede apreciar que México es el principal exportador de este producto a Estados Unidos, al cubrir más de 95 por ciento del mercado, si bien su participación ha ido en aumento en los últimos años, a partir de la completa desgravación arancelaria en 2003 (de fresas congeladas) que cubre 98 por ciento de la demanda de importaciones. También concurren en este mercado Canadá, Colombia y Nueva Zelanda con uno por ciento, respectivamente.

GRÁFICA 4  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE FRESA  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

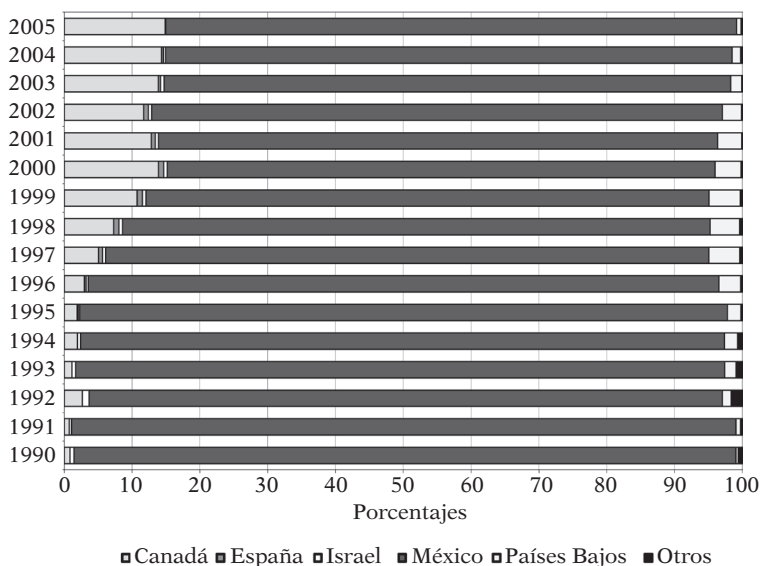
- Jitomate

El jitomate o tomate rojo, después de la papa, es la hortaliza más importante en el consumo mundial, del cual México es uno de los principales abastecedores, ya que ocupa el segundo lugar de los paí-

ses exportadores (18 por ciento), después de España (21 por ciento), y ha desplazado en los últimos años a los Países Bajos (17 por ciento).

En el mercado de Estados Unidos, la demanda de importaciones es abastecida en un 87 por ciento por México, Canadá (nueve por ciento), Países Bajos (tres por ciento) y el restante uno por ciento es proveído por Israel y España (véase la gráfica 5).

GRÁFICA 5  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE JITOMATE  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005

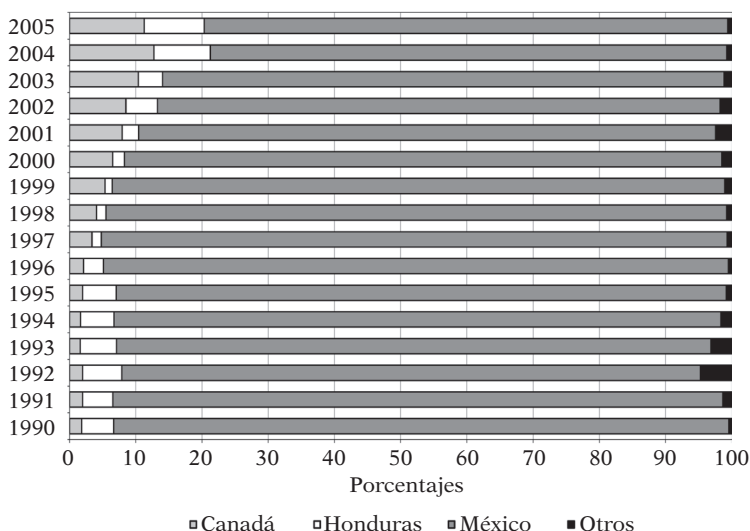


FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

#### • Pepino

El pepino es la tercera hortaliza en importancia de acuerdo con el valor agregado, después del jitomate y la cebolla (ASERCA, 1998); 70 por ciento de la producción nacional se destina al mercado internacional, y ocupa el primer lugar en las exportaciones mundiales al agrupar 24 por ciento de la oferta. En la gráfica 6 se puede apreciar el mercado estadounidense; la demanda de importaciones es abastecida en 89 por ciento por México, 5.6 por ciento por Canadá y 3.8 por ciento por Honduras.

GRÁFICA 6  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PEPINO  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

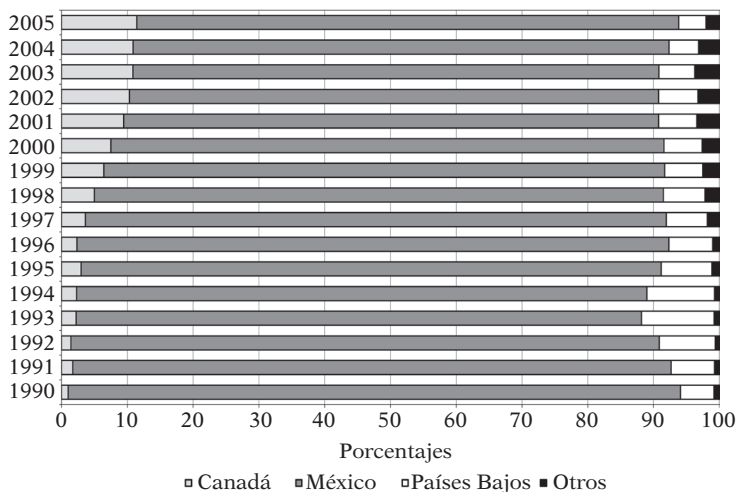
#### • Pimiento

México cubre 23 por ciento de las exportaciones mundiales de pimientos, seguido por los Países Bajos (19 por ciento) y Canadá (dos por ciento). En el mercado de Estados Unidos, México abastece las importaciones en 85 por ciento, seguido por Canadá (siete por ciento), Holanda (seis por ciento) e Israel (uno por ciento) (véase la gráfica 7).

#### • Uva

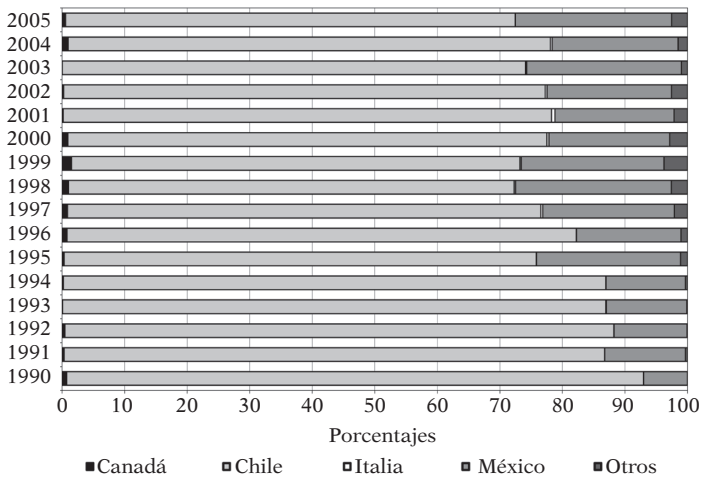
La producción de uva en México se destina, en promedio, a tres usos principales: uva de mesa (17 por ciento), uva pasa (22 por ciento) y uva industrial (60 por ciento). De la primera se exporta alrededor de 50 por ciento, concentrándose 95 por ciento en el mercado de Estados Unidos. En el contexto mundial, los principales exportadores son Chile (24 por ciento) e Italia (23 por ciento). México participa con cuatro por ciento de las exportaciones mun-

GRÁFICA 7  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PIMIENTO  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSE, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

GRÁFICA 8  
PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE UVAS  
EN EL MERCADO ESTADOUNIDENSES, 1990-2005



FUENTE: elaborada con datos de USDA (2007).

diales. En el mercado estadounidense, Chile abastece 79 por ciento de las importaciones, seguido de México con 18 por ciento del total. Canadá aporta el dos por ciento e Italia sólo 0.2 por ciento (véase la gráfica 8).

### *Especialización comercial*

El grado de especialización comercial es un indicador que permite cuantificar el impacto de un tratado de libre comercio en la actividad o en un sector económico de un país. El Índice de Especialización Comercial (IEC) es igual al cociente de la estructura comercial del país  $j$  (Estados Unidos o Canadá) entre la estructura comercial de México.

$$IEC = (E_{i\ j} / E_{t\ j}) / (E_{i\ MEX} / E_{t\ MEX}),$$

donde:

$E_{i\ j}$  = valor de las exportaciones del bien  $i$  en el país  $j$ .

$E_{t\ j}$  = valor de las exportaciones totales del país  $j$ .

$E_{i\ MEX}$  = valor de las exportaciones del bien  $i$  en México.

$E_{t\ MEX}$  = valor de las exportaciones totales de México.

En el caso del sector hortofrutícola, al obtener el índice de especialización de Estados Unidos y Canadá respecto a México, se demuestra la especialización que tiene nuestro país en hortalizas intensivas en trabajo<sup>6</sup> y en frutas tropicales, en contraste con Estados Unidos y Canadá con mayor especialización en frutas de climas templados y hortalizas menos intensivas en trabajo.

En términos relativos, México tiene un comercio más importante que Canadá en las exportaciones de ajo, alcachofas, berenjenas, calabazas, cebollín, cebollas secas, chiles, coles, coliflor y brócoli, espárragos, espinacas, guisantes verdes, judías verdes, lechugas, melones, pasta de jitomate, pepinos y pepinillos, puerros y sandías en los tres años de estudio; 1990, 1999 y 2005, en estos años el índice muestra un valor inferior a la unidad (véase el cuadro 4). En los productos en que dicho indicador es mayor que uno, se encuentran los hongos. Se observa un cambio en la especialización relativa de jitomates y zanahorias; a pesar de que México exporta más espinacas, jitomates y zanahorias que Canadá, el

<sup>6</sup> Se considera que los procesos de cosecha y empaque son intensivos en trabajo.

CUADRO 4  
 ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL DE HORTALIZAS  
 DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ RESPECTO A MÉXICO,  
 1989-2005

Producto	Canadá			Estados Unidos		
	1990	1999	2005	1990	1999	2005
Ajo	0.0017	0.003	0.0048	0.0944	0.0400	0.099
Alcachofas	0.0000	0.0000	0.0006	12.270	0.7330	1.3800
Berenjenas	0.0000	0.0010	0.0050	0.0137	0.0308	0.0328
Calabazas	0.0000	0.0017	0.1098	0.0000	0.0000	0.0000
Cebollín y chalotes	0.0011	0.0001	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
Cebollas secas	0.0158	0.0333	0.0300	0.0528	0.1236	0.0804
Chiles	0.0035	0.0356	0.0647	0.0225	0.0313	0.0353
Coles	0.2418	0.3345	0.1179	0.8608	1.9900	0.4719
Coliflor y brócoli	0.0098	0.0234	0.0276	0.2277	0.2145	0.2515
Espárragos	0.0000	0.0000	0.0092	0.1418	0.0316	0.1121
Espinacas	0.0000	0.0634	0.3779	0.7567	0.9211	1.6100
Chícharos	0.0227	0.0030	0.0285	0.2409	0.1985	0.3863
Hongos secos	94.170	33.830	13.420	65.280	31.600	64.790
Hongos y trufas	3.3100	12.310	7.5800	3.7900	2.8700	0.7083
Ejotes	0.0023	0.0304	0.0197	0.0549	0.1678	0.1877
Lechuga y achicoria	0.0642	0.0996	0.2172	1.9000	0.9934	2.2000
Melones	0.0000	0.0001	0.0038	0.0462	0.0962	0.2284
Pepinos y pepinillos	0.0058	0.0290	0.0737	0.0142	0.0186	0.0184
Puerros	0.0002	0.0025	0.0495	0.1455	0.2095	0.2401
Sandías	0.0000	0.0000	0.0005	0.0748	0.0769	0.0772
Jitomates	0.0017	0.0572	0.0902	0.0154	0.0322	0.0354
Zanahorias y nabos	0.4796	0.4100	0.7053	0.4101	0.7161	1.3800

FUENTE: los índices se calcularon obteniendo la relación de la estructura comercial de Estados Unidos y Canadá con respecto a México, con datos de la Organización Mundial de Comercio (OMC, s.f.); Canada's National Statistical Agency (s.f.) y United States Department of Agriculture (USDA, 2007).

índice tiende a aumentar mostrando evidencia de que este país está incrementando su especialización a partir de la intensificación de la apertura comercial.

Al contrastar la estructura porcentual de las exportaciones de hortalizas de Estados Unidos con México en 1990, 1999 y 2005, se observa en el cuadro 4, que México exporta más, en términos rela-

tivos, ajo, berenjenas, calabazas, cebollín, cebollas secas, chiles, coles, coliflor y brócoli, chícharos y ejotes, melones, pepinos, puerro, sandías y jitomates que Estados Unidos, y se evidencia que en estos productos el TLCAN no ha modificado la estructura de las exportaciones de México. Únicamente en espinacas y zanahorias, la apertura comercial parece haber provocado cambios en la especialización comercial al cambiar el valor del índice de cero en 1990 y 1999, a más de la unidad en 2005.

Estados Unidos mantiene una estructura comercial similar a la de Canadá, los productos en los que está especializado son hongos y maíz dulce, pero a diferencia de Canadá, las exportaciones de lechugas presentan un índice alto.

La estructura de las exportaciones de frutas de los países miembros del TLCAN se muestra en el cuadro 5; al compararla con México permite identificar los productos en los cuales está especializado, como los aguacates, algarrobas, plátanos, ciruela seca, guayabas, mangos, naranja, limones y limas, naranjas, papayas, fresas, piña, mandarina, toronjas y uvas, productos en los que, por las diferencias del clima, México tiene ventajas absolutas en la producción de estos frutos con respecto a Canadá. En los frutos de clima templado o frío, como las manzanas, melocotones y peras, Canadá se ha especializado. En el caso de las exportaciones relativas de albaricoques (chabacanos), dátiles, frambuesas, frutas secas y duraznos, Canadá ha perdido especialización, que México en términos relativos ha aumentado.

La comparación de la estructura de exportaciones de frutas de Estados Unidos con respecto a México en los últimos 15 años indica que este último se ha especializado en aguacates, plátanos, fresas, guayabas, mangos, limones, limas, papayas. En cambio, en los productos frutales (albaricoques, algarrobas, cerezas, dátiles, frutas secas, kiwis, manzanas y melocotones), Estados Unidos tiene una marcada especialización comercial en todo el periodo. En el último periodo de 2005, México pierde la especialización en favor de Estados Unidos. Un cambio en sentido contrario sucede con las uvas, desapareciendo en términos relativos su especialización.

No obstante, la competitividad del subsector hortícola mexicano en su conjunto presenta una tendencia a la baja a lo largo de los años, lo que significa que no sólo pierde especialización, sino también competitividad en el mercado internacional. Esta tendencia está indicando que México está cediendo su participación en el mercado a otros países y que está perdiendo competitividad en este

CUADRO 5  
 ÍNDICE DE ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL DE FRUTAS  
 DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ RESPECTO A MÉXICO,  
 1989-2005

	<i>Canadá</i>			<i>Estados Unidos</i>		
	<i>1990</i>	<i>1999</i>	<i>2005</i>	<i>1990</i>	<i>1999</i>	<i>2005</i>
Aguacates	0.0000	0.0018	0.0000	0.0402	0.0327	0.0039
Albaricoques secos	13.03	3.8800	n.d.	229.24	77.540	158.30
Albaricoques	3.000	0.1153	0.1048	77.210	18.070	75.380
Algarrobas	0.0000	0.0000	0.0000	8.0100	9.1700	1.1000
Plátanos	0.0002	0.0000	0.0001	0.2272	0.5251	1.3200
Cerezas	2.0000	0.5081	3600.8	178.53	38.300	33523.
Ciruelas secas	0.4655	0.0239	0.4424	3454.8	66.620	206.08
Dátiles	3.8700	0.0232	0.0063	6.2700	2.2000	0.5026
Frambuesas	112.08	0.4207	0.0263	0.0583	0.0000	0.0000
Fresas	0.0016	0.0016	0.0020	0.2521	0.2087	0.4167
Frutas secas	12.770	0.1679	0.4463	300.75	5.2300	7.8800
Guayabas, mangos	0.0000	0.0000	0.0000	0.0583	0.1235	0.1539
Kiwis	0.0000	2.1600	16.990	3.3300	396.88	1390.0
Limones y limas	0.0007	0.0000	0.0000	0.5668	0.1540	0.0797
Manzanas	128.71	103.47	73.690	365.02	534.95	519.40
Melocotones	42.350	0.5631	0.0070	442.51	65.310	24.040
Naranja (jugo)	0.0015	0.0288	0.9767	0.0267	0.4058	36.280
Naranjas	0.0002	0.0006	0.0005	18.750	1.1000	17.220
Papayas	0.0000	0.0000	0.0000	0.9770	0.0842	0.0415
Pasas	0.0060	0.0363	0.2197	2.4500	2.3000	13.310
Peras y membrillos	6.3000	8.1700	1.8800	667.47	1123.7	880.90
Piña tropical	0.0014	0.0002	0.0019	0.5137	0.3887	1.1300
Mandarinas	0.0005	0.0195	0.0000	0.2451	2.5400	1.9700
Toronjas	0.0981	0.0002	0.0004	56.550	20.790	4.2300
Uvas	0.0148	0.0042	0.0026	1.5600	0.4727	0.6795

FUENTE: los índices se calcularon obteniendo la relación de la estructura comercial de Estados Unidos y Canadá con respecto a México, con datos de la OMC (s.f.); Canada's National Statistical Agency (s.f.) y USDA (2007).



subsector. Los nuevos competidores para México son Perú, en el caso del espárrago; Canadá y Holanda en jitomates; Centroamérica con el melón y China en el caso del ajo. En el caso de los jitomates, los exportadores mexicanos se enfrentan ante un mercado maduro y casi saturado de Estados Unidos. Para aumentar la presencia en el mercado vecino se requiere de una mayor diferenciación de los productos a través de colores y formas de producción (invernadero, hidropónico u orgánico), lo que los exportadores no han podido lograr principalmente por la falta de conocimiento de las tendencias del mercado y del financiamiento.

El espárrago es otro ejemplo de cómo un producto va ganando especialización en el mercado internacional y cómo a partir de 1998 inicia su pérdida de competitividad ante la incorporación de Perú a este mercado. Finalmente, encontramos productos como el pepino, el pimiento y la cebolla que luchan por mantener su ventaja relativa de exportación y su nivel de especialización a pesar de que en México la creación de los entornos competitivos es cuestión más de la industria que de las instituciones. Los productores-exportadores, al ser tomadores de estándares y normas de calidad internacionales, deben adaptar sus procesos para competir en el mercado internacional, a la vez que realizan una labor de convencimiento ante las dependencias del Estado, para que modifique y/o establezcan políticas que favorezcan el desarrollo de esta industria.

#### LA NATURALEZA DE LA ESPECIALIZACIÓN COMERCIAL

La reasignación de recursos productivos se advierte al analizar el volumen y dirección de los flujos de comercio, así como en la identificación del patrón comercial y su evolución, y son estos elementos los que definen la especialización. En este sentido, la teoría identifica dos modalidades generales de comercio: el interindustrial y el intraindustrial. El primero se observa en un país, o sector, que se especializa siguiendo la pauta de la ventaja comparativa y, por lo tanto, exportará bienes de un sector a cambio de importaciones de otro. En el de tipo intraindustrial, el patrón comercial no está definido, esto es, se exportan e importan bienes originados en la misma industria. La trascendencia del tipo de comercio dominante en una economía radica en sus efectos e impacto en el nivel de bienestar. Se considera que el tipo interindustrial tiene fuertes efectos en la distribución del ingreso y, en consecuencia, un costo

social alto. En cambio, si el comercio resultante es del tipo intra-industrial, los efectos del impacto de corto plazo son menores.

### *Índice de comercio intraindustrial*

El instrumento tradicional para determinar la naturaleza de la especialización comercial es el índice de comercio intraindustrial de Grubel y Lloyd,<sup>7</sup> y se expresa;

$$CIIi = \frac{X_i + M_i - |X_i - M_i|}{X_i + M_i} = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i}$$

donde:

CIIi = índice de comercio intraindustrial de la industria i.

$X_i$  = valor de las exportaciones del bien i.

$M_i$  = valor de las importaciones del bien i.

El comercio de cada bien está formado por dos componentes: a) el intrasectorial, corresponde a la fracción del valor de exportaciones cubierta por importaciones y, b) el intersectorial, que es el saldo comercial en valor absoluto. El índice adquiere valores de 0 y 1, entre más se acerque el resultado a 0, mayor será el comercio interindustrial, y entre más se acerque a la unidad, mayor será el comercio intraindustrial.

En el análisis propuesto, los datos de comercio entre México y Estados Unidos, valor de las exportaciones e importaciones por fracción arancelaria, corresponden a los valores publicados en la internet por la agencia FAS del Departamento de Agricultura de Estados Unidos para los 15 años estudio, de 1989 a 2005. El índice se calculó en el nivel de seis dígitos, para evitar en lo posible falsos resultados por la agregación de los datos.<sup>8</sup>

<sup>7</sup>  $B_i = [(X_i + M_i) - (X_i - M_i)] / (X_i + M_i)$ , donde:  $B_i$  = índice de la industria i,  $(X_i + M_i)$  = comercio total,  $[X_i - M_i]$  = saldo comercial con valor absoluto.

<sup>8</sup> Como cualquier instrumento de medición, éste tiene sus limitaciones, que se señalan a continuación: a) su medición puede dar lugar a resultados erróneos, debido a una insuficiente desagregación geográfica o sectorial. La primera aparece cuando se miden las relaciones comerciales de un país con un grupo de países o con el resto del mundo. Si en el agregado se incluyen países con distintas dotaciones factoriales y se mide el comercio intrasectorial de una economía respecto a ese agregado. b) Se puede estar considerando intercambios interindustriales, que pueden explicarse por diferencias en la dotación factorial como intraindustriales, si la desviación sectorial surge por una insuficiente desagregación en las clasificacio-

En este contexto, podrá argumentarse, con toda seguridad, que si un país exporta más de lo que importa de un bien específico, se debe a algún tipo de ventaja comparativa, mientras que cuando se producen exportaciones e importaciones simultáneas de productos que comparten características de calidad, coinciden sus dotaciones factoriales y no hay evidencia, aparentemente, de ventajas comparativas entre los países en estudio.

En el cuadro 6, se presenta el cálculo del índice de comercio intraindustrial del capítulo 7 de la balanza comercial. Este indicador muestra el efecto estructural en los flujos comerciales al intensificarse la apertura comercial y la posible especialización productiva en subsectores con ventajas comparativas. Antes de la firma del TLCAN, en el periodo de estudio 1991-1993, las fracciones con comercio intraindustrial son las referentes a coliflor, coles y lechugas, y con comercio del tipo interindustrial, todos los demás productos, los cuales pueden ser importaciones o exportaciones netas.

En el periodo posterior a la entrada en vigor del tratado comercial con Estados Unidos y Canadá, 1997-1999, no se observan cambios importantes. Es en el periodo siguiente, 2004-2006, cuando el índice muestra un cambio en el comercio de ajos y zanahorias, al alejarse el valor de ambos de 0 y acercarse a 1, sobre todo en las zanahorias al pasar de 0.12 al inicio del periodo a 0.77.

El resultado es consistente con la teoría. El comercio prevalente es del tipo interindustrial, explicado por las ventajas comparativas; se exportan productos con ventajas y se importan aquellas donde no hay especialización.

El comercio que prevalece en las frutas que comprende el capítulo 8 de la balanza comercial es del tipo interindustrial e igual que el encontrado en las hortalizas, la estructura comercial no sufrió cambios importantes, exceptuando naranjas, toronjas y uvas, que de ser importaciones o exportaciones netas pasan a tener in-

nes de comercio, de forma que se estaría considerando CII el intercambio de productos diferentes dentro de una misma partida arancelaria. c) Este método no distingue la diferenciación vertical de los productos y por tanto separa tajantemente las explicaciones del comercio CII de la del comercio interindustrial; al suponer que CII comprende los intercambios de productos con funciones de producción semejantes (clasificados en la misma partida estadística al máximo nivel de desagregación), se elimina cualquier vinculación con la existencia de ventajas comparativas de las distintas dotaciones factoriales entre países, y las diferencias internacionales en las condiciones tecnológicas como fuente de la ventaja comparativa no son consideradas y se suponen nulas en el comercio de bienes con un grado de desagregación suficiente.

CUADRO 6  
 ÍNDICE DE COMERCIO INTRAINDUSTRIAL DE HORTALIZAS  
 ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS, 1991-2006

<i>Fracciones arancelarias del capítulo 7</i>	<i>1991-1993</i>	<i>1997-1999</i>	<i>2004-2006</i>
Jitomates, frescos	0.0783	0.0271	0.0387
Cebollas y chalotes	0.1666	0.1046	0.2589
Ajo	0.2924	0.2587	0.4196
Puerros frescos	0.1791	0.0290	0.0838
Coliflores frescas	0.5506	0.6638	0.5482
Coles de bruselas	0.0012	0.0058	0.0016
Col	0.7411	0.4936	0.7392
Lechuga fresca	0.5617	0.4783	0.8550
Achicoria fresca	0.2424	0.5894	0.2440
Zanahorias y nabos	0.1279	0.2117	0.7776
Remolachas (betabel)	0.0092	0.0859	0.0036
Pepinos pepinillos	0.0008	0.0018	0.0001
Guisantes frescos (chícharos)	0.0185	0.0118	0.0194
Habas frescas	0.0587	0.0167	0.0414
Alcachofas	0.5185	0.0452	0.6730
Espárrago fresco	0.0093	0.0039	0.0025
Berenjenas frescas	0.0011	0.0006	0.0015
Apio fresco	0.2638	0.1470	0.2931
Setas frescas	0.0000	0.0992	0.0074
Pimientas frescas	0.0225	0.0057	0.0120
Espinaca fresca	0.0267	0.1000	0.1239
Patatas congeladas	0.0083	0.0000	0.0000
Chícharos congelados	0.2136	0.2616	0.0111
Legumbres congeladas	0.3099	0.2381	0.3061
Espinaca congelada	0.1437	0.1005	0.0870
Mafz dulce congelado	0.0137	0.1956	0.0164
Mezcla vegetal congelada	0.1994	0.0418	0.0483
Aceitunas preservadas	0.0023	0.0895	0.3925
Cebollas secas	0.1290	0.0224	0.0081
Chícaros secos	0.0021	0.0417	0.0139
Garbanzos	0.0969	0.0094	0.0216
Habas de riñón	0.1499	0.0802	0.7860
Habas	0.0566	0.1329	0.4556
Lentejas	0.0000	0.0228	0.1000

FUENTE: elaborado con datos de USDA (2007).

tercambio bilateral. En el cuadro 7, se observa que el indicador de comercio de naranjas pasó de 0.11 a 0.83; las toronjas de 0.02 a 0.56 y las uvas deshidratadas de 0.29 a 0.79.

CUADRO 7  
ÍNDICE DE COMERCIO INTRAINDUSTRIAL DE FRUTAS  
ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS, 1991-2006

<i>Fracciones arancelarias del capítulo 8</i>	<i>1991-1993</i>	<i>1997-1999</i>	<i>2004-2006</i>
Aguacates	0.0505	0.0101	0.0077
Guayabas y mangos	0.0008	0.0057	0.0064
Naranjas	0.1125	0.6357	0.8364
Mandarinas	0.0164	0.0334	0.0935
Limonos y limas	0.0121	0.0152	n.d.
Toronja	0.0270	0.0000	0.5697
Uvas frescas	0.1517	0.2911	0.3705
Uvas deshidratadas	0.2907	0.4877	0.7914
Sandías frescas	n.d.	0.0019	0.0092
Melones frescos	n.d.	0.0136	0.1882
Papayas	0.0158	0.0043	0.0007
Manzanas frescas	0.0000	0.0000	0.0003
Peras frescas	0.0000	0.0007	0.0000
Albaricoques frescos	0.0060	0.0000	0.0000
Cerezas frescas	0.0000	0.0000	0.0000
Melocotones, nectarinas	0.1097	0.0309	0.1351
Ciruelos frescos	0.0000	0.0006	0.0000
Fresas frescas	0.1406	0.1790	0.2828
Frambuesa	0.1164	0.0040	0.0024
Arándanos	0.0142	0.3530	0.3474
Kiwi fresco	n.d.	0.0000	0.0000
Fresas congeladas	0.0249	0.0215	0.0402
Frambuesas congeladas	0.2381	0.0734	0.2806
Cerezas preservadas	0.0896	0.4603	0.0000
Albaricoques deshidratados	0.1807	0.0000	0.0000
Pasas deshidratadas	0.0357	0.0451	0.0028
Manzanas deshidratadas	0.0000	0.0000	0.0214

FUENTE: elaborado con datos de USDA (2007).

## CONCLUSIONES

La suscripción del TLCAN abrió para los productores mexicanos la ventana al mercado regional más grande del mundo; sin embargo, la gran concentración de las exportaciones a este mercado señalan vulnerabilidad ante el cambio como las regulaciones en materia de inocuidad alimentaria presentes actualmente en los mercados agropecuarios. Las actividades hortofrutícolas que aportan cerca de 50 por ciento del valor de las exportaciones agrícolas sustentan, en gran medida, la rentabilidad del sector agropecuario mexicano.

Las hortalizas, como jitomate, pepino, pimientos, cebollas y espárrago, presentan un impacto medio para exportaciones (crecimiento del seis al 15) y bajo para importaciones al igual que las frutas, con excepción del espárrago y el pimiento que presentan un impacto alto y medio en importaciones originarias del multicitado tratado.

El resultado del índice de comercio intrindustrial aporta evidencia de la especialización de México en frutas y hortalizas, en especial aquéllas intensivas en sus procesos de cosecha y empaque en trabajo, y en las frutas tropicales.

No obstante que la producción y exportación de hortalizas es una actividad dinamizante, tanto por la generación de divisas como de empleo y por la derrama económica por actividades relacionadas con la oferta de insumos y transporte, es un subsector que está perdiendo competitividad en el mercado internacional. Por esto urge una política pública que fortalezca su competitividad y apoye la apertura de nuevos mercados para compensar el impacto negativo por problemas relacionados con sanidad e inocuidad de los productos y acentuados por la excesiva concentración de las exportaciones en un destino, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Es prioritario fortalecer las industrias orientadas al mercado doméstico, de tal manera que incrementen su presencia en el mercado local y regional y desalienten las importaciones, creando conciencia en el consumidor regional para que adquiera prioritariamente productos nacionales sobre importados e incremente el consumo estacional (productos de temporada), como una forma de estimular la demanda interna para, con ello, contribuir al incremento y mejora de los ingresos de los productores y trabajadores agrícolas mexicanos.

## BIBLIOGRAFÍA

- ASERCA (1996), “Espárrago: un cultivo generador de divisas”, en *Claridades Agropecuarias*, núm. 32, en <<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=32>>.
- \_\_\_\_\_ (1998), “Jitomate: la hortaliza de excelencia en exportación”, en *Claridades Agropecuarias*, núm. 32, pp. 3-20, <<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=62>>.
- \_\_\_\_\_ (1998), “Una hortaliza con gran diversificación de mercados. Su situación actual: cebolla”, en *Claridades Agropecuarias*, núm. 53, pp. 3-11, <<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=53>>.
- \_\_\_\_\_ (1998), “Panorama internacional de la cebolla”, en *Claridades Agropecuarias*, núm. 53, pp. 20-26, <<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/marcos.asp?numero=53>>.
- \_\_\_\_\_ (2002), “Los titanes del desierto”, en *Claridades Agropecuarias*, núm. 105, pp. 3-30, <<http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/revistas/105/ca105.pdf#page=31>>.
- CALVO, A. (2000), *Integración económica y regionalismo*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- CANADA'S NATIONAL STATISTICAL AGENCY (s.f.), en <<http://www.statcan.ca>>.
- COOK, R. (2000), “Strategic Alliances and Joint Ventures Under NAFTA: Concepts and Evidence”, en D. Sparling, Proceedings of the Fifth Agricultural and Food Policy Systems Information Workshop, *Policy Harmonization and Adjustment in the North American Agricultural and Food Industry*, University of Guelph, febrero, pp. 68-94.
- COSTA, E., J. EPPERSON, CH. HUANG y J. MCKISSICK (2002), “Impacts of Adversing and Promotion on the Demand form Ecaned Purchases of Vidalia Onions”, en *Journal of Food Distribution Research*, vol. 33, núm. 1, pp. 52-61.
- FEENSTRA, R. (2004), *Advanced International Trade-Theory and Evidence*, Princeton University Press.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO) (2007), en <<http://fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?Page ID=567>>.
- FULLER S., M. GILLS y H. ZIARI (1996), “Effect of Liberalized U. S.-Mexico Dry Onion Trade: A Special and Intertemporal Equilibrium Analysis”, en *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 28(1), pp. 135-147.
- DÍAZ, M. (2000), “El impacto comercial de la integración económica europea en el periodo 1985-1996”, tesis doctoral, España,

Universidad de Castilla La Mancha-Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo.

HUMMELS, D., J. ISHII y K. YI (1999), "The Nature and Growth of Vertical Specialization in World Trade", en *Journal of International Economics*, núm. 54, Elsevier Science, pp. 75-96.

MILBERG, W. (2004), "Cambio del comercio ligado a los sistemas mundiales de producción. ¿Qué política seguir?", en *Revista Internacional del Trabajo*, Ginebra, OIT, vol. 123, núm. 1-2.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC) (s.f.), en <<http://www.wto.org>>.

PARDO, M. (1998), "La industria agroalimentaria como factor de integración y desarrollo regional", en Miguel Olmeda F. y Juan S. Castillo V. (coords.), *El sector agroalimentario y el desarrollo regional*, Cuenca, Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 89-100.

REARDON, T. y C. BARRET (2000), "Agroindustrialization, Globalization, and International Development: An Overview of Issues, Patterns, and Determinants", en *Agricultural Economics*, núm. 23.

UNITED STATE DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA) (2007), en <<http://www.fas.usda.gov/ustrade>>.

VOLLRATH, T. (2003), "North American Agricultural Market Integration and its Impact on the Food and Fiber System", en *Agriculture Information Bulletin*, Washington, D.C., Economic Research Service/USDA, núm. AIB784.



EMPRESARIOS Y DINÁMICAS EXTRATERRITORIALES  
EN LA AGRICULTURA DE HORTALIZAS EN MÉXICO:  
EL CASO SAYULA, JALISCO\*

*Alejandro Macías Macías\*\**

RESUMEN

El cultivo de hortalizas se ha convertido en los últimos cuarenta años en una de las actividades productivas más importantes en México, pues se trata de productos con alto valor agregado; en su producción el país mantiene ventajas comparativas. En este contexto, desde mediados de la década de 1980, el cultivo de jitomate, brócoli y otras hortalizas se ha desarrollado de manera importante en Sayula, en el estado de Jalisco. Este tipo de producción se enmarca dentro de lo que Gereffi (1994) denomina como “cadenas globales de mercancías” controladas por el comprador, es decir, estructuras de producción cuyos procesos se enmarcan en evidentes dinámicas extraterritoriales. En la producción agrícola de Sayula intervienen muchos actores cuya actividad central se ubica en otros territorios; además demanda insumos y factores de producción (incluida la mano de obra) externos al mismo, a la vez que la comercialización y el consumo también se realizan fuera de Sayula. Ahora bien, dentro de estas cadenas globales, existen diversas formas en las que se ha organizado la relación entre

\* El presente documento es producto de la investigación “Empresarios, estrategias y territorio en la producción hortícola en México (el caso de Sayula, Jalisco)”, que el autor desarrolló con apoyo del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara, el Programa para el Mejoramiento del Profesorado de la Secretaría de Educación Pública (Promep) y el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS Occidente).

\*\* Profesor-investigador del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores y de la Benemérita Sociedad de Geografía y Estadística del Estado de Jalisco. Correo electrónico: <alejandrom@cusur.udg.mx>.

productores y compradores, de acuerdo con las características del producto, de los mercados a los que van dirigidos y de los actores involucrados. Esto genera una diversidad de estructuras de gobierno, mismas que son estudiadas en este trabajo con el propósito de entender los beneficios que generan al agricultor, pero también las limitaciones que éste tiene.

## INTRODUCCIÓN

La producción de frutas y hortalizas, tanto para el mercado interno como para la exportación, se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para el sector agropecuario de México. En este sentido, las hortalizas son los cultivos agrícolas con mayor densidad económica<sup>1</sup> (7.23 en el promedio de 1990 a 2002), en tanto que las frutas son las segundas (un valor de 2.66) (Sagarpa, 2003).<sup>2</sup>

El crecimiento de la agricultura hortofrutícola en México ha sido espectacular en los últimos 50 años, al incrementarse la superficie sembrada a una tasa promedio anual de 3.26 por ciento entre 1961 y 2004, en tanto que la producción lo hizo en una tasa promedio anual de 4.41 por ciento (FAOSTAT). Las razones para ello, sobre

<sup>1</sup> La densidad o productividad económica (DE) se refiere al porcentaje en que aumenta la participación del valor de la producción de un cultivo respecto a un total de referencia, por cada punto porcentual que se incrementa la participación de la superficie cosechada respecto a ese total. En este caso se utilizan como totales de referencia los nacionales, de manera que la ecuación queda de la siguiente forma:

$$DE = (vp_i / VP) / (s_i / S)$$

donde:

- vp<sub>i</sub> = valor de la producción del i-esimo cultivo o grupo de cultivos.
- VP = valor total de la producción agrícola nacional.
- s<sub>i</sub> = superficie cosechada del i-esimo cultivo o grupo de cultivos.
- S = superficie total nacional de productos agrícolas cosechados.

Así, si la densidad económica de las hortalizas es de 7.23, quiere decir que por cada punto porcentual que aumente la participación de la superficie cosechada en el total de superficie agrícola nacional, se incrementarán 7.23 puntos porcentuales más la participación del valor de la producción de las hortalizas respecto al valor de la producción agrícola total nacional.

<sup>2</sup> Los valores de otros grupos de cultivos son industriales 1.32, forrajes 0.80 y cereales 0.53 (Sagarpa, 2003).

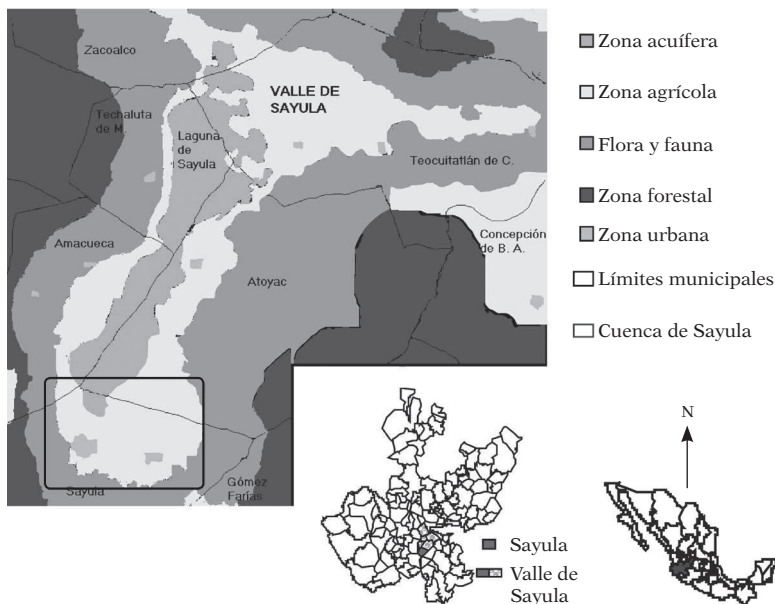
todo en los últimos 25 años, se han derivado de cambios en la demanda y la oferta, tanto en el nivel internacional como en el nacional, así como a las condiciones geográficas que México presenta para producir estos cultivos, los cuales resultan muy rentables en determinadas épocas del año.

Ante tales expectativas, fortalecidas por el crecimiento del mercado interno, la integración de este tipo de agricultura al mercado de Estados Unidos, la apertura comercial y la concepción gubernamental respecto a la prioridad que se debe dar a la producción de estos cultivos en los que México presenta ventajas, importantes regiones del país —con características ambientales y geográficas propicias— han reorientado su agricultura hacia estos cultivos, pues si bien se reconoce que éstos requieren considerables inversiones y son mucho más riesgosos que la producción de granos básicos o los cultivos forrajeros, también es cierto que generan mayores utilidades. El mecanismo fue, primero, a través de asociaciones de todo tipo con comercializadores estadounidenses y, después, mediante la propia inversión del capital nacional, por lo que México ha pasado a ser el decimosegundo productor mundial hortofrutícola y el primero en cuanto a exportaciones (Banco-mext, 2004).

En razón de lo anterior, la producción de frutas y hortalizas es la rama agrícola en la que más empresarios se han involucrado dentro de un modelo de producción fuertemente condicionado por las tendencias económicas y sociales internacionales (aunque también nacionales), lo que les ha demandado asumir una serie de estrategias diferenciadas para competir, mostrando en ello las limitaciones estructurales que los productores tienen al ser uno de los eslabones más débiles de la cadena global de mercancías, pero también la forma como algunos actores, haciendo valer sus recursos, han podido no sólo mejorar su posición en dicho campo, sino incluso incursionar en otros eslabones del mismo —como la comercialización en México y en algunos mercados de exportación—, así como en otras ramas económicas.

El presente ensayo analiza la evolución de la agricultura hortícola, de tipo empresarial en el municipio de Sayula, ubicado en el valle del mismo nombre al sur del estado de Jalisco (véase el mapa 1), donde la producción, primero de jitomate y después de chile, brócoli y otras hortalizas, se ha desarrollado desde 1985 hasta la fecha; existen distintos mecanismos y actores involucrados en un tipo de agricultura donde resultan evidentes las vinculaciones de actores locales con dinámicas que superan las fronteras territoriales.

MAPA 1  
VALLE DE SAYULA



CADENAS GLOBALES DE MERCANCÍAS Y ESTRUCTURAS  
DE GOBIERNO QUE RIGEN SUS RELACIONES

La manera como se desarrolla una actividad económica y las decisiones que adoptan los actores en ella involucrados en gran medida se encuentran condicionadas por la forma como están estructurados los espacios donde operan. Dichos espacios deben ser considerados como campos empresariales puesto que la actividad de los empresarios no es atomizada, sino grupal, de forma que lo que ellos hacen o deciden, afecta a otros actores en el mismo campo y viceversa.

Si bien los campos empresariales casi nunca han sido de carácter estrictamente local, es indudable que en las últimas décadas, con la reafirmación del fenómeno de la globalización económica y la “fragmentación” espacial de la producción, la comercialización y el consumo, éstos han traspasado las fronteras y hoy suelen ser campos globales, en los que la dispersión de las etapas producti-

vas necesariamente ha tenido que ir acompañada por la integración organizativa y del comercio de todos los actores que intervienen en el proceso de producción, de manera que ello pueda generar valor a la cadena y beneficios diferenciados a los actores participantes.

Este tipo de campos empresariales de alcance global han sido denominados como “cadenas globales de mercancías” (*Global Commodity Chains* [GCC]), entendidas como:

Una combinación de redes interorganizacionales eslabonadas alrededor de una mercancía o producto, enlazando viviendas, empresas y Estados de distintos lados dentro de la economía mundial. Esas redes son situacionalmente especificadas, socialmente construidas y localmente integradas alrededor del enraizamiento social de la acción económica (Gereffi, Korzeniewicz y Korzeniewicz, 1994:2).

De esta forma, lo que sucede en una red económica local no puede ser entendido sólo por sus características internas, sino por la comprensión de las interacciones y estructuras de gobierno que suceden entre todos los nodos o cajas de esa red (Gereffi, 1994:97).

Gereffi (1999:1) señala que las cadenas globales de mercancías pueden clasificarse de la siguiente manera: 1) las que son controladas por el productor y 2) las que son controladas por el comprador. Las dominadas por el productor se caracterizan por ser intensivas en capital y tecnología, de manera que las grandes cadenas manufactureras transnacionales tienen el papel central en la coordinación de la red de producción, incluyendo los eslabonamientos hacia adelante y hacia atrás de la cadena.

Por su parte, en las cadenas globales de mercancías dominadas por el comprador (dentro de las que se encuentra la producción de hortalizas), los grandes comercializadores (mayoristas, minoristas, distribuidores de marca, supermercados, etc.) desempeñan el papel central en la definición de qué, cuándo, cómo y dónde producir, lo cual se realiza en unidades que conforman redes de producción descentralizadas en distintos países exportadores, generalmente subdesarrollados.<sup>3</sup> En estas cadenas —que producen principal-

<sup>3</sup> De acuerdo con Gereffi (1999:3), lo que distingue a la empresa líder de sus seguidores en una cadena es el control en el acceso a los principales recursos (sean de diseño, tecnológicos, posesión de marcas comerciales o cartera de consumidores, etc.), que generan las mayores utilidades en la misma.

mente artículos intensivos en mano de obra—, la parte más importante del valor agregado se genera en la intermediación, de manera que las empresas líderes —ubicadas generalmente en los países desarrollados—, son compañías que diseñan y/o comercializan los productos, incluso con su marca, pero que no producen de forma directa.

Las cadenas globales de mercancías dominadas por el comprador se fundamentan en el capital comercial, la integración horizontal de las actividades en grandes redes (lo que genera, por lo menos en el proceso de producción, estructuras competitivas menos oligopólicas que en las cadenas dominadas por el productor) y las economías de alcance.

Ahora bien, un aspecto fundamental para entender el sentido de las acciones que se desarrollan en estas cadenas es comprender cuál es la estructura de gobierno que prevalece en las relaciones que se dan entre los distintos eslabones. De acuerdo con Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2003:6), existen tres factores que influyen en la configuración de tales estructuras: 1) la complejidad de la información que se transmite entre los actores involucrados en cada eslabón para la ejecución de las decisiones; 2) la posibilidad de que dicha información pueda ser codificada de manera que facilite su transmisión y, 3) las capacidades que tengan los actuales o potenciales oferentes de la transacción, comparativamente con la capacidad del comprador.

CUADRO 1  
DETERMINANTES CLAVE DE LAS ESTRUCTURAS DE GOBIERNO  
EN LAS CADENAS DE MERCANCÍAS

<i>Tipo de gobierno</i>	<i>Complejidad de la información en las transacciones</i>	<i>Posibilidad para codificar la información</i>	<i>Capacidad de los oferentes</i>	<i>Nivel de coordinación explícita y asimetría de poder</i>
Mercado	Bajo	Alto	Alto	Bajo ↑ ↓ Alto
Modular	Alto	Alto	Alto	
Relacional	Alto	Bajo	Alto	
Cautiva	Alto	Alto	Bajo	
Jerarquía	Alto	Bajo	Bajo	

FUENTE: Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2003:8).

Si los tres factores se clasifican solamente entre un valor alto o bajo se crearían ocho combinaciones posibles de estructuras de gobierno, aunque en la práctica sólo se dan cinco, que van desde las que tienen el nivel mínimo de coordinación explícita entre las partes<sup>4</sup> y de asimetría de poder (transacciones de mercado), hasta las que tienen el nivel máximo en ambos rubros (jerarquías). En el cuadro 1, se muestran estas cinco posibilidades.

En términos generales, las características de estos tipos de gobierno son las siguientes (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2003:5-6):

1. **MERCADO.** Debido al carácter transitorio de la transacción, la información sobre las especificaciones del producto es sencilla y fácilmente codificable.
2. **MODULAR.** Aquí ya existe una relación mucho más cercana entre las partes, de manera que para la producción del artículo se requiere de una serie de especificaciones particulares que necesitan transmitirse del comprador al vendedor, aunque se mantiene la facilidad para codificarlas, así como la capacidad económica del productor equiparable a la del comprador.
3. **RELACIONAL.** En ella la complejidad de la información relativa al proceso de producción se incrementa en aspectos que difícilmente pueden codificarse, de manera que las partes requieren fuertes nexos de confianza y reputación —por lo general construidos históricamente (capital social)—, para que pueda seguirse dando la relación; aunque las asimetrías entre las partes continúan siendo bajas, se necesitan mutuamente para sus actividades.
4. **CAUTIVA.** En esta estructura de gobierno, los pequeños oferentes son transaccionalmente dependientes de los grandes compradores, de forma tal que se vuelven agentes cautelosos para éstos, quienes establecen altos niveles de monitoreo y control sobre el proceso de producción con el fin de excluir a otros posibles “intrusos” de los beneficios del esfuerzo de coordinación. En las relaciones cautivas, la parte oferente desarrolla sólo las actividades que le son señaladas nítidamente por la empresa compradora líder, dependiendo de ésta en aquellas otras acciones de mayor valor

<sup>4</sup> Clemons *et al.* (1993, en Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2003:3), utiliza el término de coordinación explícita para referirse a formas de coordinación de la actividad económica que no son las de mercado.

agregado, como el diseño, la logística, la venta, la incorporación de tecnología, etc., con lo que la empresa líder pretende evitar el oportunismo de la parte proveedora.

5. JERARQUÍA. Ésta se da cuando hay una integración vertical del proceso de producción y surge cuando la dificultad para codificar la información relativa al mismo es tan alta y las asimetrías en relación con el productor tan grandes en varios sentidos, que a la empresa compradora le conviene más asumir la responsabilidad de la producción ante los riesgos que representa el no hacerlo.

Este tipo de clasificación de estructuras de gobierno tiene la debilidad de que es muy mecanicista al presentar la relación como si fuera totalmente definida sólo por estos aspectos y donde aparece el productor como un sujeto pasivo con un muy escaso margen de acción, lo cual no coincide exactamente con la realidad, pues en cada relación hay múltiples negociaciones entre los actores, en las que cada uno de ellos pone en juego sus propias fuerzas para obtener el mayor beneficio. De todas formas representa un interesante marco de acción para analizar, desde la visión de las estructuras de gobierno de las cadenas de mercancías, dónde se ubican los productores hortícolas mexicanos y, con base en esto, cómo se explican sus acciones, recordando que éstas se encuentran acotadas por el campo de fuerza que existe en esta cadena, donde la intermediación tiene el mayor poder.

La estructura de gobierno, aunque puede ser la misma que domine en toda la cadena, no siempre es así, pues pueden existir cadenas en las que en la relación entre dos eslabones exista una estructura, mientras que en otros aparezca una diferente. Además, las estructuras de gobierno no son estáticas, de manera que los cambios tecnológicos, de organización o incluso fuerzas exógenas a la cadena, pueden producir que la relación entre los eslabones pase de una estructura a otra de acuerdo con las necesidades de los actores involucrados.

Finalmente, cabe señalar que en la cadena global de hortalizas, un mecanismo muy utilizado que articula a los intermediarios con los productores, es la agricultura por contrato, definida como:

Un acuerdo entre agricultores y empresas de elaboración y/o comercialización, para la producción y abastecimiento de productos agrícolas para entrega futura, frecuentemente a precios predeterminados. Los arreglos comprometen al comprador a pro-



porcionar un cierto grado de apoyo representado, por ejemplo, en el suministro de insumos y la provisión de asistencia técnica, así como en comprar los productos acordados, mientras que el compromiso del agricultor es entregar determinado producto en cantidades y estándares de calidad definidos por el comprador (Eaton y Shepherd, 2001:2).

La agricultura por contrato, por su propia definición, corresponde a relaciones heterogéneas que pueden tener una estructura de gobierno de tipo modular, relacional o cautiva.

#### DINÁMICAS EXTRATERRITORIALES EN LA HORTICULTURA EN SAYULA

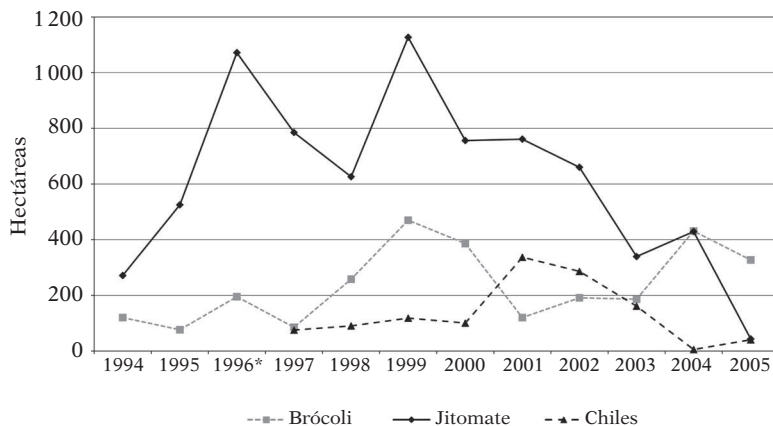
En Sayula durante un lapso de 20 años se han desarrollado, básicamente, dos tipos de cadenas hortícolas con distintas características de actores participantes, de destino del producto y de formas de gobierno. La primera y que en su momento, durante la segunda mitad de la década de 1990, generó mucha actividad económica, fue la producción de jitomate para el mercado de verduras frescas, mientras que la segunda, aparecida a partir de 1994, ha sido la producción de brócoli para el mercado de alimentos congelados. Adicionalmente, a principios de la década actual, trabajó la agroempresa La Costeña, y se produjo directamente chile jalapeño para abastecer su mercado. En total, la siembra de estas hortalizas llegó a sumar más de 1 700 hectáreas en su mejor año, que fue 1999 (véase la gráfica 1).

Como parte de una cadena global de mercancías, la producción de hortalizas en Sayula es una actividad altamente globalizada, en la que los actores locales mantienen múltiples interrelaciones con otros actores, muchos de ellos localizados en distintos lugares de México y del planeta. Es decir, las empresas productoras demandan *inputs* y factores de producción provenientes de cualquier parte del mundo, al mismo tiempo que comercializan la mayor parte de su mercancía en regiones geográficas externas al territorio local.

#### *Producción de jitomate para el mercado en fresco*

Aunque en la década de 1940 ya se había cultivado esta hortaliza en Sayula, su producción en la nueva etapa de la agricultura industrial, comienza en 1985 cuando Bonanza, una empresa prove-

GRÁFICA 1  
SUPERFICIE SEMBRADA DE PRINCIPALES HORTALIZAS  
EN SAYULA Y AMACUECA



\* Para 1996 las cifras de jitomate se tomaron de los datos de las empresas, por lo que difieren de Sagarpa.

FUENTE: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa, 1994-2005).

niente de Autlán,<sup>5</sup> encontró en Sayula una región propicia para expandirse geográficamente, además de que en Autlán comenzaban a manifestarse una serie de características propias de la producción intensiva de hortalizas, es decir, el agotamiento de los recursos (agua y suelo) y la presencia de plagas como resultado de un tipo de agricultura de monocultivo que sobreexplota los recursos en el corto plazo. A partir de ese año, han sido 12 los más constantes productores de jitomate en Sayula, aunque de ellos, las principales empresas que llegaron a sembrar más de 100 y hasta 500 hectáreas, fueron seis, casi todas de capitales foráneos (véase el cuadro 2).

La producción de jitomate alcanzó su mayor volumen en 1999, cuando se cosecharon 51 794 toneladas, con un valor de producción en términos reales (a precios de 2003) de poco más de 354 millones de pesos. No obstante, el año en que se obtuvo el mayor valor

<sup>5</sup> El valle de Autlán era, hasta entonces, la región de Jalisco donde más jitomate se producía, iniciando en la década de 1970 con productores mayoritariamente estadounidenses, pero después incorporándose varios empresarios mexicanos como trabajadores, socios de las empresas extranjeras o bien, como agricultores independientes (González, 1994).

CUADRO 2  
PRINCIPALES PRODUCTORES DE JITOMATE Y CHILE  
EN SAYULA EN EL PERIODO 1985-2005

<i>Empresa o productor</i>	<i>Origen</i>	<i>Periodo en que sembró</i>	<i>Cultivo principal</i>	<i>Superficie máxima que ha sembrado (ha)</i>
Bonanza	Autlán, Jalisco	1985- ?	Jitomate	485 en 1996
Santa Anita	Sinaloa	1993-2002	Jitomate	455 en 1997
Rancho Alegre	Sayula, Jalisco	1996-2002	Jitomate	270 en 1998
Chajoma	Sinaloa	1999-2004	Jitomate	267 en 1999
Agrícola Pony	Sinaloa	1998-1999	Jitomate	160 en 1999
UTTSA	Tamazula, Jalisco	1999-2000	Jitomate	300 en 2000
La Costeña	Sinaloa	2001-2003	Chile	215 en 2001

FUENTE: información obtenida en trabajo de campo que el autor realizó entre 2003 y 2005.

de producción por hectárea fue 1998, pues gracias a los altos precios que se tuvieron (por diferentes problemas ambientales en otras regiones de México y Estados Unidos), dicho valor ascendió a casi 509 mil pesos (precios de 2003), cantidad significativa si se considera que, por ejemplo, de acuerdo con datos proporcionados por Hubert Carton y Sara Lara (2004:24), en el nivel nacional en el año 2000, el valor por hectárea de este cultivo fue de 125 mil pesos, deflactados a precios de 2003.

El jitomate en Sayula mantuvo altos niveles de productividad económica durante el tiempo en que se cultivó, pues entre 1995 y 2005 generó 50.81 por ciento del valor de la producción agrícola en Sayula, y ocupó 8.3 por ciento de la superficie.<sup>6</sup>

A pesar de que la producción comercial de jitomate en México se remonta a los primeros años del siglo XX en el estado de Sinaloa, su crecimiento más dinámico en el nivel nacional se da a partir de 1964, derivado, por un lado, de la Revolución cubana (ya que este país era el principal proveedor de hortalizas del mercado estadounidense en la época invernal) (Muñoz *et al.*, 1995:99), y, por el otro, de que la agricultura capitalista alcanzaba en Sinaloa

<sup>6</sup> No obstante, los problemas de plagas que se presentaron a partir de 2003 han ocasionado que para 2005 sólo se sembraran 43 hectáreas de jitomate, lo que significa una disminución considerable en los ingresos generados por la agricultura de Sayula, de casi 50 por ciento.

el proceso de madurez, al sustituirse la figura del colono y pionero en el campo por la del empresario agrícola (Carton, 1990:197).

Esto ha hecho que el jitomate sea el principal producto hortofrutícola que México produce, tanto para abastecer el mercado interno, como para exportar hacia Estados Unidos; así, el país ocupa el décimo lugar mundial entre los productores de esta hortaliza con 2.52 por ciento de participación, y el segundo lugar en cuanto a exportaciones (sólo por debajo de España), con 20.86 por ciento del total mundial y una tasa de crecimiento promedio anual de 9.62 por ciento en la década de 1990 (Macías, 2003:116). Su desarrollo, principalmente en el norte del país (Sinaloa, Baja California y Sonora), ha sido ascendente con un crecimiento promedio anual de la producción de 4.01 por ciento entre 1964 y 2004.

Aunque el principal responsable de este crecimiento tan dinámico es la consolidación de los mercados nacionales urbanos (prueba de ello es que la máxima participación de las exportaciones en el total de producción mexicana ha sido de 39 por ciento en 1998), otro aporte importante es el afianzamiento de la hortaliza en el mercado estadounidense, lo cual se ha fortalecido aún más desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), pues en el periodo en que ha estado vigente dicho tratado (hasta 2006), las ventas de jitomate al exterior han significado 21.4 por ciento de todas las exportaciones hortofrutícolas mexicanas.

Como ya mencioné, en la medida en que fueron consolidándose los empresarios hortícolas en Sinaloa, en la década de 1960, éstos lograron una importante integración vertical de sus negocios involucrándose no sólo en la producción, sino también en la comercialización en el mercado estadounidense (Mares, [1987] 1991:14). Además, a la par de varios agentes comercializadores de Estados Unidos, los empresarios de Sinaloa encontraron provechoso extender sus áreas de producción a otras regiones del país, primeramente Baja California y el Bajío, pero después hacia otros estados, como San Luis Potosí, Jalisco, Michoacán, Nayarit, etcétera.

Es en ese contexto como se entiende el desarrollo de la producción de jitomate en Sayula, donde cuatro de las siete empresas más importantes que sembraron jitomate y chile provenían de Sinaloa (véase el cuadro 1): una de ellas, Santa Anita, era uno de los grandes comercializadores de jitomate en México; sus dueños, en su momento, fueron llamados los “reyes del tomate”. Por su parte Chajoma pertenece a la familia Demerutis, una de las familias con mayor presencia en el cultivo de esta hortaliza en Sinaloa, que además participó —al igual que Santa Anita— como accionista en

la compra de la transnacional Del Monte en 1993.<sup>7</sup> Una más, La Costeña, es una de las grandes agroindustrias de productos enlatados, siendo líder nacional en la venta de chile. Finalmente, Agrícola Pony también es una empresa hortícola fuerte en Sinaloa, que, según algunos empresarios de aquel estado, tiene uno de los empaques más modernos en la actualidad.

Pero además, si Santa Anita fue en aquel tiempo uno de los tres más grandes productores y comercializadores mexicanos de jitomate y otras hortalizas, los otros dos, igualmente originarios de Sinaloa, también tuvieron participación en Sayula, trabajando en sociedad con empresas productoras jaliscienses: el Grupo Bátiz, tercer mayor comercializador de jitomate en la Central de Abastos de la ciudad de México (Echánove, 1999), comercializó durante algunos años la producción de Bonanza. Por su parte, el Grupo Canelos, primer comercializador en dicha central (Echánove, 1999), distribuyó la producción de Rancho Alegre, única empresa de capital de Sayula que llegó a producir jitomate en superficies superiores a las cien hectáreas. Es decir, la presencia de las empresas de Sinaloa en la producción y comercialización de jitomate y chile cultivado en Sayula es muy relevante y este territorio constituye un enclave en la expansión de las empresas hortícolas por todo el territorio nacional.<sup>8</sup>

Las dinámicas extraterritoriales, que claramente se marcan en la producción de jitomate en Sayula, también se ven reflejadas en el plano internacional. En primer lugar, ya mencioné que en promedio tres cuartas partes del producto era destinado a la exportación. En segundo, por medio de los mecanismos de intermediación para la exportación, dos de las tres más grandes empresas comercializadoras de frutas y hortalizas en el nivel mundial, manejaron el jitomate producido en Sayula: la tercera más grande,

<sup>7</sup> Entre 1992 y 1994, los dueños de Santa Anita y de Chajoma participaron en el Grupo Empresarial Agrícola Mexicano, que bajo el liderazgo de Carlos Cabal Peniche, adquirió Fresh Del Monte Produce.

<sup>8</sup> El concepto de enclave fue utilizado en la economía política durante las décadas de 1970 y 1980. Las economías de enclave en el sector agropecuario se entienden como polos de explotaciones agrícolas encabezados por un producto principal de exportación, que dependen en gran medida de las condiciones dictadas en otras regiones (de las que se es enclave), sin generar repercusiones y eslabonamientos al interior de la zona productora (Sanderson, [1986] 1990:58). "Los enclaves tienen una intensa actividad económica pero operan aislados del contexto regional, sin derramar beneficios considerables sobre su entorno geográfico. Los empresarios que fundan y conservan tales enclaves no residen ni están interesados en la región: son parte de grupos centralistas y sus ganancias se reinvierten en actividades que consolidan la hegemonía del centro" (De la Peña, 1977:2-3).

Fresh Del Monte Produce, manejó buena parte de la producción de Santa Anita tanto para su planta industrial de Irapuato como para la venta en el mercado en fresco; la otra gran agroindustria trasnacional fue Chiquita Brands Internacional, segundo mayor productor y comercializador mundial de productos hortofrutícolas frescos y procesados, que a través de una alianza estratégica con el Grupo Canelos, llegó a distribuir en Estados Unidos jitomate fresco producido por Rancho Alegre.

Ahora bien, otra de las manifestaciones de las dinámicas extraterritoriales de la horticultura mexicana, es el hecho de que las grandes empresas hortícolas, en la medida que crecen, se vinculan con otros sectores económicos, ya sea el financiero para capitalizar esta y otras actividades productivas, o bien, con otros sectores en su momento igual o más atractivos que el hortícola.

En este sentido, el caso del Grupo Santa Anita es altamente representativo. Este grupo creció de manera importante en la primera mitad de la década de 1990, cuando sembró durante todo el año 2 550 hectáreas de jitomate y otras hortalizas en Los Mochis, Sinaloa (donde concentraba 70 por ciento de su actividad); en Villa de Arista, San Luis Potosí; en San Quintín, Baja California y, posteriormente, en Sayula, Jalisco, siendo uno de los tres principales productores de jitomate en México y entre los cinco más importantes de América del Norte (Brandt, 2002:176). Por lo que a la comercialización se refiere, el Grupo Santa Anita era el más poderoso dentro de las siete familias que en 1996 controlaban el mercado de abastos de Guadalajara y el segundo más importante en la Central de Abastos de la ciudad de México (Echánove, 1999:74-75).

Estas condiciones económicas y el capital social producto de las redes que los dueños de Santa Anita fueron tejiendo en el campo de las hortalizas y en otros campos empresariales y políticos, les permitieron aprovechar las oportunidades —que para algunos actores ofrecieron los cambios en las políticas macroeconómicas e internacionales que se aplicaron durante el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994)—, para participar en el Grupo Empresarial de Occidente (GEO), que adquirió Banca Cremi, quedándose Santa Anita con 30 por ciento de las acciones (Brandt, 2002:177, 180). Más adelante, también fueron accionistas en Bancrecer, Banpaís y Banca Unión, así como de otras organizaciones del sector financiero como Factor Profin y Abacao (Brandt, 2002:177) y en otro tipo de empresas.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Como Mexicana de Lubricantes (Mexlub), la Promotora Deportiva Guadalajara, un parque industrial en Tijuana, un restaurante en la ciudad

Cabe señalar que mucho del capital con que el Grupo Santa Anita pudo financiar esas inversiones, provino precisamente de auto-créditos otorgados por Banca Cremi, aunque esta situación posteriormente se revertiría en contra del grupo, pues cuando en 1995 se presenta la crisis macroeconómica, ésta lo tomó con grandes deudas, cayendo rápidamente en graves problemas de cartera vencida, mismos que provocaron, a partir de octubre de 1996, su intervención por el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa), cuando sus adeudos con la banca comercial mexicana sumaban 459.1 millones de dólares.<sup>10</sup>

*Producción de brócoli para la agroindustria  
de verduras congeladas*

Como se verá más adelante, el modelo de producción de jitomate impulsado por las empresas foráneas que llegaron a Sayula, no promovió la participación de los agroempresarios locales. Sin embargo, con el paso de los años algunos de ellos encontraron un nicho en otro tipo de producción hortícola (la destinada a la agroindustria de congelados) y en otro mecanismo de trabajo (la agricultura por contrato), una forma viable para involucrarse en una rama de cultivos que, por las condiciones internacionales y la política gubernamental, se convertía en la principal opción de agricultura capitalista en México.

A principios de la década de 1990, varios de los más importantes empresarios agrícolas de Sayula (la mayor parte productores de alfalfa), se encontraban en problemas financieros ante la pérdida de rentabilidad de sus cultivos (como alfalfa, aguacate, maíz, sorgo o frijol) como resultado de la apertura comercial y el retiro de los apoyos gubernamentales al campo. Ante ello, estos empresarios buscaron alternativas productivas y encontraron una opción

---

de México, una compañía de procesamiento de leche, una *joint venture* con el Canadian Bank of Nova Scotia, además de la ya mencionada participación en el Grupo Empresarial Agrícola Mexicano (GEAM) para la adquisición de la transnacional Fresh Del Monte Produce.

<sup>10</sup> Acta de la sesión número 8 del Subcomité del Fobaproa, celebrada el 15 de julio de 1997, anexo, p. 27. Ese monto de deuda después sería absorbido por el Fobaproa cuando Banca Confía, que había adquirido los pasivos de los bancos Cremi y Unión, es vendida a City Bank (López Obrador, 1999a:79). Santa Anita fue uno de los cinco grupos o empresas que tuvieron mayor monto de rescate por parte del Fobaproa, siendo hasta octubre de 1996 de más de 1 169 millones de pesos el monto de la cartera vendida del grupo (López Obrador, 1999b).

importante en la producción de hortalizas para las agroindustrias de verduras congeladas. Esta industria, en el caso de México, aunque sigue siendo de mucho menor tamaño que la de hortalizas frescas,<sup>11</sup> ha tenido un crecimiento notable desde mediados de la década de 1980, como se nota en el hecho de que entre 1986 y 1998, las exportaciones pasaron de 64 mil a 190 mil toneladas (Steffen y Echánove, 2003:20).

El brócoli es la principal hortaliza congelada que México exporta, con una participación de casi 70 por ciento, además de que en 2006 representó 96 por ciento del total de compras externas de este producto realizadas por Estados Unidos y ocho por ciento de su consumo (FAS y NASS). Su cultivo e industrialización se concentra, mayoritariamente, en el Occidente y en el Bajío, las cuales presentan condiciones ambientales y de temperaturas propicias para que esta hortaliza se desarrolle bien, así como vías de comunicación que la hacen competitiva en el mercado del este de Estados Unidos.

Por ello, en cuestión de producción, Guanajuato es el principal estado, con una participación de 68 por ciento de la superficie agrícola nacional destinada a esta hortaliza, mientras que en materia de industrialización, 11 de las 20 plantas congeladoras de hortalizas que existen en el país, se ubican en el llamado Corredor Industrial de Guanajuato, cerca de la Carretera Panamericana, además de que otra se localiza al norte de ese estado y seis más se ubican en entidades colindantes: Michoacán (Zamora y Jacona), Aguascalientes y Querétaro. Sólo dos congeladoras están localizadas fuera de la región, en los estados de Sinaloa y Sonora.

Por lo que respecta a la producción de brócoli en Jalisco, éste es el tercer estado productor con siete por ciento del total nacional en el ciclo otoño-invierno y tres por ciento en el de primavera-verano de 2005. Por su parte, entre 1995 y 2005, en Sayula se sembró en promedio 45 por ciento de la superficie de brócoli estatal dentro la temporada de otoño-invierno, con una superficie promedio de 248 hectáreas, aunque en 2004 fue de 431 hectáreas.

La siembra de brócoli en Sayula debe verse en el marco de expansión de las agroindustrias congeladoras de Guanajuato, pero sobre todo del Grupo Agroindustrial La Huerta, de Aguascalientes (sexta empresa con mayor volumen de producción en el año 2000, que procesa 15 mil toneladas anuales de hortalizas, lo cual repre-

<sup>11</sup> Cristina Steffen y Flavia Echánove (2003:20) señalan que en el año 2000, mientras México exportó 120 millones de dólares de hortalizas congeladas, fueron 2 044 millones de dólares de hortalizas frescas.



sentaba seis por ciento del total nacional [Steffen y Echánove, 2003:28]), quienes se relacionaron con empresarios de la localidad en la primera mitad de la década de 1990, con objeto de establecer contratos de producción y satisfacer algunas de sus demandas de abastecimiento de materia prima.

La causa por la que la relación de La Huerta con los productores de Sayula ha sido más estable se debe a que en la época invernal hace mucho frío en Aguascalientes y ello dificulta las posibilidades productivas de La Huerta, con lo que se ha visto en la necesidad de buscar abastecimiento de materia prima en otras regiones; así, las condiciones ambientales y climáticas de Sayula fueron propicias para producir brócoli en esa temporada. Por su parte, las empresas abajeñas tienen condiciones ambientales similares a las de Sayula en los meses invernales, por lo que sus necesidades de regiones se ubican en verano, sólo que en ese periodo hace mucho calor y llueve demasiado en Sayula, lo cual es dañino para el brócoli, de manera que las pruebas que se realizaron en distintos años, no resultaron positivas.

Hasta ahora en la producción de brócoli han participado pocos productores, siendo siete los más importantes (véase el cuadro 3). Las razones de ello son diversas, pero la principal es que los programas de siembra de las agroindustrias son limitados, lo que restringe la participación de más agricultores, siendo además inviable sembrar por cuenta propia, toda vez que el mercado en fresco es muy pequeño para muchas de estas hortalizas. Por lo tanto, aquí se percibe una relación de tipo monopsónico con el siguiente eslabón de la cadena productiva, de manera que si en algún momento y por distintas circunstancias (entre ellas la posibilidad siempre latente de que proliferen plagas dañinas al cultivo de brócoli), La Huerta decidiera dejar de trabajar en Sayula, la mayoría de los horticultores prácticamente quedarían desprotegidos y con muchas dificultades para subsistir en esta actividad, aun con la calidad y productividad que han logrado alcanzar.

#### *Producción de otras hortalizas*

Además de las dos cadenas anteriores, existen algunos casos más aislados de cultivo de hortalizas en Sayula, que también dejan ver sus dinámicas extraterritoriales. Uno es el de la empresa sinaloense La Costeña, que produjo directamente chile jalapeño entre 2001 y 2003, como materia prima para su actividad industrial. El otro caso es el de la empresa local Agrícola Cueto Produce, que ha lo-

CUADRO 3  
PRINCIPALES PRODUCTORES DE BRÓCOLI  
EN SAYULA EN EL PERIODO 1985-2005

<i>Empresa o productor</i>	<i>Origen</i>	<i>Periodo en que sembró</i>	<i>Superficie máxima que ha sembrado (ha)</i>
Agrícola Cueto	Sayula	1994- ?	120
Grupo Anguiano	Sayula	1994-1997 /2003- ?	70
Carlos Fernández	Sayula	1995-2002	70
Carlos González	Sayula	1995- ?	60
Horacio Espinoza	Sayula	1995- ?	85
Rogelio Arroyo	Sayula	2001- ?	70
Agrícola Vizcaíno	Sayula	2003- ?	35

FUENTE: información obtenida en trabajo de campo que el autor realizó entre 2003 y 2005.

grado establecer contacto con otras dos agroindustrias estadounidenses para quienes produce otro tipo de hortalizas: J&D Produce Inc., de Texas, a la que provee desde el año 2000 cebolla, raíz de perejil y zanahoria marrón; y Driscoll's, de California, a quien vende fresa y frambuesa desde 2002.

En el siguiente apartado señalaré las estructuras de gobierno que se han dado dentro de estas cadenas hortícolas, aunque por razones de espacio me concentraré en lo que sucede en las relaciones entre empresas productoras y comercializadoras o entre empresas productoras y agricultores locales.

#### ESTRUCTURAS DE GOBIERNO EN LA PRODUCCIÓN HORTÍCOLA EN SAYULA

Debido a las distintas características de los cultivos, de los mercados a los que van dirigidos y de las empresas productoras, en las relaciones entre los agentes involucrados en la producción de hortalizas en Sayula han existido diferentes mecanismos de gobierno como se muestran en el cuadro 4.

A. *Jitomate (productor/agricultor local)*. Las empresas foráneas productoras de jitomate para el mercado en fresco que trabajaron en Sayula asumieron, en la zona de producción, una estructura de gobierno jerárquica, al tratarse de un producto de alto valor agre-

CUADRO 4  
FORMAS DE GOBIERNO EN LAS RELACIONES ENTRE ES LABONES  
DE LA CADENA DE HORTALIZAS (FASE DE PRODUCCIÓN SAYULA)

<i>Cultivo</i>	<i>Tipo de mercado</i>	<i>Actores participantes en la relación</i>	<i>Forma de gobierno</i>
Jitomate	Fresco (muy perecedero)	Productor/agricultor local	Jerárquica
		Productor/aercializador	1) Mercado 2) Modular (comisionistas) 3) Cautiva 4) Jerárquica
Brócoli	Congelado	Productor/agroindustria	Cautiva (agricultura por contrato centralizada)
Chile	Agroindustria	Productor/agroindustria	Jerárquica
Cebolla, Perejil, Zanahoria	Fresco (medianamente perecedero)	Productor/comercializador	Cautiva (agricultura por contrato centralizada)
Fresa, Frambuesa	Fresco (medianamente perecedero)	Productor/comercializador	Cautiva (agricultura por contrato, modelo finca)

FUENTE: elaborado con base en investigación de campo realizada por el autor.

gado que cada vez tiene mayores niveles de exigencia de calidad por parte de los eslabones superiores de la cadena. Esto generó mayor complejidad en los métodos de producción, incluso la necesidad de realizar inversiones más fuertes y con gran especificidad, de manera que hubo menos oportunidad para que se involucraran los actores locales, quienes en un principio no tenían ni el conocimiento del cultivo, ni tampoco la capacidad económica para realizar las inversiones.

Ante ello, las agroempresas se vieron en la necesidad de asumir el control total de la producción, prefiriendo rentar la tierra en vez de incorporar al agricultor local como socio. Sólo con el paso del tiempo y a través del proceso de aprendizaje que necesariamente

lleva la socialización de una actividad productiva, fue como algunos actores locales se involucraron en el cultivo de esta hortaliza, aunque lo hicieron en pequeñas superficies que no han superado las 20 hectáreas. La única excepción fue la empresa Rancho Alegre, sólo que en este caso la producción de jitomate se pudo llevar a cabo a través de la incorporación como director de la empresa, de un horticultor de Autlán con gran experiencia en el cultivo de esta hortaliza.

B. *Jitomate (productor/comercializador)*. Las estructuras de gobierno que prevalecieron entre las empresas productoras y los intermediarios mayoristas fueron de distintos tipos, dependiendo de las características de los actores. Así, por ejemplo, empresas como Bonanza y Santa Anita ya estaban integradas a la comercialización, por lo que en este eslabón se puede hablar de una estructura jerárquica.

Por su parte, algunos productores locales que llegaron a cultivar jitomate se relacionaron con la comercialización a través de estructuras de tipo modular, por medio de comisionistas, como fue el caso de la relación entre Rancho Alegre y el Grupo Canelos, donde a pesar de que las asimetrías entre las empresas era bastante pronunciada (lo que no se acopla con la definición de este tipo de gobierno), en el contrato se especificaban las características que debía reunir el producto (lo que hacía distinta la relación en el mercado) y, a diferencia de una estructura de gobierno de tipo cautiva, donde personal de la empresa compradora interviene directamente en el proceso productivo, en este caso la empresa intermediaria no se inmiscuía en él.

Este tipo de relaciones, que en algunos casos llegaron a ser hasta de mercado, se facilitaban pues se ha tratado hasta el momento de un segmento de la cadena donde no hay necesidad de una fuerte coordinación explícita, ya que el comprador simplemente distribuye el cultivo del productor a cambio de una comisión. Situación distinta fue la relación que en su momento existió entre Bonanza y el Grupo Bátiz, pues esta última empresa se inmiscuyó más en la organización de la producción, y estableció una forma de gobierno de tipo cautiva.

C. *Brócoli (productor/agroindustria)*. A diferencia del jitomate, la producción de brócoli la han realizado totalmente empresarios locales que trabajan bajo contrato con las agroindustrias. La razón de ello se debe a que se trata de un cultivo cuyo proceso de producción no es tan complejo como el del jitomate, ni las inversiones requeridas tan específicas, de manera que las indicaciones

pueden codificarse, facilitando su transmisión. Así, la agroindustria puede transferir al agricultor buena parte de las actividades y riesgos asociados con la producción (Castillo, 2003:450).

Por otro lado, al ser un producto que no se comercia directamente en el mercado, sino que pasa por un proceso de transformación industrial, permite que la relación entre el productor y la agroindustria no se apoye en contratos de comisión, sino que exista más certeza para el productor sobre el precio que recibirá por su producto, además de que a la agroindustria le interesa tener mayor control sobre los niveles y calidad del producto al tratarse de la materia prima sobre la que trabaja, a diferencia del comisionista que, al tener relaciones con varios productores y no poseer nunca la propiedad formal de la mercancía, puede de alguna manera compensar la falla de uno con la producción de los otros. Por ello, en esta relación la estructura de gobierno que predomina es de tipo cautiva, a través de la agricultura por contrato bajo el modelo centralizado,<sup>12</sup> siendo éste más viable al ser la relación mutuamente verificable, de manera que el contrato viene a disminuir los riesgos de comportamientos oportunistas por parte del productor (la vigilancia y el control disminuye parte de esos riesgos), así como los que corresponden al comprador (pues en el contrato se establece un precio base).

D. *Chile jalapeño (productor/agroindustria)*. Este producto sólo fue cultivado por La Costeña, empresa que aunque ha utilizado diferentes estrategias para lograr contar con la materia prima que requiere (como la agricultura por contrato con agricultores de distintas partes del país, generalmente bajo un modelo centralizado y con una estructura de gobierno de tipo cautiva),<sup>13</sup> en Sayula, La

<sup>12</sup> El modelo centralizado de agricultura por contrato incluye un comprador, quien adquiere cultivos permanentes o anuales de varios pequeños agricultores, mismos que requieren posteriormente de un alto grado de elaboración. En él, las actividades entre comprador y vendedor son coordinadas verticalmente por el primero, con asignación de cuotas y estricto control de calidad. Además el comprador puede tener diferentes niveles de compromiso con la producción, que van desde realizar un suministro mínimo de insumos, hasta responsabilizarse del control de la mayoría de los aspectos relacionados con ella (Eaton y Shepherd, 2001:52).

<sup>13</sup> En estos contratos, La Costeña negocia con sus proveedores la compra total de las cosechas que cumplan con los estándares de calidad por ellos exigidos, a cambio de un precio o una banda de precios previamente pactados. Así, la agroempresa obtiene precios competitivos durante todo el año y los proveedores aseguran la venta de sus cosechas a un sólo comprador.

Costeña optó por integrar verticalmente la fase de producción agrícola, al establecer una estructura de gobierno de tipo jerárquica. La razón de ello fue, primeramente, porque el chile jalapeño no era producido anteriormente en Sayula y no se contaba con la experiencia necesaria entre los actores locales, y en segundo, porque al tratarse de una zona nueva, no existían las condiciones de confianza para intentar establecer contratos con los productores locales, mismos que garantizaran la provisión de la materia prima en la calidad y cantidad que necesitaba la empresa.

*E. Cebolla, perejil, zanahoria marrón (productor/comercializador).* La relación entre Agrícola Cueto (productor) y J&D Produce (comprador) funciona bajo un contrato de venta por comisión, existiendo un precio base y pagando el productor una comisión por la venta. La fruta se comercializa con la marca Little Bear, perteneciente a la empresa compradora.

El establecimiento de un precio base se facilita porque estas hortalizas son semiperecederas, además de que la empresa distribuidora tiene la infraestructura para mantener congelado el producto en espera de las mejores condiciones de venta.

Ahora bien, a pesar de que en este caso las hortalizas no se destinan al mercado de congelados, sino que es venta por comisión, el contrato se apega a uno que entra dentro del modelo centralizado, con una estructura de gobierno de tipo cautiva, pues J&D envía a sus propios supervisores de campo para que verifiquen que las labores de irrigación, fertilización y aplicación de productos químicos utilizadas por el productor, sean las correctas de acuerdo con las características del producto, a las demandas de los compradores minoristas (especialmente los grandes supermercados) y a las leyes vigentes en Estados Unidos y Canadá. Es decir, la información de producción se transmite a lo largo de la cadena, desde los compradores minoristas con mayor poder, hasta los productores por medio de los intermediarios mayoristas. Además, los supervisores de la empresa compradora están presentes en la cosecha para confirmar en el campo que el cultivo cumple con todas las condiciones establecidas en el contrato.

*F. Fresa y frambuesa (productor/comercializador).* La otra empresa con la que Agrícola Cueto tiene relaciones es Driscoll's, líder mundial en el desarrollo de variedades patentadas de fresa, frambuesa, zarzamora y arándano. Como esta empresa no produce directamente las frutas que vende, lo hace a través de agricultores independientes de varios estados de la Unión Americana, así como

de países como Canadá, México, Argentina, Chile, Inglaterra, entre otros, con los que se relaciona por medio de contratos.

En México, Driscoll's está relacionada, entre otros, con productores de Baja California, Sinaloa, en Michoacán con agricultores de Zamora y Los Reyes, además de Jocotepec, en Jalisco. La relación con ellos queda clasificada dentro de la agricultura por contrato en el modelo de finca núcleo,<sup>14</sup> ya que Driscoll's mantiene zonas de producción para las labores de investigación y desarrollo de nuevas especies, así como para su reproducción, con lo cual puede mantener un estándar de calidad similar en toda la fruta que vende bajo su marca.

En cuanto a la estructura de gobierno, ésta es de tipo cautiva, pues aun cuando la empresa no interviene mucho en las decisiones de producción diarias en el campo (como sí sucede en el caso de los contratos de brócoli con La Huerta), de todas formas, otro mecanismo que utiliza para asegurar la uniformidad del producto, es el estricto control de calidad que exige a sus vendedores, lo cual realiza a través del programa denominado Global Food Safety Program, que trabaja de acuerdo con las normas de inocuidad establecidas por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), la Administración de Alimentos del mismo país (USFDA) y su Agencia de Protección Ambiental (USEPA), así como de respeto a las condiciones laborales, trato ético a los trabajadores y cuidado del medio ambiente, en función de los estándares establecidos por EurepGAP, órgano interno de la Unión Europea que certifica las buenas prácticas agrícolas.

## CONCLUSIONES

La producción agroindustrial de frutas y hortalizas implica un tipo de agricultura altamente internacionalizada, donde, en primer lugar, los productores en un territorio determinado frecuentemente no son originarios de él, sino que llegan de otras regiones, como una estrategia para mantener o ganar determinadas ventajas competitivas. Además, muchos factores de producción e insumos provienen de otros territorios, a la vez que el producto se consume en

<sup>14</sup> El modelo de finca núcleo de agricultura por contrato es similar al centralizado, sólo que aquí el comprador también maneja una finca o cultivo central, ya sea para garantizar cierto nivel de producto, o bien, para labores de investigación y reproducción (Eaton y Shepherd, 2001:52).

mercados alejados de la zona de cultivo, de manera que las relaciones que se establecen para su venta se realizan con intermediarios y agroindustrias localizados en distintas ciudades y países.

Todo esto ha venido a confirmar que la producción de hortalizas en México funciona bajo cadenas globales de mercancías dominadas por el comprador, en las que, por lo general, los grandes intermediarios minoristas tienen mayor fuerza en su interior, en tanto que los productores aparentemente son los eslabones más débiles en la cadena, al tener que asumir las indicaciones que se les dan. Sin embargo, algunos puntos deben quedar claros para entender el funcionamiento de tales cadenas globales y la participación de los actores y territorios mexicanos:

1. A pesar de que la información que determina el comportamiento de la cadena proviene, en gran medida, de los intermediarios, esto no significa que ellos sean los generadores exclusivos de las reglas de funcionamiento. Por el contrario, son las modificaciones tanto del lado de la demanda como de la oferta las que provocan las tendencias; en ellas intervienen múltiples factores, tales como los cambios socioeconómicos, culturales y de otra índole en diversos espacios sociales que afectan la demanda, los equilibrios de fuerza entre los actores que compiten del lado de la oferta, así como los fenómenos exógenos que pueden modificar dichos equilibrios. Finalmente y de gran importancia, es la participación del Estado, de los organismos internacionales y de sus agentes, pues ellos pueden tener la fuerza suficiente para modificar las tendencias de oferta y demanda, así como para fortalecer o trastocar los equilibrios existentes en la cadena, e incluso modificar la importancia de la misma.
2. En una cadena global de mercancías dominada por el comprador, la información que permite el funcionamiento del proceso productivo, se lleva a cabo a través de formas de gobierno que rigen las relaciones entre los actores participantes. Éstas varían dependiendo de las características de los actores y de las relaciones de producción y/o intercambio que se realizan entre ellos. Igualmente, se trata de formas de gobierno dinámicas que se modifican con el tiempo, conforme cambian las condiciones que permiten su funcionamiento.



Finalmente, aunque tales estructuras pueden clasificarse en términos generales en algunos tipos, dependiendo de ciertas características, en realidad no son “cajas” perfectamente delineadas donde pueda encerrarse una relación determinada, sino que, en todo caso, sólo son puntos de referencia para entender lo que sucede en el intercambio entre dos o más actores en la cadena. Esto es así desde el momento en que se está hablando de relaciones entre actores que mantienen su capacidad de agencia<sup>15</sup> y que, por lo tanto, van configurando la relación y sus características en la negociación diaria, de forma tal que el actor supuestamente más débil (en este caso el productor) tiene la capacidad para ejercer acciones que van desde la aceptación, hasta el rechazo y el enfrentamiento y a través de las cuales obliga al actor con mayor fuerza a realizar determinadas concesiones.

3. El cambio a la producción de hortalizas en muchos territorios ha ocasionado que los empresarios agrícolas locales tengan que transformar muchas de sus prácticas productivas, cambiando con ello las relaciones locales de producción. Si antes eran suficientes determinadas acciones para obtener cultivos rentables, ahora la importación de conceptos como inocuidad y seguridad alimentaria, buenas prácticas agrícolas, calidad y otros más “globalmente impuestos” por determinados actores, así como los cambios tecnológicos que también se desarrollan a gran velocidad, han ocasionado que los agroproductores modifiquen sustancialmente sus formas de producir, incorporando estos conceptos y desarrollos tecnológicos conforme lo van requiriendo para poder mantenerse en el mercado. La creciente utilización de sistemas de riego avanzados (como el riego por goteo), de insumos (como los fungicidas biológicos), de nuevos ambientes de producción (como los invernaderos) y de procesos de certificación nacional e internacional, dan muestra de que esta agricultura funciona mucho más bajo los principios y conceptos que rigen una fábrica industrial y no como tradicionalmente se ha desarrollado la agricultura en nuestro país.

<sup>15</sup> Entendida ésta como la facultad que tiene el actor (sea individuo o grupo) para procesar la experiencia social y diseñar las maneras sobre cómo manejar sus vidas, incluso en condiciones de coerción extrema (Long y Villarreal, 1993:155).

## BIBLIOGRAFÍA

- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (Bancomext) (2004), "Sector alimentos frescos", documento elaborado por la Unidad Sectorial de Negocios en Alimentos Frescos, México, junio.
- BRANDT, D. (2002), *Tangled Routes. Women, Work, and Globalization on the Tomato Trail*, Ontario, Garamond Press.
- CARTON DE GRAMMONT, H. (1990), *Los empresarios agrícolas y el Estado*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- y LARA, S. (2004), *Encuesta a hogares de jornaleros migrantes en regiones hortícolas de México: Sinaloa, Sonora, Baja California Sur y Jalisco*, México, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM.
- CASTILLO, V. (2003), "Empresas y agricultores: la producción de semilla híbrida de maíz bajo contrato", en J. Arroyo y S. Berumen (comps.), *Competitividad. Implicaciones para empresas y regiones*, México, Universidad de Guadalajara/UCLA Program México/Profmex/Juan Pablos Editor, pp. 415-463.
- DE LA PEÑA, G. (1977), "Industrias y empresarios en el sur de Jalisco: notas para un estudio diacrónico", en G. de La Peña, V. Veerkamp, A. Pastora, A. Escobar y L. Gabayet, *Ensayos sobre el sur de Jalisco*, México, Centro de Investigaciones Superiores INAH, Cuadernos de la Casa Chata, pp. 1-24.
- EATON, CH. y A. SHEPHERD (2001), "Agricultura por contrato. Alianzas para el crecimiento", en *Boletín de Servicios Agrícolas de la FAO*, núm. 145, Roma.
- ECHÁNOVE, F. (1999), "Los empresarios hortícolas y sus procesos de integración y diversificación", en H. Carton de Grammont, *Empresas, reestructuración productiva y empleo en la agricultura mexicana*, México, Plaza y Valdés, pp. 71-101.
- GEREFFI, G. (1994), "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks", en G. Gereffi y M. Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Praeger Publishers, pp. 95-122.
- (1999), "A Commodity Chain Framework for Analyzing Global Industries", en *IDS, University of Sussex*, agosto, <<http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/gereffi.pdf>>, consultado el 24 de marzo de 2005.
- , M. KORZENIEWICZ y P. KORZENIEWICZ (1994), "Introduction: Global Commodity Chains", en G. Gereffi y M. Korze-

- niewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Praeger Publishers, pp. 1-14.
- \_\_\_\_\_, J. HUMPHREY y T. STURGEON (2003), "The Governance of Global Value Chains", Forthcoming in *Review of International Political Economy*, 4 de noviembre.
- GONZÁLEZ, H. (1994), *El empresario agrícola en el jugoso negocio de las frutas y hortalizas en México*, Holanda, Thesis Wageningen.
- LONG, N. y M. VILLARREAL (1993), "Exploring Development Interfaces: From Knowledge Transfer to Transformation of Meaning", en F. Schurman (ed.), *Beyond the Impasse: New Directions in Development Theory*, Londres, Zed Press, pp. 140-168.
- LÓPEZ OBRADOR, A. (1999a), *Fobaproa: expediente abierto*, México, Grijalbo.
- \_\_\_\_\_. (1999b), *Fobaproa: expediente abierto*, disco compacto con reseña y archivo, México, Grijalbo.
- MACÍAS, A. (2003), "Enclaves agrícolas modernos: el caso del jitomate mexicano en los mercados internacionales", en *Región y Sociedad*, núm. 26, enero-abril, pp. 103-151.
- MARES, D. (1987) (1991), *La irrupción del mercado internacional en México. Consideraciones teóricas y un estudio de caso*, México, El Colegio de México.
- MUÑOZ, M., J. ALTAMIRANO, J. CARMONA, J. DE DIOS, G. LÓPEZ, A. CRUZ (1995), *Desarrollo de ventajas competitivas en la agricultura (el caso del tomate rojo)*, México, Universidad Autónoma Chapingo.
- SANDERSON, S. (1986) (1990), *La transformación de la agricultura mexicana: estructura internacional y política de cambio rural*, México, Alianza.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa) (1994-2005), Delegación Jalisco, *Anuario estadístico agrícola, de 1994 a 2005*.
- \_\_\_\_\_. (2003), *Análisis comparativo de indicadores del sector agroalimentario de México y otros países*, México, Sagarpa.
- STEFFEN, C. y F. ECHÁNOVE (2003), *Efectos de las políticas de ajuste estructural en los productores de granos y hortalizas de Guanajuato*, México, Universidad Autónoma Metropolitana/Plaza y Valdés.

#### *Fuentes estadísticas*

FAOSTAT (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO), en <<http://faostat.fao.org/>>, consultado entre el 15 y 30 de mayo de 2005.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE, FOREIGN AGRICULTURAL SERVICE (FAS), en <<http://www.fas.usda.gov/ustrade/>>, consultado el 9 de julio de 2007.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE, THE NATIONAL AGRICULTURAL STATISTICS SERVICE (NASS), *National Statistics*, en <<http://www.nass.usda.gov/QuickStats/index2.jsp>>, consultado el 9 de julio de 2007.

SISTEMA AGROALIMENTARIO, INTEGRACIÓN  
COMERCIAL Y DESARROLLO TECNOLÓGICO EN LA  
PRODUCCIÓN DE JITOMATE ROJO EN MÉXICO  
EN EL MARCO DE LA GLOBALIZACIÓN

*Estela Martínez Borrego\**

RESUMEN

El presente trabajo analiza la integración comercial del sistema productivo del jitomate (o tomate rojo) en los niveles mundial y nacional, con énfasis en la región de los Altos de Morelos. En el mercado internacional el tomate rojo es hoy uno de los productos agrícolas por excelencia, ya que el desarrollo de la tecnología y la biotecnología alrededor del mejoramiento de su producción y transformación, son de las más avanzadas del mundo, por lo que sus rendimientos, volúmenes y valor producidos han aumentado significativamente en las últimas décadas, así como su comercialización. El tomate rojo nos permite analizar el proceso de integración comercial y actualmente el de globalización en toda su magnitud.

En México esos procesos han significado la inclusión de nuevas regiones productoras y la exclusión de otras, por su integración hacia mercados definidos (internacional y/o nacional) y por la diferenciación en cuanto al nivel tecnológico alcanzado. Esto es así porque alrededor de la producción de tomate rojo se engarzan muchos factores económicos pero también sociales; sirve de entramado para múltiples relaciones sociales y laborales cotidianas que, desarrolladas en el nivel local, se ven afectadas por decisiones adoptadas y eventos climatológicos suscitados en otros ámbitos de alcance nacional e internacional. Morelos y sus productores son de los que han sufrido en carne propia los avatares de dicha integración y, fundamentalmente, una de sus antaño mejores regiones productoras de tomate rojo: los Altos de Morelos.

\* Investigadora titular C definitiva del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: <mborrego@servidor.unam.mx>.

## INTRODUCCIÓN

Es ya un lugar común el iniciar un trabajo sobre la producción hortícola en México, en general, y sobre el tomate rojo o jitomate en particular, señalando que la primera es una de las actividades más importantes dentro de la agricultura, tanto por el lugar que ocupa en la balanza comercial y el valor generado, como por la cantidad de mano de obra empleada en su proceso productivo,<sup>1</sup> así como subrayando que el segundo es el producto más significativo dentro de las hortalizas producidas en nuestro país.

La importancia del tomate rojo en la vida económica es tal, que incluso se le ha responsabilizado por el incremento o decremento de la tasa de inflación mensual. Se considera que el aumento de su precio tiene un efecto directo en cascada en el de las demás frutas y verduras y, en general, en el de la canasta básica y en muchos otros productos de consumo generalizado. Esto fue evidente en 2004 y en septiembre de 2006, cuando se vivieron los temores del director del Banco de México, y de otros funcionarios de la banca privada y de casas de bolsa, por el efecto inflacionario que tendría la caída en la producción del tomate rojo de Sinaloa<sup>2</sup> y Baja California, como consecuencia del paso de los huracanes Lane y John, y de la temporada de intensas lluvias sufrida en todo el territorio nacional. Temores confirmados: en octubre la tasa inflacionaria fue de 4.29 por ciento, debido en parte al aumento de 1.01 por ciento en los precios de tomate rojo, azúcar y maíz, su mayor alza mensual en seis años, lo que significó el paso de una inflación esperada de 3.7 a 3.9 por ciento anual (Berkley, 2007 y Acus consultores).

En el ámbito mundial, la producción y comercialización del tomate rojo es también la más importante, a pesar de que su aceptación para el consumo en muchas regiones fue tardía y se usaba más como planta ornamental que comestible. Se dice que todavía en el siglo XIX, el tomate rojo era considerado en algunas partes del mundo como un producto venenoso y con utilidad sólo para la medicina, como la belladona y la mandrágora.<sup>3</sup> Sin embargo, hoy

<sup>1</sup> Se calcula que son alrededor de 15 000 empleos directos e indirectos.

<sup>2</sup> Sinaloa aporta alrededor de 40 por ciento de la producción nacional de tomate rojo. Le siguen Baja California con 14 por ciento y San Luis Potosí con ocho por ciento.

<sup>3</sup> En 1820, Robert Gibbon Johnson se hizo famoso por atreverse a comer un tomate rojo frente al Palacio de Justicia de Nueva Jersey para demostrar que no afecta a la salud humana (Grain, 1998:1).

es, repito, uno de los productos agrícolas por excelencia, antecedido en importancia, en cuanto a volumen de producción mundial, solamente por la manzana y la papa. El desarrollo de la tecnología y la biotecnología alrededor del mejoramiento de su producción y transformación son de las más avanzadas del mundo, quizá equiparables sólo con aquéllas de los productos lácteos (Martínez *et al.*, 1999), por lo que sus rendimientos, volúmenes y valor producidos han aumentado significativamente a lo largo de las últimas décadas (véase <<http://www.elgaleon.com>>).

En México, la producción de tomate rojo para autoconsumo ha existido desde tiempos inmemoriales; aunque de forma silvestre es originario de los Andes, en nuestro territorio es donde se inicia la domesticación para su producción y de donde es llevado a Europa. Sin embargo, las primeras transacciones comerciales hacia el exterior, en concreto del estado de Sinaloa hacia Estados Unidos, comienzan apenas a principios del siglo XX (Carrillo, 2004:4), y se intensifica su producción para comercializar en varios estados en la segunda mitad de las décadas de 1950 y 1960, cuando la demanda de aquel país crece considerablemente al suspender sus relaciones comerciales con Cuba. Y, además, porque se producen nuevas tecnologías que permiten incorporar tierras al cultivo, y aumentar la productividad y rendimientos en las ya existentes. Esos procesos incrementaron la integración comercial con nuestro vecino del norte, la cual ha ido en aumento de manera acelerada, a tal punto que hoy en día, en pleno proceso globalizador y bajo la égida del TLCAN, nos encontremos ante una integración productiva y de mercado tal, con respecto al tomate rojo, que Macías lo ha denominado como la construcción de un “enclave agrícola moderno” (Macías, 2003:103).

Dicho proceso de integración y globalización ha significado, para México, la inclusión de nuevas regiones productoras, así como la exclusión de otras, ello debido a su integración hacia mercados definidos (internacional y/ o nacional) y a una diferenciación en cuanto al nivel tecnológico alcanzado. Esto es así porque alrededor de la producción del tomate rojo se engarzan muchos factores económicos pero también sociales, ya que significa una fuente de ingresos para muchos productores y sirve de entramado para múltiples relaciones sociales y laborales cotidianas que, desarrolladas en el nivel local, se ven afectadas por decisiones adoptadas y eventos climatológicos suscitados en otros ámbitos de alcance nacional e internacional. Así, lo que para algunos es motivo de bonanza y acumulación de ganancias crecientes,

para muchos otros lo es de crisis productiva, abandono del cultivo e incluso del sector y de la tierra misma.

El estado de Morelos y sus productores son de los que han sufrido los avatares de dicha integración y, fundamentalmente, una de sus antaño mejores regiones productoras de tomate rojo: los Altos de Morelos. De ocupar el segundo lugar en importancia dentro de los estados productores en el nivel nacional en la década de 1960 y hasta fines de los años 70, hoy día Morelos ha pasado al noveno lugar y sus productores se debaten entre la inclusión y la exclusión del propio sector productivo agrícola.

A la vista de lo anterior, el objetivo del presente ensayo es analizar la integración del sistema productivo del tomate rojo en el marco de la globalización, en los ámbitos mundial y nacional, y cuáles han sido las consecuencias que esto ha traído para la producción y los productores de tomate rojo en los Altos de Morelos, ya que se ha insistido, y con razón, que la globalización y su modelo económico *per se*, el neoliberalismo, han traído consecuencias funestas para buena parte de la producción y los productores mexicanos. Por ello es necesario documentar, con trabajos realizados en regiones concretas, esas afirmaciones.

#### INTEGRACIÓN COMERCIAL Y GLOBALIZACIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE TOMATE ROJO EN LOS NIVEL MUNDIAL Y NACIONAL

##### *Globalización y sistema agroalimentario*

En la actualidad, el proceso de globalización ha significado para la agricultura la configuración de un sistema agroalimentario que implica la reorganización de los sistemas productivos en sentido amplio, esto es, la producción, distribución, comercialización y consumo de los productos agropecuarios. De ahí que las agriculturas nacionales se articulen a dicho sistema agroalimentario mundial, lo que supone el cambio en sus prácticas agrícolas, nuevas relaciones entre capital y trabajo, y la creación y proliferación de las agroindustrias, entre otras.

Ese proceso tiene como antecedente inmediato el denominado por algunos autores como “segundo régimen alimentario” y que da cuenta de una reestructuración del sector agrícola dirigida por las empresas transnacionales y apoyada en la intensificación de la especialización en la producción —tanto en lo que concierne a empresas como a regiones— y en la integración, en un primer mo-



mento, de la producción de determinados cereales y de la ganadería (ganado de carne o de leche); hoy día se incluyen también las frutas y hortalizas en cadenas agroalimentarias dominadas, cada vez más, por capitales industriales transnacionales. Dicho régimen implica, además, un cambio de la obtención de productos agrícolas para consumo final a la de insumos para la elaboración de productos alimentarios manufacturados. Reestructuración que se basa primordialmente en dos procesos: el complejo de la producción intensiva de carne y el complejo de la producción de alimentos durables (Friedmann y McMichael, 1989; García *et al.*, 1999).

La producción agropecuaria ha sido cada vez más integrada a los complejos agroalimentarios. El capital subordina a los productores a través de venderles insumos químicos, biológicos; mecánicos; y de comprarles sus productos como materias primas baratas para transformarlas en bienes manufacturados, de tal manera que el procesamiento industrial de alimentos se ha convertido en una esfera de acumulación del capital transnacional (Martínez *et al.*, 2003).

### *La producción y el mercado mundial*

Uno de los productos agrícolas con mayor integración a dichos complejos agroalimentarios es el tomate rojo, por ser uno de los productos con mayores volúmenes, rendimientos de producción y consumo en el nivel mundial, en todas sus presentaciones, fresco o industrializado; el paquete tecnológico para su producción es uno de los que presenta mayor desarrollo, ya que permite sortear los límites y obstáculos en cuanto a la superficie cultivable o los problemas climatológicos, además de incrementar de manera constante la producción y los rendimientos por hectárea.

En la década de 1930, en Estados Unidos, y en los años 60 en Europa, se dan los primeros manejos de las semillas para lograr la hibridación del tomate rojo, lo que intensificó la producción y dio inicio a la especialización y homogeneización genética requerida para las necesidades de la producción industrial intensiva y para la industria de transformación del producto, y a que las empresas produjeran las semillas mejoradas (Grain, 1998:1).<sup>4</sup> Así, tenemos que de 1961 al primer quinquenio de 2000, la producción pasó de

<sup>4</sup> “Al tomate de horticultura se le han introducido por lo menos veinte características de resistencia del tomate silvestre, lo que ha industrializado su cultivo” (Grain, 1998:2).

alrededor de 28 millones de toneladas anuales a poco más de 100 millones, y para los años 70 se dio un gran impulso al comercio mundial de este producto (Macías, 2003:114).<sup>5</sup>

En la última década, la producción ha mantenido un crecimiento continuo, salvo en los años de 1997, 2001 y 2005, cuando se experimentó un decrecimiento, fundamentalmente provocados por problemas climatológicos (véase el cuadro 1).

CUADRO 1  
PRODUCCIÓN MUNDIAL DE TOMATE ROJO,  
1995-2005  
(TONELADAS)

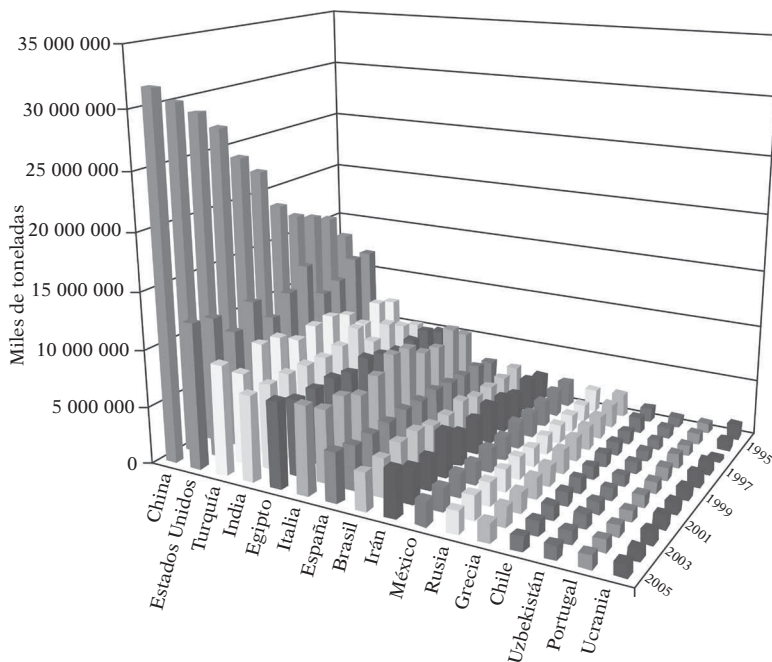
<i>Año</i>	<i>Producción</i>
1995	86 736 627
1996	92 861 749
1997	89 232 637
1998	94 650 526
1999	107 580 435
2000	107 404 897
2001	104 935 174
2002	113 180 461
2003	113 985 436
2004	114 934 851
2005	103 665 402

FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y datos de la FAOSTAT (2005).

Los principales productores de tomate rojo en el mundo son China, Estados Unidos, Turquía, Italia, Egipto e India, los cuales han producido conjuntamente, durante los diez últimos años, 70 por ciento de la producción mundial (véase la gráfica 1), aunque hay que señalar que el principal productor, hasta hoy, es China, y dirige su producción al consumo interno y casi no exporta. Por su parte, México ocupó el décimo lugar con una participación de 2.52 por ciento y una tasa de crecimiento de 2.02 por ciento en los últimos diez años (Macías, 2003:116):

<sup>5</sup> “En 1961 no había un solo país que superara los diez millones de toneladas de producción anuales y sólo tres producían más de dos millones (China, Estados Unidos y URSS), mientras que ocho cultivaban más de 500 mil toneladas; para el año 2000, China y Estados Unidos superaban los diez millones de toneladas anuales” (Macías, 2003:115).

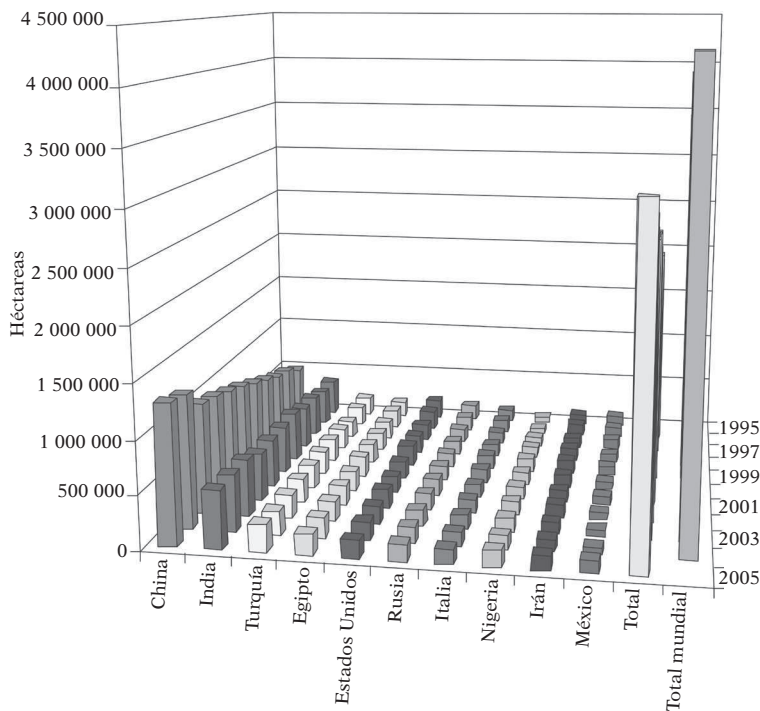
GRÁFICA 1  
 PRINCIPALES PAÍSES PRODUCTORES DE TOMATE ROJO  
 (1995-2005)



FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y datos de la FAOSTAT (2005).

En cuanto a la superficie cultivada tenemos que, debido a la introducción y desarrollo constante de un paquete tecnológico para la producción de tomate rojo que eleva los rendimientos por hectárea, los países que presentan una mayor superficie cultivada de dicho producto no necesariamente son los que presentan mayores volúmenes de producción total (véase la gráfica 2). Es el caso de India, que en 2005 ocupó el cuarto lugar en volumen de producción con 7 600 000 toneladas y el segundo lugar mundial en cuanto a superficie cultivada (547 690 hectáreas), pero su rendimiento medio es muy bajo, alrededor de 14 toneladas por hectárea, en comparación con Estados Unidos, que con sólo una superficie de 166 670 hectáreas produce 12 766 000 toneladas, lo que nos da un rendimiento medio de alrededor de 73 toneladas por hectáreas. Los ca-

GRÁFICA 2  
 SUPERFICIE CULTIVADA EN LOS PRINCIPALES PAÍSES  
 PRODUCTORES DE TOMATE ROJO  
 (1995-2005)



FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y datos de la FAOSTAT (2005).

Los más impresionantes son los Países Bajos y Bélgica, que obtuvieron rendimientos de alrededor de 470 toneladas por hectárea y 415 toneladas por hectárea en una superficie de sólo 1 400 y 55 hectáreas, respectivamente, en el año 2005, debido fundamentalmente al uso de tecnologías de punta para la producción cerrada e hidropónica (véase <<http://faostat.fao.org>>).

Otros de los factores que influyen en la cantidad de superficie cultivada de tomate rojo y sus rendimientos son los recursos naturales y los factores medioambientales, fundamentalmente las variaciones climatológicas (sequías, huracanes, ciclones, etc.), ya que inciden en la oferta y demanda del producto y, por ende, en el pre-

cio, lo que condiciona el que se integren más o menos tierras al cultivo año con año. No obstante, la tendencia en la mayoría de los principales países productores es al aumento en sus superficies cultivadas, aunque llama la atención el caso de nuestro país, en donde a partir del año 1998 se registra una reducción significativa, pasando de 78 mil hectáreas a 66 509 en el 2006 (vease <<http://www.siap.gob.mx>>). Esta reducción es resultado de la integración ocurrida, en las últimas décadas, entre la producción mexicana y la de Estados Unidos, lo que ha traído como consecuencia la inclusión de aquellas regiones en donde los productores han podido llevar a cabo un proceso de modernización tecnológica que eleva también los rendimientos y, por el otro lado, la exclusión de muchas tierras en donde lo anterior no ha sido posible, como se analiza más adelante.

En lo que concierne a las exportaciones mundiales tenemos que los principales países exportadores en los últimos diez años han sido España y México, los que en conjunto acapararon en 2005 más de un tercio (34.21 por ciento) del total mundial, presentando una tendencia creciente en los últimos diez años como nos lo muestra la gráfica 3.

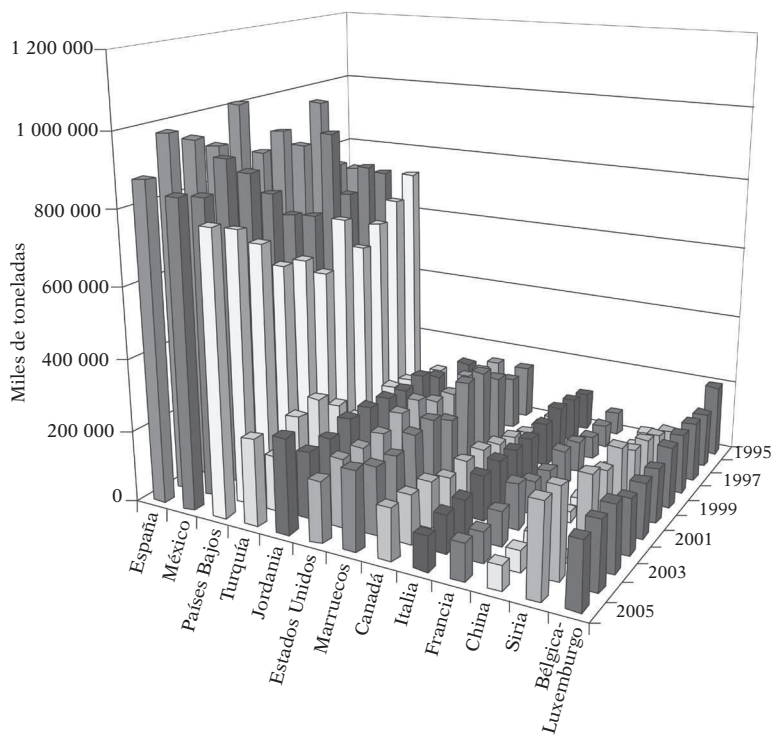
El principal importador de tomate rojo en el mundo es Estados Unidos, con 985 351 toneladas (como lo muestra la gráfica 4), el cual junto con los Países Bajos (196 584 toneladas), fungen como intermediarios en el comercio destinado a Europa, ya que la producción de ésta no es suficiente para cubrir las necesidades crecientes de dicho mercado. Este hecho sitúa a estos países entre los diez principales exportadores.

Los flujos más importantes dentro del mercado mundial del tomate rojo los encontramos entre Estados Unidos y México, ya que este último cubre alrededor de 80 u 85 por ciento de las importaciones de aquél y contribuye a satisfacer, en gran parte, el consumo de los estadounidenses: aproximadamente 35 kilogramos anuales por habitante. Los consumos más elevados se observan en Libia y Grecia, con 100 kilogramos anuales por habitante, seguidos por América del Norte y después, la Unión Europea con 24 kilogramos (Macías, 2003:120). Importantes también son los flujos que Estados Unidos establece con Canadá y Europa, y los que se presentan al interior de Europa, y entre ésta y el Medio Oriente.

### *Desarrollo tecnológico*

Como ya señalé, la producción de tomate rojo es una de las más industrializadas dentro de los productos agrícolas, empezando por

GRÁFICA 3  
PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE TOMATE ROJO  
(1995-2005)

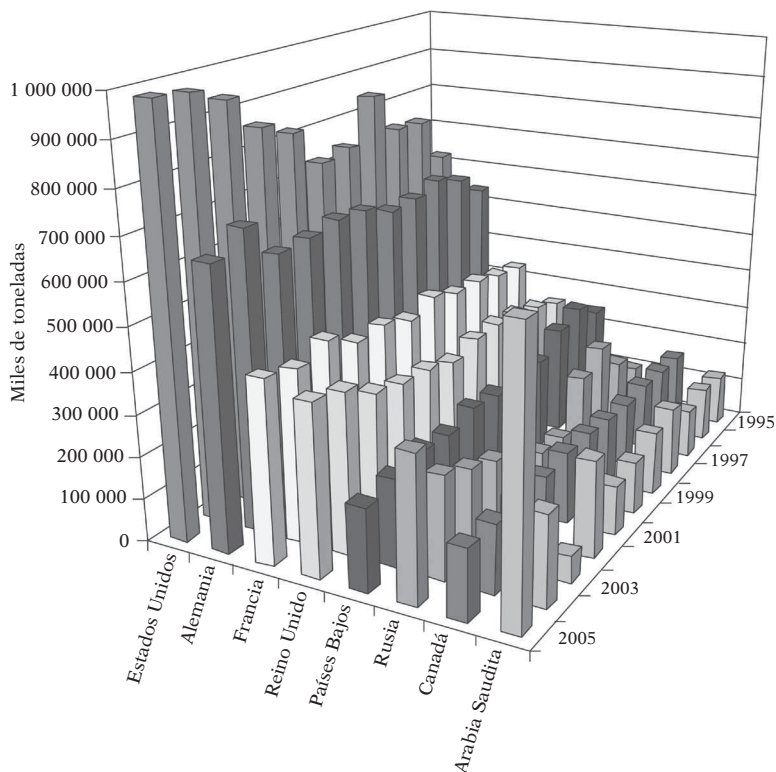


FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y datos de la FAOSTAT (2005).

la hibridación de las semillas, pasando por la hidroponía, que permite cultivar las plantas sin necesidad de tierra cultivable, hasta llegar a las semillas transgénicas. De hecho, el primer cultivo modificado genéticamente en llegar al mercado fue el flavr savr de Calgene y la primera batalla importante por una patente se libra alrededor de un gen del tomate (Grain, 1998:6).<sup>6</sup>

<sup>6</sup> “Este jitomate modificado genéticamente fue autorizado por la FDA (Food and Drugs Administration) [...] Calgene invirtió cinco años y 25 millones de dólares para desarrollar el jitomate y esperar la aprobación gubernamental. La aprobación de la FDA ha sido impugnada por los pro-

GRÁFICA 4  
 PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE TOMATE ROJO  
 (1995-2005)



FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y datos de la FAOSTAT (2005).

La construcción de estructuras que permiten controlar el clima, tales como los bioespacios e invernaderos, ayudado a que países como Israel, España, Canadá y Holanda aumenten su producción significativamente y, con ello, sus exportaciones, así como su acceso al mercado fuera de temporada, por lo que compiten con la propia producción de Estados Unidos y con la de México hacia ese país.

ductores de jitomate de Florida, quienes consideran que atenta contra sus intereses durante una estación en especial mala para la producción. La aprobación del jitomate flavr savr abre todo un campo para otros alimentos transgénicos” (Chauvet y Massieu, 1996:5).

La tecnología usada en la actualidad deja de lado la tierra y se apoya en la plasticultura, la fertiirrigación, el ahorro de agua y agroquímicos, la utilización de biotecnología para lograr mayor calidad y más vida de anaquel (hasta tres semanas con las semillas genéticamente modificadas).<sup>7</sup> Esto aumenta considerablemente los costos de producción aunque también los rendimientos (Martínez, 2005).

En América del Norte se ha registrado un rápido crecimiento de la industria del tomate rojo en invernadero, como señalan Calvin y Cook (2005:1):

Los tomates de invernadero representan hoy (2003) un estimado de 17 por ciento del total del abastecimiento de tomates frescos en Estados Unidos [...] Alrededor del 37 por ciento de todo el tomate fresco vendido en Estados Unidos al menudeo es hoy de invernadero comparado con cifras insignificantes en los inicios de los 90s. En 1998 la producción en invernadero de Canadá era la más importante (alrededor de 125 000 tons, seguida por Estados Unidos, 100 000 has y México con sólo alrededor de 30 000 toneladas (Calvin y Cook, 2005:6).

En 2003, la producción total de tomate rojo en invernadero en América del Norte fue estimada en 528 078 toneladas. Canadá aportó 42 por ciento con 220 mil toneladas, seguido por Estados Unidos con 160 mil (30 por ciento) y México con 148 mil toneladas (28 por ciento). Para 2006, las cifras aumentaron a un total de 652 mil toneladas, repartidas como sigue: Canadá, 214 mil (33 por ciento); Estados Unidos, 190 mil (29 por ciento) y México 248 mil (38 por ciento). Es importante hacer notar que si bien en los tres países este tipo de producción se incrementó significativamente en el inicio de los años 90, en Canadá y Estados Unidos hoy se encuentra más o menos estabilizada y en México sigue creciendo de manera significativa (Calvin y Cook, 2005:4). De hecho, la superficie destinada en nuestro país al establecimiento de invernaderos es mucho más amplia que la de aquéllos, pero debido a que el paquete tecnológico introducido no es el más moderno o de punta, los rendimientos son mucho más bajos como podemos constatar en el cuadro 2.

<sup>7</sup> En 1996, Yolanda Massieu señaló que la compañía DNA Plant Technology Corp., estadounidense, estaba investigando sobre una semilla que lograría dar una vida de anaquel de tres meses al tomate rojo; sin embargo, esta información no ha podido ser corroborada hasta el momento.



CUADRO 2  
 PRODUCCIÓN DE TOMATE ROJO EN INVERNADERO EN CANADÁ,  
 ESTADOS UNIDOS Y MÉXICO, 2003 Y 2006

<i>País</i>	<i>Canadá</i>		<i>Estados Unidos</i>		<i>México</i>		<i>América del Norte</i>	
	<i>Años</i>	2003	2006	2003	2006	2003	2006	2003
Producción en invernadero (miles de toneladas)	220	214	160	190	148	248	528	652
Invernaderos (superficie total en hectáreas)	446	sd	330	sd	650	sd	1 726	sd
Rendimiento promedio en invernadero (toneladas por hectárea)	494	452	484	480	156	130	378	235
Producción a cielo abierto (miles de toneladas)	27	27	1 594	1 672	1 804	1 913	3 425	3 612

Sd: Sin datos.

FUENTE: elaboración propia a partir de Cook y Calvin (2005) y Cook (2007).

#### LA PRODUCCIÓN Y EL MERCADO NACIONAL

En México la producción de tomate rojo ha pasado por diversas etapas. De 1897 a 1919, la producción era muy baja: 11 817 toneladas para ese primer año registrado. Después de siete años de descenso constante, viene un periodo de ascenso hasta los años revolucionarios, donde de nuevo se registra un punto de inflexión a partir de la posrevolución. No obstante los altibajos señalados, hay una constante en esta historia y es la relación directa que ha existido entre superficie cosechada y producción obtenida (véase <<http://bibliotecaitam.mx>>).

Arturo Carrillo (2004) plantea que a partir de 1920 se pueden distinguir tres etapas: una de 1920 a 1940; otra de 1941 a 1976, y finalmente una última que abarcaría de 1977 hasta nuestros días. Retomo aquí sólo la tercera, la cual está marcada por el incremento

en la producción, con fluctuaciones a veces a la baja, pero en general, con tendencia al alza. A partir de 1999 el comportamiento se vuelve más errático y descendente, así de 2 418 390 toneladas, la producción cayó a 2 093 431 en 2006 (véase el cuadro 3 en los anexos, al final de este ensayo). En esta etapa desaparece la correspondencia entre superficie y volumen producido, y la tecnología moderna se vuelve el motor de los incrementos, sobre todo en los estados productores más importantes. En este contexto destaca Sinaloa, que en 1989 cultivó 36 693 hectáreas con un descenso sostenido llegando a reportar, en 2006, sólo 22 137 hectáreas (véase el cuadro 4 en los anexos).

*La integración comercial México-Estados Unidos y el TLCAN*

Como ya señalé, la producción de tomate rojo mexicano está totalmente integrada al mercado estadounidense y es el principal producto dentro de la cadena hortícola de valor México-Estados Unidos (Maya y López, 2007), ya que cubre 85 por ciento de las importaciones de aquel país. Es sobre todo en la época de invierno, cuando la producción de Sinaloa y Baja California Sur abastece el mercado estadounidense, para cubrir el déficit de las producciones de tomate rojo fresco de Florida y California, que cosechan básicamente en el verano.<sup>8</sup> Si bien este último estado cosecha también en invierno, su producción se destina en forma mayoritaria a la industrialización. La integración comercial entre ambos países es tal, que los eventos políticos y las variaciones climáticas que se presentan en dichos estados del país del norte inciden directamente en el comportamiento de la producción y de los mercados en nuestro país.

Macías (2003) identifica varias etapas en esta integración comercial a partir de 1972, aunque las exportaciones se presentan desde 1908. Una vez más retomo aquí sólo la última, que comprende de 1995 a la actualidad, en plena época globalizadora. Aquí

<sup>8</sup> “La producción mexicana de jitomate se divide más o menos en partes iguales entre los ciclos primavera-verano y otoño-invierno. Sin embargo, la diferencia principal radica en que en el ciclo otoño-invierno tres cuartas partes se concentran en el estado de Sinaloa, que destina un gran porcentaje de la producción al mercado de los Estados Unidos, principalmente entre los meses de enero y abril. En tanto, la producción del periodo primavera-verano se destina al mercado nacional con excepción de Baja California, que realiza una cantidad considerable de exportaciones” (Macías, 2003:124).

las fluctuaciones se relacionan más con aspectos climáticos en Estados Unidos o en México;<sup>9</sup> aun así, la tendencia es al aumento en las exportaciones de México hacia Estados Unidos. Entre 1994 y el 2000 éstas crecieron en 94 por ciento y su participación en el mercado de tomate fresco en Estados Unidos pasó de 19.4 a 26.5 por ciento, respectivamente (Macías, 2003:131).

Si bien no hay un consenso entre los investigadores sobre los efectos, favorables o no, del TLCAN en la producción y comercialización de frutas y hortalizas mexicanas en general, la balanza se inclina más hacia aquellos que afirman que las exportaciones tuvieron un ascenso después de éste, pero esto se debe más “[...] a una tendencia histórica acentuada por la devaluación del peso ocurrida a finales de 1994 y principios del año siguiente, que a la firma del acuerdo comercial” (Yúnez y Barceinas, 2003 citado en Maya, 2006:2). Hay otros, como Porter, que señalan:

El jitomate da cuenta de 24 por ciento de todas las importaciones de verduras de EU a raíz del comercio con sus socios del TLCAN. Las exportaciones de México aumentaron 83 por ciento de 1993 a 1998 [...] Las ventas externas de jitomates mexicanos (sobre todo de Sinaloa y Baja California) a EU han aumentado 75 por ciento desde la entrada en vigor del Tratado, al que se considera responsable de 8 a 15 por ciento de este aumento. Las exportaciones canadienses de jitomates a EU aumentaron 3 000 por ciento (Porter, 2005:3).

Sin embargo, también existen estudios que demuestran que en el nivel regional el experimento no ha sido tan favorable, al menos para el caso de la producción de Sinaloa (Maya, 2006 y Carrillo, 2004). Al respecto Carlos Maya apunta:

<sup>9</sup> Así, por ejemplo, en 1998 hubo factores climáticos que afectaron la producción de tomate rojo en Estados Unidos, sobre todo en California, por lo que subió el precio; esto trajo como consecuencia el incremento de la superficie sembrada y el volumen casi en 30 por ciento para el siguiente año; al subir la oferta el precio bajó de diez a 25 por ciento. Esto aunado a que en México el invierno fue crudo y la maduración de los frutos se pospuso varias semanas, trajo como consecuencia que en el primer semestre de 1999 bajaran las importaciones de tomate rojo mexicano, además esto también hizo que el tomate rojo de Florida, que había tenido un buen clima y una buena cosecha de invierno, pasara de cubrir de 30 al 47 por ciento de la demanda de tomates rojos de Estados Unidos durante los cuatro primeros meses de 1999. Por otra parte, al inicio de 2003 se registraron fuertes heladas en Florida, lo que determinó que crecieran las exportaciones de tomate rojo desde Sinaloa (vease <<http://www.californiatomatoes.org>>).

[...] la producción de jitomate en Sinaloa presentó un crecimiento constante hasta 1990 y desde entonces ha mostrado un declive, hasta caer a niveles similares a los alcanzados a principios de la década de 1980. Podría pensarse que para compensar este declive, los niveles de productividad se han incrementado notablemente, sin embargo, de acuerdo con la información de la (Sagarpa), encontramos una tendencia creciente en la relación toneladas por hectárea, hasta el año de 1986, cuando se lograron 43 toneladas por hectárea. Desde entonces hasta 1992 hubo una caída muy fuerte, pues en tal año sólo se obtuvieron 16.22 ton/ha. Posteriormente la productividad se ha ido incrementando, pero a un ritmo cada vez más débil y sin volver a lograr los niveles iniciales: así en los últimos cinco años las cifras de productividad han fluctuado entre 33 y 36 ton/ha (Maya, 2006:4).

Hay que hacer notar que actualmente son alrededor de 42 empresas sinaloenses distribuidoras<sup>10</sup> las que han logrado modernizarse e integrarse de manera vertical; de éstas, sólo seis proporcionan financiamiento además de vías seguras y muy ventajosas de comercialización (Maya y López, 2007).

En cambio, la producción a cielo abierto y en invernadero, y suponemos que las exportaciones también, de Baja California Sur sí han ido en aumento; la producción pasó de 12 853 toneladas en 1989 a 114 461 en 2006; y de hecho es el estado que marca una tendencia constante de crecimiento aunque, obviamente, con algunas fluctuaciones como se observa en el cuadro 3, pues, además de que presentan un mayor desarrollo tecnológico, tienen la ventaja de exportar también en los meses de enero, febrero, marzo y abril, por lo que podemos decir que es una de las regiones beneficiadas con dicha integración, ya que incluso podría exportar en los otros meses del año.

A pesar de la firma de acuerdos como el TLCAN, los productores estadounidenses, sobre todo de Florida pero también de California y otros estados menos importantes en la producción, como Carolina del Sur, Tennessee, Pensylvania y Virginia, han presentado demandas *antidumping* contra los productores de tomate rojo mexicanos, alegando que tienen ventajas por el bajo costo de la mano de obra y que sus importaciones hacen peligrar su producción

<sup>10</sup> En 1990, Hubert Carton identificó 100 empresas de este tipo, las que incluso invertirían en actividades de investigación, pero debido a la falta de créditos y de financiamientos privado y estatal, éstas se han reducido (Carton, 1990:197-201).

(Massieu, 1996), aunque parece que no han prosperado; sin embargo, el problema más que tratarse de transacciones comerciales se plantea desde el punto de vista del poder político y la negociación.

#### LA PRODUCCIÓN DE TOMATE ROJO EN LOS ALTOS DE MORELOS

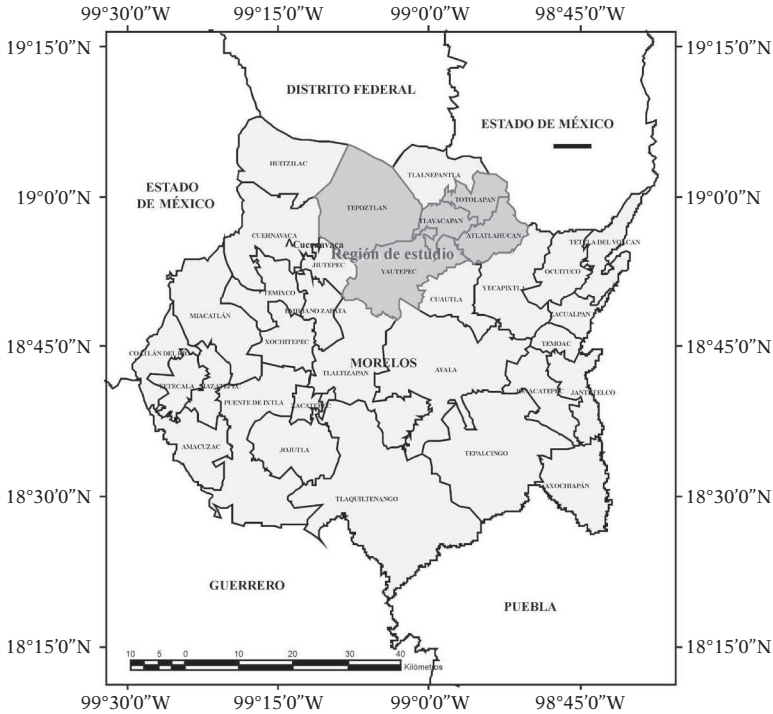
Si bien se han realizado algunas regionalizaciones sobre el territorio del estado de Morelos (Monroy, 1992; Ávila, 2001; De la Peña, 1980; Martínez, 2005; Rodríguez, 2005; y Salas, 2008), para fines de este trabajo construyo mi región de estudio, “los Altos”, con los siguientes municipios localizados en el norte del estado: Atlatlahuacan, Tepoztlán, Tlayacapan, Totolapan y Yauztepec, ya que es en ellos en donde es importante el cultivo del tomate rojo (véase el mapa 1).

A mediados de la década 1950 terminó el monopolio de la producción azucarera en Morelos y se comenzó a cultivar cebolla, alfalfa, tomate rojo, arroz, sorgo, etc., los cuales invadieron gran parte de las extensiones de los Altos (De la Peña, 1980:153). Los factores ambientales y la inserción de nuevas tecnologías trajeron un auge en la producción de tomate rojo regional y estatal desde la segunda mitad de la década de los años 50 y hasta fines de los 70. Se introdujeron innovaciones tecnológicas en su cultivo: semillas mejoradas, fertilizantes químicos, insecticidas y una estructura hecha de estacas y alambres para mantener las plantas por encima de la tierra húmeda (Guzmán, 1991:71-76). Se generó, así, una cultura productiva de tomate rojo y Morelos pasó a ocupar el segundo lugar en importancia en el nivel nacional (De la Peña, 1980:147).

Si en 1950 no se registra aún en el censo la producción de tomate rojo en los Altos, para 1960 se tienen 367 hectáreas sembradas con ese producto, esto es, 5.4 por ciento de las parcelas, con una producción de 1 808 toneladas, que representa 5.6 por ciento del total de los productos agrícolas de la región; para 1965 dichas cifras ascendieron a 18.5, 38.7 y 58.5 por ciento respectivamente (De la Peña, 1980:198-204).

La producción de tomate rojo en el estado de Morelos aumentó considerablemente a lo largo de la década de los años sesenta, de tal forma que en 1960 se sembraron 1 500 hectáreas y se cosecharon 9 451 toneladas con un rendimiento de 6 352 kg/ha, y para 1966 la producción aumentó a 6 500 hectáreas con 68 250 toneladas con rendimientos de 10 500 kg/ha. En 1970 el cultivo de tomate rojo es el más importante en todo el estado de Morelos y para 1971, junto

MAPA 1  
LOS ALTOS DE MORELOS: REGIÓN DE ESTUDIO



Proyección: GCS North American 1983.

Datum: D North American 1983.

Elaborado por M.E.R. Mauricio Cantún Caamal.

con Guanajuato y Sinaloa, produjeron 61.9 por ciento del total nacional (Guzmán 1991:66).

A partir de los años ochenta, en pleno inicio del proceso de globalización en el cultivo de tomate rojo, la producción de los Altos se estancó, en parte debido a que no pudo competir con los estándares de calidad fijados en el nivel mundial, por no contar muchos de los productores con el paquete tecnológico más moderno y, sobre todo, con canales de comercialización adecuados, por lo que también en términos de rendimientos por hectáreas no eran competitivos; en esa década el rendimiento promedio ascendió a 16.5 ton/ha (Centro de Estadística Agropecuaria Morelos, 2003). Es ne-

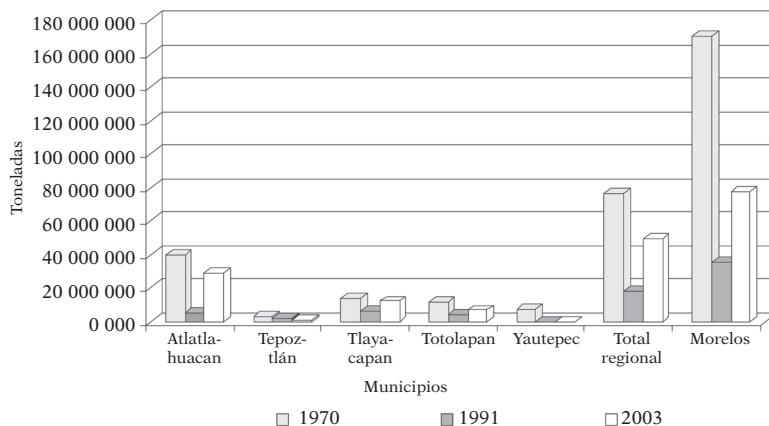
cesario señalar que otro elemento que ha repercutido en la baja de la producción de tomate rojo regional tiene que ver con factores ambientales, ya que la sobreexplotación de los terrenos, la gran cantidad de agua necesaria para su cultivo, aunados a cambios climáticos globales, han traído también la baja en la producción y la caída en la superficie sembrada de manera radical (Morales *et al.*, 2000: 191),<sup>11</sup> lo que ha significado en muchos casos el abandono del cultivo, la migración y la venta de las tierras.

A partir de la década de los años ochenta, al quedar nuestro país y en concreto la producción de tomate rojo más integrada a los circuitos comerciales y expuesta a los vaivenes del mercado internacional, y no pudiendo los productores morelenses insertarse en ellos, la producción se desplomó. De 5 767 hectáreas sembradas y con una producción de 88 564 toneladas en 1980 en Morelos, en 1990 descendieron a 4 185 hectáreas y 71 192 toneladas, y para 2003 se registraron 3 411.30 hectáreas con 77 602.70. Esto es una reducción de 40 por ciento en la superficie sembrada y más de diez mil toneladas menos de producción, aunque aumentaron un poco los rendimientos por hectárea. En concreto, en la región de estudio, la producción de tomate rojo pasó de 76 518.20 toneladas en 708.30 hectáreas sembradas en 1970, a 18 743.73 toneladas y 2 261.76 de hectáreas en 1991 y, finalmente, a 49 269.60 toneladas en 2 129.20 hectáreas de superficie en 2003, que es el último dato disponible hasta ahora,<sup>12</sup> como se muestra en las gráficas 5 y 6 (CEA, 2003).

<sup>11</sup> A partir de 1983, el tomate rojo en las regiones productoras del país, particularmente en el trópico seco, se manifestó de forma anormal y ocasionó que desde ese entonces, los estados de Morelos, Guanajuato, San Luis Potosí y Puebla dejaran de cultivar 6 450 hectáreas con esta especie. Los niveles excesivos de irradiación y temperatura, y la baja humedad ambiental, propician incrementos en las poblaciones de mosquita blanca a la cual se atribuye la transmisión de virus que provocan enfermedades que afectan a las hortalizas de fruto; sin embargo, esos niveles climáticos por sí solos son adversos para el crecimiento normal de las plantas de tomate rojo y otras hortalizas, que una vez enfermas por esta condición del clima, son fácilmente atacadas por colonias de patógenos bióticos, con la consecuente confusión de los productores que tienden a controlar a la mosquita y no a los elementos del clima señalados, que han correlacionado como inductores primarios. El problema se manifiesta a través de la pérdida casi total de la producción de las hortalizas de fruto sobre todo en el ciclo de producción otoño-invierno, causada por el “chino” del jitomate, por el “amarillamiento” en tomate y por “mosaico” en chiles (véase <<http://www.inifap.gob.mx>>).

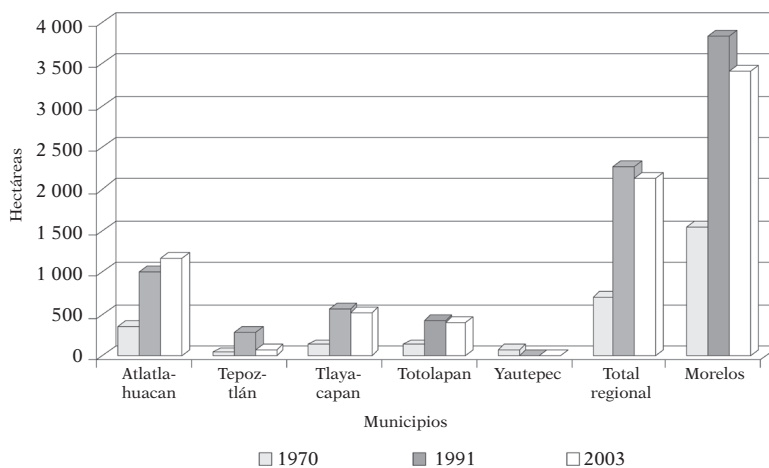
<sup>12</sup> Desafortunadamente no contamos hasta ahora con información cuantitativa disponible para la década de los años ochenta, pero sabemos que

GRÁFICA 5  
PRODUCCIÓN OBTENIDA DE JITOMATE EN LOS ALTOS DE MORELOS



FUENTE: elaboración propia a partir del INEGI, 1970 y 1991; CEA (1998-2002), CEA (2003).

GRÁFICA 6  
SUPERFICIE COSECHADA DE JITOMATE EN LOS ALTOS DE MORELOS



FUENTE: elaboración propia a partir del INEGI, *Censo agrícola-ganadero y ejidal* de los años 1970 y 1991; CEA (1998-2002), CEA (2003).



La información más antigua que se pudo obtener en los índices de precios de la Secofi nos muestra que todavía en 1988 y 1989 Morelos abastecía de jitomate bola a la Central de Abastos de la ciudad de México en los meses de enero (también a Tabasco), noviembre y septiembre; en 1990 y 1991 lo hizo en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre (en enero de 1991 también a Zacatecas), pero a partir de esa fecha y hasta 1996 ya no aparece Morelos abasteciendo al Distrito Federal ni a otros estados de la república, sólo a la Central de Abastos de Cuautla. Los abastecedores del Distrito Federal pasan a ser Sinaloa y Baja California y en menor medida Sonora y Jalisco. Para 1996 la producción de Morelos ya no aparece y el mercado regional se abasteció de Sinaloa, Baja California y Jalisco (véase <<http://www.secofi-sniim.gob.mx>>).

Una primera mirada superficial podría llevarnos a la conclusión de que el proceso de globalización no ha afectado directamente a la región, porque no se produce tomate rojo con tecnología de punta y no se participa en el mercado internacional. Sin embargo, la globalización sí ha excluido a estos productores. En efecto, las exigencias de calidad en el producto que prevalecen en los mercados globalizados, ha significado la marginación de la oferta de jitomate regional, no sólo de los circuitos comerciales internacionales, sino también de los nacionales y regionales.<sup>13</sup>

A pesar de que el tomate rojo de Morelos no se dirige actualmente al mercado internacional, las oscilaciones y procesos que se registran con la producción de esta verdura en California y Florida sí afectan directamente la comercialización de la producción local. Cuando la producción estadounidense cae, Sinaloa y Sonora, principal exportador y abastecedor del mercado interno respectivamente, aumentan sus exportaciones hacia Estados Unidos y, por lo tanto, disminuyen su oferta en el mercado nacional. Es así como se incrementan la demanda y los precios del tomate rojo de los Altos en el mercado nacional, en particular en el Distrito Federal.

en esa década la producción de tomate rojo fue a la baja y ascendió nuevamente en los noventa.

<sup>13</sup> En 1966 comenzaron a organizarse 14 pueblos productores de tomate rojo de los municipios de Totolapan, Tlalnepantla, Atlatlahucan, Yecapixtla, Tlayacapan y Ocuituco, y para 1967 fundan la Unión Agrícola Regional que se integra a la Unión Nacional de Productores de Hortalizas con sede en Culiacán, Sinaloa, y a través de ésta logran exportar durante diez años el producto; sin embargo, el proceso de globalización que implicó la exigencia de una mejor calidad, así como problemas organizativos y de corrupción al interior de la unión regional determinaron el que la exportación se suspendiera, situación que continúa hasta hoy (Guzmán, 1991:71-76).

Pero al contrario, cuando Florida y California incrementan su superficie sembrada y producción, Sinaloa vuelca una parte importante de la suya hacia el mercado nacional desplazando a Sonora. Así también, la producción del tomate rojo morelense, de menor calidad, no encuentra salida ni siquiera en el mercado regional y se pueden ver las tierras sembradas con el tomate rojo pudriéndose sin cosechar, pues la relación costo-beneficio para el campesino se presenta en términos negativos. De esta manera, como señalan León y Guzmán:

Las fluctuaciones que encontramos en las hectáreas cultivadas de un año a otro, significan la decisión, de todos y cada uno de los productores al inicio del ciclo, sobre la superficie que van a utilizar en este cultivo. Los factores que influyen dicha decisión representan igualmente un complejo compuesto por los resultados del ciclo anterior; así, si fue buena temporada con precios altos y ganancias habrá motivación, dinero y pocas deudas, y decidirá destinar un poco más de superficie al jitomate; si fue mala temporada, ya sea por no haber logrado buena producción o porque no hubo buen precio, habrá desánimo, poco dinero y deudas, por lo que la siembra de jitomate será cautelosa [...] (León y Guzmán, 2006:9)

Lo que hay que enfatizar es que esos resultados en los ciclos de producción dependen de la integración comercial de nuestro país al exterior y de las variaciones climáticas a las que están expuestos en mayor medida, por no contar con tecnología ni recursos para hacerle frente, cuestión que ellos conocen:

Hay mucha competencia y pues el fuerte de este cultivo [se refiere al tomate rojo] es Sinaloa, nosotros sembramos poquito, esos señores siembran mucho y cuando a ellos les pasa algo, se viene para abajo el mercado, porque ellos mandan diez carros, y luego viene hasta en termos, ellos tienen todo, son los que mandan, pues (entrevista al señor Hilario Valencia, Atlatlahucan, abril de 2005).

Ante esta situación, los productores intentan introducir los paquetes tecnológicos intensivos, entre los que destacan el cultivo protegido con acolchado, semillas mejoradas, insumos químicos, riego por goteo; aquellos que cuentan con mayores recursos apuestan más a la búsqueda de la calidad en el producto y al aumento

en los rendimientos, e incursionan en el cultivo con infraestructura semicerrada y cerrada instalando bioespacios e invernaderos.

*Desarrollo tecnológico: bioespacios e invernaderos*<sup>14</sup>

El bioespacio es una forma tecnológica que fue introducida en la región desde el año 1999 por parte del Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP) y que presenta ventajas con respecto a la producción a cielo abierto, ya que es una estructura que está protegida por una malla que cubre a las plantas del sol, regula la temperatura, disminuye el ataque de plagas y enfermedades y, en general, reduce los riesgos de pérdida o disminución de cosechas por factores climáticos. Su vida útil es de cuatro a cinco años y el costo fluctúa entre 90 mil y 150 mil pesos por la infraestructura, más 70 mil pesos en insumos y mano de obra requeridos para el primer ciclo productivo, aunque éste va bajando en los siguientes ciclos hasta llegar a 30 mil pesos.

Por su parte, los invernaderos comenzaron a instalarse a partir de 2002. Son estructuras que están totalmente cerradas y posibilitan un control casi total de los factores climáticos y los problemas y ventajas asociados, además de que permiten producir casi todo el año y tienen un tiempo de vida útil de aproximadamente 20 años. En la región hay dos tipos de invernaderos: los rústicos que permiten producir en forma cerrada pero que utilizan tecnología manual para el riego, con menor capacidad de plantas y, por ende, de rendimientos. Un segundo grupo lo forman los equipados con tecnología computarizada y un sistema semihidropónico, aunque no llegan a ser los invernaderos con tecnología de punta que pueden observarse en el norte del país, en Estados Unidos y Canadá.

La inversión para la infraestructura de los bioespacios es suministrada a través de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario de Morelos, pero en general el productor tiene que aportar al menos 30 por ciento, aunque algunos sí han logrado 100 por ciento. Además, deben costear el proceso productivo, que incluye la asisten-

<sup>14</sup> Los datos presentados en este apartado fueron recolectados en trabajo de campo en el año de 2005, por quien esto suscribe y las estudiantes de posgrado Lilian Martínez, Adriana Salas y Tania Rodríguez. Para tener más información sobre estas tecnologías, la forma específica en que se desarrollan los procesos productivos y los costos de producción desagregados que implican introducir dichas tecnologías. Revisar el trabajo de Lilian Martínez (2005).

cia técnica, por lo que de entrada una parte de los productores son excluidos de la posibilidad de acceder a estas tecnologías.

Los invernaderos son costeados en 50 por ciento por los gobiernos municipal, estatal y federal a través del programa Alianza Contigo y, al igual que en los bioespacios, el productor cubre aparte los costos de producción. Si consideramos que en 2005 el costo de la instalación de un invernadero de mil metros cuadrados es de 300 a 400 mil pesos aproximadamente (dependiendo de la mayor o menor tecnificación y del acceso cercano al agua), y que el costo del proceso productivo varía según sea el ciclo (en primavera-verano, 80 mil pesos y en otoño-invierno, 30 mil pesos, diferencia que depende de la mayor o menor cantidad de agua, del fruto que se recolecta y de la cantidad de mano de obra necesaria para ello), entonces sabremos que la gran mayoría de los productores también quedan fuera de la posibilidad de acceder a esta tecnología.

Las formas de comercialización son las mismas para la producción de cielo abierto o cerrada. Es decir, se realiza a través de intermediarios o “coyotes”, ya sea a pie de cultivo o en la Central de Abastos de Cuautla, aunque los estándares de calidad son mayores y deben cubrir ciertos criterios, tales como firmeza, piel brillante, color uniforme y tamaño. Esta condición hace que las ganancias no sean tan redituables como se esperaría al tener mayor productividad<sup>15</sup> y una mejor calidad.<sup>16</sup> Por ello, algunos productores piensan que muchas veces no se compensa del todo la mayor inversión, como ocurriría si exportaran el producto. Sin embargo, están conscientes de que el principal obstáculo para concurrir al mercado estadounidense es la falta de tecnología y la calidad. Así lo señala un gran productor:

Una de las opciones es la exportación pero se tiene que llegar a mucho más porque estos invernaderos de acá [se refiere a los Altos] son de mediana tecnología, no estamos al día con la tecnología, faltan muchas cosas, pero también falta mucho dinero y los apoyos del gobierno no fluyen como debe de ser, se estancan (entrevista al ingeniero Fortino González, propietario de un invernadero en Yautepec, 2005).

<sup>15</sup> Por ejemplo, en un invernadero de mil metros se obtiene 1.25 toneladas por semana, esto es, más que la producción en diez hectáreas de cielo abierto.

<sup>16</sup> En 2005, una caja con 28 kilogramos de tomate rojo producida en invernadero se cotizaba a 250 pesos, mientras que la producida a cielo abierto tenía un precio de 180 pesos.

## CONSIDERACIONES FINALES

Uno de los cultivos más importantes en el nivel mundial es el del tomate rojo, cuya integración productiva y comercial es significativa. El desarrollo tecnológico constituye uno de los pivotes fundamentales de la integración y tiene como propósito la maximización de la calidad y durabilidad de los productos, como medio para alcanzar mayores ganancias.

Una de las regiones, en el nivel mundial, donde es posible analizar con mayor nitidez este proceso de integración es en la región de América del Norte, sobre todo en lo que concierne a Estados Unidos y México, integración que vista como un todo pareciera ser favorable, pero que si bajamos la escala de análisis del nivel macro, al meso y al micro, nos percataríamos que las cosas no son del todo positivas.

Tal es el caso de los Altos de Morelos, que seleccionamos como estudio de caso, una región que, antes de la globalización, era una importante productora y abastecedora de tomate rojo en el mercado interno. Las condiciones climáticas y ambientales, pero sobre todo, el cambio en el modelo económico que retira el apoyo financiero productivo para el campo y promueve una mayor integración hacia el mercado de Estados Unidos, ponen en evidencia la fragilidad tecnológica y organizativa de la mayor parte de los productores y, por ende, de la región, por lo que la integración al mercado se debilita y queda excluida de los circuitos comerciales internacionales e incluso nacionales. Esto es así porque la integración comercial de los productores de Morelos no es directa, sino que se ve mediada por diferentes actores que dominan el proceso de comercialización regional y no entran a los circuitos internacionales.

Para concluir este ensayo, quisiera abrir la investigación hacia un elemento que considero de suma importancia y que ya no traté en este trabajo y es que la apuesta de todos los países y las empresas para maximizar ganancias es como ya señalé, el desarrollo tecnológico, sin embargo, en esa carrera acelerada por lograr una mayor acumulación, se deja de lado una cuestión trascendental: el daño que esto significa para el medio ambiente.

Los elementos del paquete tecnológico de producción intensiva del tomate rojo se basan en una sobreutilización y degradación también acelerada de los recursos naturales, ya que suponen el agotamiento de los mantos acuíferos por la cantidad de agua que se utiliza, así como la erosión y contaminación del suelo y las aguas con insumos químicos y por enfermedades. Por lo anterior, habría que

documentar más el grado que alcanza esta degradación de los recursos y el nivel de responsabilidad en la caída en las superficies y en la producción de las regiones productoras de nuestro país.

Y lo que es peor: en la actualidad el manejo de las semillas mejoradas a través de la biotecnología significa la devastación y el empobrecimiento genético de la especie; se tienen bancos de muestras de material genético donde se guardan más de mil variedades, pero obviamente que estas colecciones se encuentran resguardadas en los países del norte, los que son los responsables del despojo de los agricultores del sur y de la pérdida de un sinnúmero de variedades. El Servicio de Introducción de Plantas de Estados Unidos (USDA) registra en 1903 alrededor de diez mil variedades antiguas recolectadas en todo el mundo, y para 1982 la Fundación Internacional para el Progreso Rural (RAFI) comprobó que 80 por ciento de las variedades comerciales registradas se habían extinguido, pues ya no se encontraban en los bancos de semillas de Estados Unidos (Grain, 1998:2).

#### BIBLIOGRAFÍA

- ASERCA (1998a), "El jitomate, la hortaliza de excelencia en exportación", en *Claridades Agropecuarias*, núm. 62, octubre, pp. 3-17.
- \_\_\_\_\_ (1998b), "Comportamiento de la oferta y demanda mundial del tomate", en *Claridades Agropecuarias*, núm. 62, octubre, pp. 22-30.
- ÁVILA, H. (2001), *La agricultura y la industria en la estructuración territorial de Morelos*, Cuernavaca, CRIM-UNAM.
- \_\_\_\_\_ (2002), *Aspectos históricos de la formación de regiones en el estado de Morelos (desde sus orígenes hasta 1930)*, Cuernavaca, CRIM-UNAM.
- BERKLEY, T. (2007), "El aumento de precio del jitomate vuelve a colorear el prospecto de inflación en México", en Dow Jones Newswires, en <<http://www.sentidocomun.com.mx>>.
- BONANO, A. (1996), *Caught in the Net. The Global Tuna Industry, Environmentalism and State*, Kansas City, University Press of Kansas.
- CALVIN, L. y R. COOK (2005), "North American Greenhouse Tomatoes Emerge as a Major Market Force", en Amber Waves, *The Economics of Food, Farming, Natural Resources, and Rural America*, Washington D. C., USDA, abril.

- CARRILLO, A. (2004), "Tendencias históricas de la producción de jitomate en México y Sinaloa", ponencia realizada en el marco del proyecto Empresa y Agricultura de Exportación en el Noroeste de México. Historia Económica y Tendencias Actuales, México, Conacyt U42007H, en <<http://www.economía.unam.mx>>.
- CARTON DE GRAMMONT, H. (1990), *Los empresarios agrícolas y el Estado*, México, IIS-UNAM.
- CENTRO DE ESTADÍSTICA AGROPECUARIA (CEA) (2003), SIAP/Sagarpa, Delegación Morelos, Cuernavaca, material disponible en CD.
- COOK, R. (2007), *El mercado dinámico de la producción de tomate fresco en el área del TLCAN*, Universidad de California, <<http://postharvest.ucdavis.edu>>.
- \_\_\_\_\_ y L. CALVIN (2005), "Greenhouse Tomatoes Change the Dynamics of the North American Greenhouse Tomatoe Industry", en *Economic Research Report*, núm. (ERR2).
- CHAUVET, M. y Y. MASSIEU (1996), "La influencia de la biotecnología en la agricultura mexicana", en *Economía, Teoría y Práctica*, núm. 6, Nueva Época.
- DE ITA, A. (2005), "Impactos del Tratado de Libre Comercio de Norteamérica en la agricultura mexicana y la producción de granos básicos", borrador final de tesis de maestría, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM.
- DE LA PEÑA, G. (1980), *Herederos de promesas. Agricultura, política y ritual en los Altos de Morelos*, México, INAH/ Ediciones de la Casa Chata.
- DELGADILLO, J. (2000), "Morelos: indicadores básicos de su desarrollo", en J. Delgadillo (coord.), *Contribuciones a la investigación regional en el estado de Morelos*, México, CRIM-UNAM, pp. 19-68.
- ECHÁNOVE, F. (2004), "La expansión de las hortalizas en los años noventa y su vínculo con la agroindustria hortícola", en B. Rubio (coord.), *El sector agropecuario mexicano frente al nuevo milenio*, México, UNAM/Plaza y Valdés, pp. 207-235.
- FRIEDMAN, H. y P. MCMICHAEL (1989), "Agriculture and the State System", en *Sociología Ruralis*, vol 29, núm. 2.
- GARCÍA, L.A. *et al.* (1999), "La transformación de la actividad lechera en México en el contexto de la globalización y regionalización actual", en E. Martínez *et al.* (coord.), *Dinámica del Sistema Lechero mexicano en el marco regional y global*, México, IIS-UNAM, IIEC-UNAM/UAM-X/Plaza y Valdés, pp. 63-86.
- GRAIN (1998), "Los tomates: el mundo los aprecia y las multinacionales los codician", en *Biodiversidad, Sustento y Culturas*, junio, <<http://www.grain.org/biodiversidad>>.

- GUZMÁN, E. (1991), "Persistencia y cambio: los campesinos jitomateros de Morelos", tesis de maestría en Desarrollo Rural, México, UAM-X.
- INEGI (1970), *V Censo agrícola-ganadero y ejidal*, México.
- \_\_\_\_\_ (1991), *VII Censo agrícola-ganadero y ejidal*, México.
- LEÓN, A. y E. GUZMÁN (2006), "Los jitomateros de Morelos en el desarrollo regional campesino del Norte de Morelos, México", en <<http://www.alasru.org>>.
- LONG, N. (1996), "Globalización y localización: nuevos retos para la investigación rural", en S. Lara y M. Chauvet (coords. del volumen), H. Carton de Grammont y H. Tejera (coords. generales), *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio, vol. I, La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial*, México, Plaza y Valdés/INAH/UAM-A/UNAM, pp. 35-74.
- MACÍAS, A. (2003), "Enclaves agrícolas modernos: el caso del jitomate mexicano en los mercados internacionales", en *Región y Sociedad*, vol. XV, núm. 26, México.
- MARTÍNEZ, E. (2008), "Las relaciones global-local en la transformación socioespacial de la región de los Altos de Morelos en México", en *Secuencia*, núm. 70, enero-abril 2008, México.
- \_\_\_\_\_ A. ÁLVAREZ, L. GARCÍA y C. DEL VALLE (coords.) (1999), *Dinámica del sistema lechero mexicano en el marco regional y global*, México, IIS/IIEC-UNAM/UAM/Plaza y Valdés.
- \_\_\_\_\_ H. SALAS y S. SUÁREZ, (2003), *La globalización del sistema lechero en La Laguna: estructura productiva, desarrollo tecnológico y actores sociales*, México, Miguel Ángel Porrúa/IIS-DGAPA-UNAM.
- MARTÍNEZ, L. (2005), "Globalización, tecnología y desarrollo regional: los bioespacios e invernaderos en los Altos de Morelos", tesis de maestría en Estudios Regionales, Instituto de Investigaciones Dr. José Ma. Luis Mora.
- MASSIEU, Y. (1996), "Comercio bilateral México-Estados Unidos y logros del TLC: 'la guerra del jitomate'", en <<http://www.agri-net.tamu.edu>>.
- MAYA, C. (2006), Horticultura de exportación y apertura comercial en la competencia global: la experiencia de Sinaloa, en <<http://www.alasru.org>>.
- \_\_\_\_\_ y L. LÓPEZ, (2007), "El papel de la distribución en las exportaciones hortícolas sinaloenses", ponencia presentada al VI Congreso de AMER, Veracruz.
- MONROY, R. *et al.* (1992), "Características del medio físico-biótico", en Oswald Ursula S. (coord.), *Mitos y realidades del Morelos actual*, México, UNAM-CRIM, pp. 37-64.



- MORALES, M., O. ROGELIO, E. GARCÍA-GÓMEZ y M. TABEADA (2000), "El potencial de la agricultura de temporal de la región oriente de Morelos", en J. Delgadillo M. (coord.), *Contribuciones a la investigación regional en el estado de Morelos*, México, CRIM-UNAM, pp. 183-196.
- PORTER, G. (2005), "La liberalización del comercio agrícola y medio ambiente en América del Norte: análisis del 'efecto producción'", en <<http://www.cec.org>>.
- RODRÍGUEZ, T. (2005), Construcción de una nueva ruralidad en los Altos de Morelos a partir de los cambios en el uso del suelo, tesis de maestría en Estudios Regionales, México, Instituto de Investigaciones Dr. José Ma. Luis Mora.
- SALAS, A. (2008), "La reorganización del territorio rural de los Altos de Morelos: 1970-2006", tesis de doctorado en Sociología, México, FCPYS-UNAM.
- SARMIENTO, S. (1997), *Morelos, sociedad, economía, política y cultura*, México, CEIICH-UNAM.
- SCHWENTESIUS, R. y M. GÓMEZ (1996), "El impacto del TLC sobre las exportaciones de hortalizas frescas de invierno México a EUA. ¿funciona el experimento?", ponencia presentada en el Simposio Trinacional Nafta and Agricultura: Is the Experiment Working?, San Antonio Texas, 1 y 2 de noviembre.

*Direcciones electrónicas consultadas*

- ACUS CONSULTORES, en <<http://www.acus.com.mx>>.
- ASSOCIATION ORGANIZED UNDER THE LAWS OF THE STATE OF FLORIDA, en <<http://www.floridafarmers.org>>.
- CALIFORNIA TOMATO GROWERS ASSOCIATION, en <<http://www.californiatomatoes.org>>.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE MORELOS, en <<http://www.oeidrus.morelos.gob.mx>>.
- INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN AGRÍCOLA Y PECUARIA, en <<http://www.inifap.gob.mx>>.
- ITAM, Biblioteca "Raúl Baillères", en <<http://bibliotecaitam.mx>>.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN (FAOSTAT), en <<http://faostat.fao.org>>.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa), en <<http://www.sagarpa.gob.mx>>.

SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (Secofi), en  
<<http://www.secofi-sniim.gob.mx>>.

SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP),  
en <<http://www.siap.gob.mx>>.

CUADRO 3  
PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES DE TOMATE ROJO,  
1989-2006  
(TONELADAS)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Sinaloa	933 948	1 035 478	985 491	448 665	789 443	593 294	845 406	796 985	666 911
Baja California	234 290	169 885	156 047	193 455	183 707	46 897	284 884	312 864	456 262
San Luis Potosí	111 957	125 639	128 348	173 627	116 198	222 802	121 950	154 306	109 555
Jalisco	106 660	74 952	82 858	48 815	56 216	31 342	50 147	59 154	80 571
Morelos	66 614	71 192	68 856	64 128	50 951	45 377	47 621	85 355	57 585
Sonora	46 097	43 690	42 166	61 106	52 585	61 755	73 804	31 607	30 159
Michoacán	31 978	43 926	58 918	94 208	57 042	65 914	93 712	116 873	114 818
Puebla	22 678	18 906	31 317	43 150	34 789	37 276	41 327	46 136	37 048
Zacatecas	17 500	9 410	9 204	15 894	13 402	14 907	21 578	24 195	15 242
Baja Calif. Sur	12 853	12 030	25 315	29 208	49 418	21 569	54 361	53 078	64 494
Chiapas	6 717	4 980	5 727	4 502	11 845	9 239	7 550	21 153	16 206
Aguascalientes	1 354	1 090	850	3 372	2 655	1 358	4 811	8 471	12 008
Querétaro	82	2	1 521	1 236	1 557	1 272	1 707	1 318	3 967
Total	1 592 728	1 611 180	1 596 618	1 181 438	1 419 808	1 153 002	1 648 858	1 711 495	1 664 826
Total nacional	sd	sd	sd	sd	sd	sd	sd	sd	sd

CUADRO 3 CONTINUACIÓN

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Sinaloa	817 455	801 600	751 622	915 112	654 715	742 685	991 113	845 477	783 314
Baja California	462 420	446 202	252 367	219 371	217 303	251 056	294 076	262 457	216 000
San Luis Potosí	139 316	179 320	162 715	129 431	194 311	208 798	125 122	162 052	120 120
Jalisco	82 720	134 222	120 732	105 399	118 701	102 468	109 929	117 500	87 533
Morelos	26 177	67 020	62 156	59 598	72 942	77 602	57 597	60 515	70 499
Sonora	53 122	63 390	55 135	62 640	46 012	68 377	51 339	47 412	73 096
Michoacán	173 455	325 962	212 865	200 452	246 490	237 453	162 476	150 730	134 177
Puebla	43 661	45 897	34 267	30 788	31 061	25 945	17 659	18 240	17 726
Zacatecas	20 702	43 407	40 444	50 393	34 884	106 212	37 333	70 347	106 212
Baja Calif. Sur	43 873	48 311	52 524	62 731	97 941	122 045	113 450	117 953	114 461
Chiapas	19 305	22 816	35 934	19 289	19 363	23 172	26 500	23 496	18 359
Aguascalientes	17 963	14 434	7 383	6 904	11 370	13 014	15 343	12,995	12 484
Querétaro	4 006	2 401	7 626	9 985	9 389	8 976	11 316	7 760	19 728
Total	1 904 175	2 194 982	1 795 770	1 872 093	1 754 482	1 987 803	2 013 253	1 896 934	1 773 709
Total nacional	sd	2 418 390	2 086 029	2 149 931	1 989 979	2 171 159	2 314 629	2 246 246	2 093 431

Sd: Sin dato.

FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y SIAP.

CUADRO 4  
 SUPERFICIE SEMBRADA EN LOS PRINCIPALES ESTADOS PRODUCTORES DE TOMATE ROJO,  
 1989-2006  
 (HECTÁREAS)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Sinaloa	33 342	36 693	33 428	31 136	27 908	26 154	27 634	23 136	22 658
Baja California	6 371	5 344	4 976	6 625	4 880	2 142	6 714	7 350	10 233
San Luis Potosí	4 603	6 420	6 906	7 420	7 734	8 310	7 872	6 787	7 503
Sonora	4 017	3 485	1 981	4 795	3 546	2 670	3 514	1 171	1 405
Morelos	4 004	4 185	4 468	3 549	3 167	3 286	3 748	4 643	4 046
Jalisco	3 673	2 750	3 732	3 002	2 877	1 854	2 152	2 506	2 911
Michoacán	3 323	3 954	4 593	5 756	4 861	3 949	4 427	5 790	6 166
Puebla	1 957	1 643	2 150	2 391	2 034	2 024	2 246	2 418	2 554
Baja Calif. Sur	957	963	902	1 524	1 728	650	1 803	1 424	1 500
Zacatecas	683	583	567	870	944	631	844	1 091	822
Chiapas	406	330	429	308	717	499	430	536	581
Aguascalientes	96	61	93	188	119	66	218	268	353
Querétaro	31	10	119	116	97	99	78	60	163
Total	63 463	66 421	64 344	67 680	60 612	52 334	61 680	57 180	60 895
Total nacional	84 560	85 506	25 885	90 094	80 570	68 049	78 784	69 533	74 228

CUADRO 4 CONTINUACIÓN

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Sinaloa	22 708	24 268	23 243	25 475	18 669	21 911	26 405	26 489	22 137
Baja California	11 125	9 641	5 920	6 217	5 534	5 643	6 212	5 708	4 927
San Luis Potosí	7 003	7 428	6 880	7 569	7 670	6 990	6 303	6 634	4 121
Sonora	1 671	2 198	2 205	2 577	2 014	2 475	2 426	1 996	2 359
Morelos	2 999	3 549	3 302	3 024	4 215	3 411	2 829	2 848	3 133
Jalisco	3 389	4 224	3 241	2 879	3 490	3 009	3 007	2 673	2 100
Michoacán	8 416	9 756	7 250	6 409	8 596	6 893	6 441	5 047	4 955
Puebla	2 425	2 502	2 351	1 953	1 670	1 565	1 306	1 223	1 274
Baja Calif. Sur	1 514	1 492	2 366	2 400	2 704	2 847	3 616	3 403	3 399
Zacatecas	863	1 656	1 435	1 540	1 621	3 222	2 028	1 929	3 222
Chiapas	545	915	1 130	670	545	684	714	690	802
Aguascalientes	580	514	261	298	422	536	601	404	355
Querétaro	112	79	109	252	239	175	233	185	226
Total	63 350	68 222	59 693	61 363	57 389	59 361	62 121	59 229	53 010
Total nacional	78 134	84 436	75 898	76 687	69 814	70 390	75 605	74 354	66 509

FUENTE: elaboración propia con base en Martínez (2005) y SIAP.

# LA PRODUCCIÓN HORTÍCOLA EN LOCALIDADES PERIFÉRICAS A SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS Y SU ARTICULACIÓN AL MERCADO REGIONAL

*Álvaro Martínez Quezada\**  
*Octavio Ixtacuy López\*\**

## RESUMEN

En los últimos años ha adquirido relevancia la producción agrícola comercial de los campesinos indígenas de las localidades periféricas a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, en particular de productos como hortalizas, flores y frutas. Esto se explica por un conjunto de factores que han hecho viable esta actividad, tanto de carácter técnico-productivo como de mercado, entre las que se cuenta el aprendizaje desarrollado durante años por las comunidades en torno a la producción hortícola, la configuración de redes de mercado y las posibilidades que brinda una ciudad turística en ascenso, como lo es San Cristóbal. Este ensayo analiza los encadenamientos productivos en el contexto de la producción campesina, a partir del desarrollo de diversas iniciativas innovadoras que los productores locales han debido impulsar, buscando atender las condiciones que plantea un mercado exigente en términos de calidad e inocuidad de la producción. Durante la investigación, realizada entre agosto y noviembre de 2006 y cuyo propósito fue conocer el nivel de especialización de la producción y las orientaciones de mercado, se aplicaron encuestas a productores de hortalizas de tres localidades circunvecinas que abastecen el mercado regional.

\* Doctor en Ciencias Sociales y profesor de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo electrónico: <amtz1756@hotmail.com>.

\*\* Doctor en Ecología y Desarrollo Sustentable y profesor de la Carrera de Economía de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo electrónico: <oixtacuy@prodigy.net.mx>.

## INTRODUCCIÓN

En el difícil contexto enfrentado por la economía campesina desde los años ochenta al imponerse la lógica de las “ventajas competitivas”, los campesinos orientados a la producción de granos básicos han debido buscar opciones productivas complementarias que les garanticen mejores ingresos económicos. Las opciones que se presentaban, en aquel momento, a los campesinos que disponían de una adecuada dotación de recursos eran: producir los cultivos tradicionales bajo condiciones de altos costos de producción y precios desventajosos, o bien, diversificar sus opciones productivas atendiendo las señales del mercado. Aquellos que no aceptaron o no tuvieron la capacidad de jugar y aceptar las condiciones que imponía el mercado debieron abandonar su condición campesina y muchos de ellos —principalmente los jóvenes— se convirtieron en migrantes; otros debieron continuar con la producción de cultivos tradicionales lo que les significó una mayor marginalidad.

La dinámica que adoptaba la producción agrícola para atender las exigencias del mercado se orientaba a la producción de cultivos más rentables y que tuvieran precios competitivos en el mercado, tanto nacional como internacional, como fue el caso de la producción de hortalizas, frutas y flores. A dicha estrategia se adscribieron muchas de las pequeñas y medianas empresas agrícolas en las diferentes regiones del país e igualmente, aunque de forma limitada, participan campesinos organizados de diversos estados de la república. De esta manera, para que la producción campesina participara de las opciones abiertas, tuvo que adoptar otras alternativas para insertarse en nichos de mercado que le garantizaran ingresos estables. Pero esta inserción ha tenido sus costos, ya que ha implicado impulsar un conjunto de cambios en las prácticas productivas, con el fin de atender la exigencia de producir con mayor calidad, ser competitivos y, por demanda explícita, producir con prácticas agrícolas amables con el ambiente.

Este documento busca dar cuenta de algunos cambios que se han operado en la dinámica de las unidades de producción campesina en la microrregión periférica a San Cristóbal de Las Casas en torno a la producción y mercado de hortalizas, lo que ha implicado procesos de innovación y cambio técnico en su interior, paralelamente a los vínculos que han tenido que desarrollar con agentes externos para garantizar su inserción en los mercados. El trabajo sistematiza la experiencia de tres localidades ubicadas al poniente de la ciudad de San Cristóbal —colonia El Duraznal, co-



lonia Huitepec y cabecera municipal de Zinacantán—, a la que definimos como la microrregión de estudio que está buscando insertarse en redes de comercialización y mercado de cultivos comerciales en el ámbito local y regional.

#### LA PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS EN LA PERIFERIA DE SAN CRISTÓBAL

Las comunidades aledañas a la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, tradicionalmente han contribuido a abastecer a ésta de productos agrícolas que se cultivan en el traspatio, solares o huertos familiares, mecanismo mediante el cual la familia rural indígena tiene acceso a un ingreso monetario. Esta situación se debe, en parte, al carácter simbiótico de la relación que se ha establecido para el desarrollo de diversos intercambios de carácter comercial entre la ciudad y las localidades y los municipios periféricos a San Cristóbal.

#### *Diversificación versus especialización*

En términos genéricos, la producción campesina de la región de los Altos de Chiapas forma parte de los sistemas agrícolas tradicionales, caracterizados por su diversificación y orientados hacia la subsistencia (Aleman y López, 1989:173), a diferencia de los sistemas agrícolas especializados con orientación a la exportación, existentes en otras regiones del estado. Esto es así por el tipo de productores, que se caracterizan por producir en pequeñas parcelas cuyas dimensiones, en el mejor de los casos, no rebasan una hectárea.

Por las características de la orografía de la microrregión de estudio, podemos decir que la producción campesina se desarrolla como una economía de montaña en la que coexisten y forman parte del paisaje la producción de hortalizas en pequeñas parcelas, la conservación del bosque, la producción de básicos en pequeñas milpas, el cultivo de frutales y el pastoreo de pequeños hatos de borregos. Esta producción diversificada, y combinada con el empleo asalariado en los centros urbanos más cercanos, es lo que permite a los productores garantizar su reproducción como campesinos.

Así, al mismo tiempo que la actividad agrícola de la unidades productivas mantiene rasgos propios de la producción campesina, como el recrear la producción diversificada, podemos reconocer una tendencia cada vez mayor hacia la especialización de cultivos,

explicada en parte por la demanda que establece un mercado local en ascenso a raíz de la consolidación de San Cristóbal de Las Casas como polo turístico.

Esta situación ha propiciado el desarrollo de un sistema hortofrutícola en diversos municipios aledaños a la ciudad, lo que ha contribuido a reconfigurar la economía campesina de las comunidades indígenas. Cabe destacar que en las áreas y localidades estudiadas, existe de hecho una suerte de especialización en torno a un determinado sistema-producto, en el cual las unidades de producción campesina que lo desarrollan comparten rasgos de una visión tradicionalmente campesina con elementos de la pequeña empresa capitalista familiar, más preocupada por incorporar procesos de innovación, contratación de mano de obra y desarrollo de sistemas de administración.

Es así como en los últimos años, las actividades agrícolas tradicionales de los campesinos indígenas de los Altos de Chiapas han dado un giro. A la producción tradicional de maíz, frijol, chayote, calabaza y caña (orientados principalmente al autoconsumo y, por lo tanto, predominantes todavía a principios de la década de los ochenta), en los últimos 25 años se han incorporado diversos cultivos con una clara orientación al mercado como hortalizas, frutas y flores. Esto ha implicado diversos cambios en la producción campesina de la zona y, por consiguiente, la configuración de una nueva estructura productiva microrregional.

### *La producción hortícola regional*

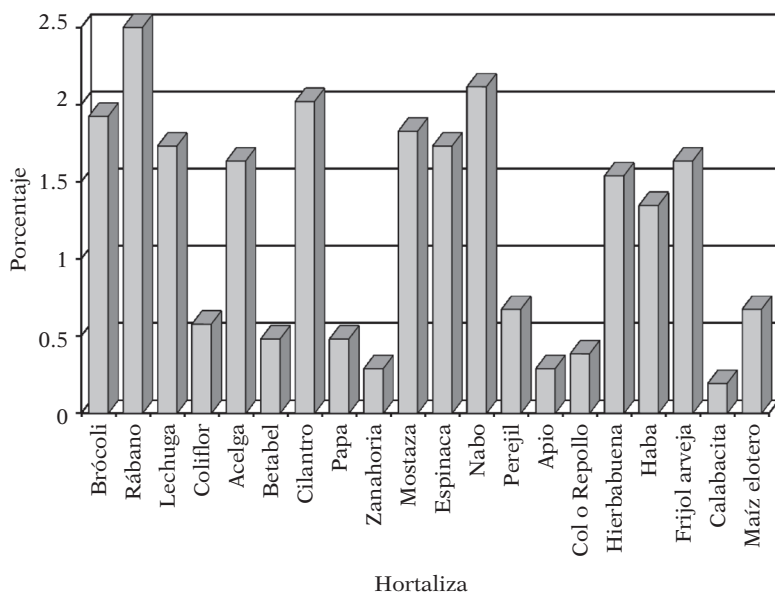
En un diagnóstico de la producción hortícola de la región de los Altos se señala que las principales hortalizas de la región son: papa, col,<sup>1</sup> rábano, betabel y zanahoria. Como productoras destacan las localidades de los municipios de Chamula, Larraínzar, San Cristóbal, Zinacantán y Teopisca, cuya superficie de siembra por municipio oscila entre las 100 y las 500 hectáreas (Montoya, 1998: 190). Estas superficies no se comparan con las destinadas en otras regiones o estados hortícolas del país.

En la microrregión de estudio, las unidades productivas muestran una gran diversidad productiva. Los datos que arroja nuestra investigación indican que se producen alrededor de 40 diferentes hortalizas; destacan por su cantidad el rábano, el cilantro, la acel-

<sup>1</sup> Productores y consumidores locales identifican esta hortaliza como repollo.

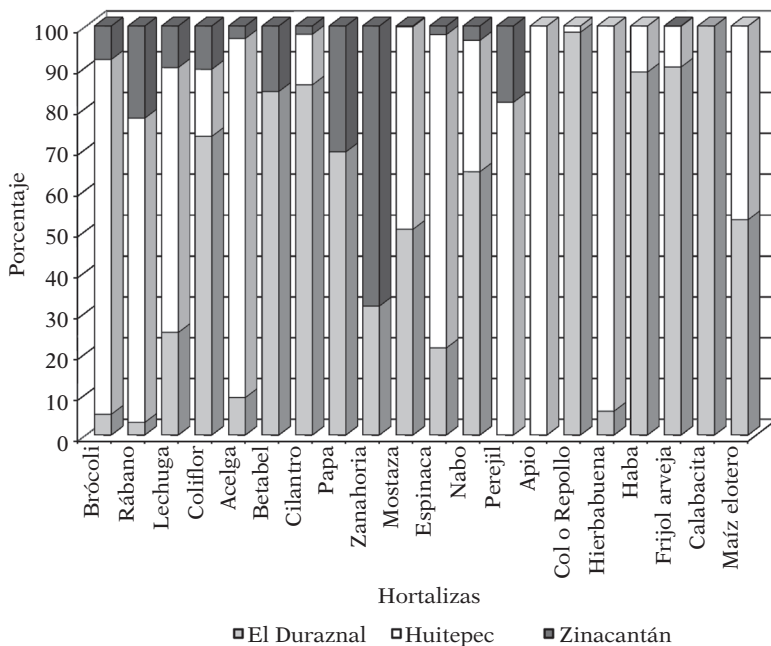
ga, la espinaca, el nabo, la lechuga y el brócoli (véase la gráfica 1). La superficie de cultivo de hortalizas fluctúa entre las 200 hectáreas. La producción de hortalizas de las localidades de la zona poniente de San Cristóbal se complementa con la producción de otras zonas o municipios de la región, como es el caso de San Juan Chamula, que cultiva principalmente papa, zanahoria y col.

GRÁFICA 1  
PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS EN SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS  
(2006)



Es importante señalar que en las localidades estudiadas existe cierto nivel de especialización para la producción de un determinado tipo de hortalizas, misma que es reconocida en la central de abastos de Tuxla Gutiérrez. Así, en el caso de la zona de Huitepec se registra una clara orientación hacia la producción de brócoli, rábano, acelga, espinaca y apio, en tanto que la zona de El Duraznal se orienta a la producción de calabacita, col, cilantro y coliflor. Por su parte, las localidades de Zinacantán comparten hasta cierto punto el patrón productivo de Chamula al orientarse a la producción de zanahoria, papa y, en menor medida, rábano, betabel y perejil.

GRÁFICA 2  
 PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS EN LA ZONA PONIENTE DE  
 SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS (2006)



En la región de estudio además de cilantro, papa y rábano, se produce de manera importante acelga, brócoli y coliflor; todos ellos con gran demanda en el mercado local (véanse las gráficas 3 y 4).

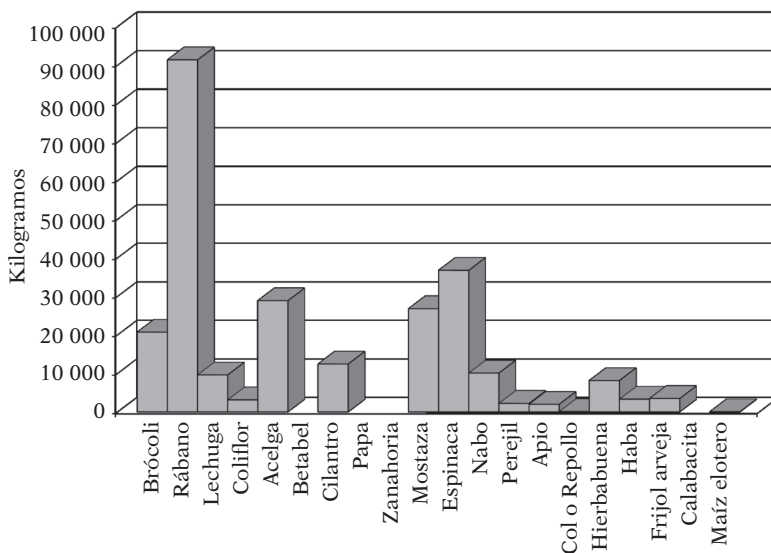
El sistema de cultivo de hortalizas que se desarrolla en las localidades de la periferia de San Cristóbal es, fundamentalmente, de carácter tradicional y se combina con elementos de la tecnología moderna. La producción está a cargo de pequeñas parcelas cuyo tamaño promedio no supera el cuarto de hectárea. En estas minúsculas parcelas, a menudo puede observarse el cultivo de cinco o más diferentes tipos de hortalizas. Al interior de la parcela o solar, la diversidad de la producción se exhibe como un mosaico de tonos multicolores, ya sea por la rotación o la diferenciación de cultivos. Esta diversidad, aunada al adecuado manejo de los ciclos del cultivo, estaría mostrando un alto grado de intensificación del uso del suelo para la producción de hortalizas, obteniendo en algu-

nos casos tres o cuatro cosechas secuenciadas de diferentes productos durante el año.

*Configuración del área hortícola*

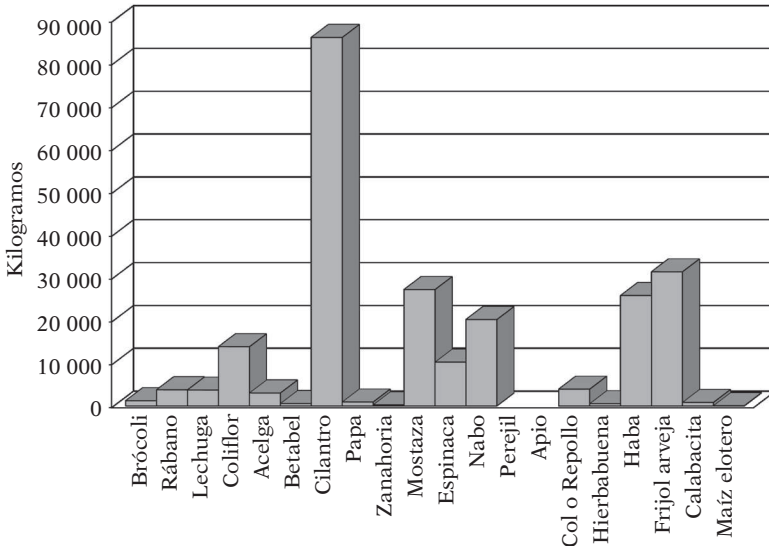
La orientación de la microrregión hacia la producción de hortalizas en los años recientes fue posible al conjugarse una serie de estrategias impulsadas en diferentes momentos, principalmente por instituciones gubernamentales como el Instituto Nacional Indigenista y el Programa de Desarrollo Socioeconómico de los Altos de Chiapas (Prodesch), mismas que fueron retomadas por los campesinos indígenas de la región. Estas actividades por su carácter y dirección implicaron importantes transformaciones en las prácticas productivas y comerciales.<sup>2</sup>

GRÁFICA 3  
PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS POR CORTE EN LA ZONA DE HUIITEPEC (2006)



<sup>2</sup> Desde los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, el Instituto Nacional Indigenista, a través del Centro Coordinador de San Cristóbal, promovió la siembra de frutales así como de hortalizas en los municipios de la región.

GRÁFICA 4  
 PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS POR CORTE EN LA ZONA  
 DE EL DURAZNAL (2006)



Las condiciones agroecológicas en las que ha tenido lugar la actividad hortícola están definidas por la existencia de suelos de montaña ricos en materia orgánica proveniente de las zonas de bosque que aún existen en la región, así como por un sinnúmero de ojos de agua que brotan de las faldas del volcán conocido como Huitepec, a escasos tres kilómetros de la zona urbana. De las aguas de estos manantiales se surten diversas localidades, principalmente de los municipios de Zinacantán y San Cristóbal, quienes comparten el área de ubicación de este cerro.

Se calcula la existencia de unos 50 manantiales en los alrededores del volcán que mantienen aforos diferenciados, por lo que se podría considerar que el cerro está ubicado sobre una gran fuente de agua. Entre las principales localidades que hacen uso de este recurso se encuentran: Santa Anita Huitepec, Ocotál Huitepec, San Felipe, Zacualpa, así como las de San Nicolás, Bochojvo Alto y Bochojvo Bajo en el municipio de Zinacantán; en la producción hortícola destacan las localidades de Zacualpa, Huitepec y San Nicolás.

Otra situación, en relación con las fuentes y formas de acceso al agua para el cultivo de hortalizas, es la vivida por las localidades

ubicadas en la llamada zona de El Duraznal, localizada en la parte sur poniente de la ciudad de San Cristóbal. Esta zona se había caracterizado, a diferencia de la zona del volcán Huitepec, por el desarrollo de una agricultura de temporal debido a la inexistencia de ojos de agua o manantiales. En su lugar, y para resolver la necesidad de agua para usos domésticos, las localidades obtenían el líquido de pequeñas lagunas naturales existentes en el área, las cuales se surten en la temporada de lluvia y disminuyen sensiblemente su nivel durante la época de estiaje.

Esta zona empezó a destacar en la producción de hortalizas y otros cultivos en los años noventa debido a la afluencia de indígenas migrantes de los municipios de Chamula y Zinacantán, quienes diseñaron estrategias para utilizar las aguas residuales de San Cristóbal y que son descargadas en los ríos Fogótico y Amarillo, y canalizadas al túnel de desagüe construido hace más de 30 años para resolver problemas de inundaciones en el valle de San Cristóbal. Con estas aguas, los indígenas han desarrollado todo un sistema de canales rústicos que permite a diversas localidades contar con el líquido necesario para transformar la dinámica productiva de la zona y orientarla hacia la producción de cultivos que tienen una alta demanda en el mercado (García y Martínez, 2007:144).

El acceso al recurso agua por parte de los productores tiene como base los acuerdos internos que se dan en cada una de las localidades. Los ojos de agua o manantiales tienen actividad durante prácticamente todo el año, aunque en la época de estiaje la cantidad de agua disponible disminuye y afecta, en parte, la actividad productiva local. Para el acceso al recurso, los agricultores conducen el líquido desde el manantial hasta las parcelas, mediante mangueras que se apoyan en diversas piletas o depósitos, desde donde, posteriormente, es utilizada.

En la mayoría de las localidades, los productores combinan la producción de hortalizas con la de flores y frutales, ya sea mediante huertos o invernaderos establecidos o construidos de manera rústica. En lo que respecta a la producción de hortalizas, por lo general ésta se desarrolla en pequeñas parcelas, no muy distantes de las casas de los productores o en los solares mismos.

#### *Uso de abonos naturales*

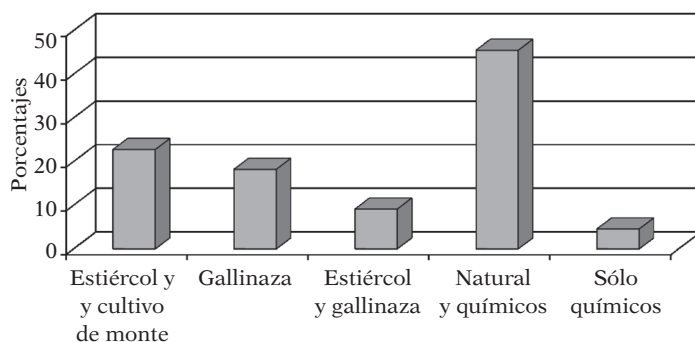
La atención de la actividad hortícola implica un complejo proceso de organización de la unidad productiva y de adopción de decisiones en la que participan todos los integrantes de la familia. Estas

decisiones, que giran en torno a la organización del trabajo, consideran entre otros aspectos, la manera de garantizar los nutrientes a los cultivos, el acceso y uso adecuado del recurso agua, los necesarios acuerdos con la comunidad para el uso de este bien común, las decisiones relativas sobre cuál hortaliza sembrar y cuándo, la adquisición de los insumos correspondientes o la manera de participar en el mercado de hortalizas.

Para sostener este nivel de intensificación y mantener la producción adecuada y la calidad del producto, los horticultores deben garantizar a las parcelas la reposición de los nutrientes que esta situación implica. En nuestro estudio detectamos que, para esta reposición, un importante número de productores utiliza abonos o residuos orgánicos mediante el uso de los desechos o estiércol proveniente de los animales domésticos del propio solar, como cerdos, aves o borregos, junto a otro importante grupo que combina estos residuos con algún tipo de químicos (véase la gráfica 5).

Al parecer entre los productores existe la convicción de la importancia de usar de abonos naturales para producir la hortaliza, porque así lo demanda el mercado y por ello parece haberse convertido en una práctica generalizada en la región de estudio. Cuando el tamaño de la parcela es mayor y resulta insuficiente el uso del estiércol generado en el solar, la estrategia consiste en adquirir gallinaza en las granjas avícolas existentes en la ciudad de San Cristóbal, actividad que se constituye en una forma de articulación de la producción hortícola con las actividades económicas de la ciudad.

GRÁFICA 5  
FORMAS DE FERTILIZACIÓN EN LA PRODUCCIÓN  
DE HORTALIZAS (2006)





En lugares como El Duraznal y en el poblado de San Nicolás del municipio de Zinacantán, se emplea principalmente la gallinaza; no así en las localidades de Huitepec, donde se prefiere usar el estiércol combinado con el cultivo de monte. Pese al importante nivel de utilización de abonos naturales, en muchos casos se aplican, además, fertilizantes de origen químico bajo el supuesto de que garantiza un mejor desarrollo y presentación de la hortaliza.

Esta práctica de utilizar abonos naturales, al menos en parte de la producción hortícola de esta región, lo que podría ser catalogada como una aparente orientación hacia la producción orgánica, es el resultado de la activa promoción realizada por algunas instituciones gubernamentales. De hecho, forma parte de una de las características de los sistemas de producción campesina, los cuales consisten en un uso integral de los recursos disponibles al interior de las unidades familiares, lo cual podría configurar una tendencia al uso sustentable de los recursos disponibles. Sin embargo, no existe garantía de que tal producción así obtenida adquiera el carácter de orgánica, toda vez que no existe el control ni la verificación de que los abonos naturales utilizados no contengan sustancias tóxicas.

La práctica del uso de abonos naturales, siendo en principio correcta, presenta algunos problemas, pues a menudo los productores que utilizan este tipo de abonos para la reposición de nutrientes, emplean abonos químicos para el combate de plagas y enfermedades. De igual modo, productores que a menudo se esfuerzan en el uso de abonos naturales en su parcela de hortalizas son vecinos de productores de flores que aplican altas dosis de fertilizante foliar en sus invernaderos y contaminan las parcelas del productor de hortalizas. Hace falta, por lo tanto, un seguimiento más puntual, así como la asesoría necesaria a los productores para garantizar la producción y certificación de las hortalizas como productos orgánicos.<sup>3</sup>

#### EL MERCADO: CONFIGURACIÓN DE NUEVAS REDES DE CONSUMIDORES

En los últimos 20 años la situación y el contexto de las economías campesinas en el país se han transformado. Si bien en las zonas ru-

<sup>3</sup> Se entiende por producto orgánico al producido libre de insumos químicos o sintéticos y que minimiza la toxicidad de éstos sobre los alimentos. Puede ser también un producto generado bajo condiciones ecológicas.

rales la presencia y práctica del intermediarismo sigue siendo un fenómeno presente, hoy, sin el contrapeso que en otro momento jugó el Estado, en diversas regiones se han desarrollado experiencias de participación directa en procesos de mercado que han permitido la consolidación de experiencias autogestivas y que, en muchos casos, buscan atender las señales y exigencias del mercado.

Frente a la red convencional de mercado que significa el fenómeno del intermediarismo hoy en día, en el contexto de las transformaciones que se vienen observando en las sociedades rurales, las redes de mercado tienden a adquirir otras connotaciones determinadas por los flujos de nuevas y variadas informaciones que incluye el reconocimiento de nichos de mercado, gustos de los consumidores, lugares potenciales de demanda, precios y demás variables que expresan las tendencias del mercado, todo ello como consecuencia del impacto de las tecnologías de la información en las zonas rurales, sobre todo en los sectores de población más informados.

#### *Pertinencia y actualidad del enfoque de redes*

En un sentido moderno y desde los enfoques actuales, las redes constituyen una forma de coordinación social que combina la existencia de organismos autónomos y la interdependencia, en donde la estructura de la red se caracteriza por ser flexible, horizontal e informal. Así, con la complejidad y diversidad de las sociedades contemporáneas, surge como una necesidad la coordinación e integración de los actores participantes, dando como resultado redes de cooperación e intercambio. El análisis de las redes sociales normalmente busca reconocer el conjunto de vínculos entre nodos o elementos relacionales.

En este trabajo, para el análisis de las relaciones de mercado que mantienen los productores hortícolas de las localidades de la periferia de San Cristóbal, utilizamos el concepto de red en su forma más básica, reconociendo que éste hace referencia a un campo social constituido por relaciones entre personas, en la que existe una corriente de intercambio recíproco y asumiendo, de acuerdo con que en un contexto amplio, implica una organización social que coordina actores autónomos, quienes voluntariamente intercambian información, bienes o servicios con el fin de lograr un resultado conjunto.

De ahí que resulte relevante plantearnos, en este sentido, algunas preguntas para la reflexión: ¿qué significa hoy para la producción campesina participar e insertarse en los espacios de mercado?, ¿cuá-

les son las tendencias del mercado en el caso de la producción de hortalizas y cuáles son las posibilidades que tienen los campesinos para participar?, ¿qué cambios son los que será necesario desarrollar tanto en las prácticas productivas como en las formas de organización en las localidades?

Como parte de las estrategias desarrolladas por diversos grupos de campesinos para hacerse de ingresos estables, se puede reconocer la incorporación de valor agregado a la producción, situación que en muchos casos ha contado con el respaldo de instituciones gubernamentales. Esta acción institucional es desarrollada bajo la lógica de apoyar proyectos productivos respaldados por procesos de organización, principalmente de mujeres, bajo el supuesto de que a partir de ello es posible abrir e insertarse en el mercado y acrecentar los ingresos de las familias.

Una tendencia en el consumo, observada desde los años noventa y que se mantiene en la actualidad (particularmente en sectores de población de ingresos medios y altos de países industrializados), es la demanda de alimentos sanos y libres de contaminantes, tendencia que también incorpora a grupos de población informados y con adecuado nivel de ingresos en los países productores. Ello configura, para diversos productos, nichos de mercado a los que sólo pueden acceder aquellos productores que han iniciado tiempo atrás un conjunto de cambios en las prácticas productivas al interior de sus parcelas.

La tendencia señalada ha llevado a que en diferentes partes del país se inicien procesos de transformación de los espacios agroproductivos mediante el impulso de la producción, bajo criterios sostenibles, en torno a diversos cultivos, destacando el café, el cacao y las hortalizas, para responder a dicha demanda. Por su importancia en la dieta diaria de los consumidores, las hortalizas orgánicas que se producen en estos espacios, adquieren relevancia en la configuración de la oferta de productos que demandan los consumidores.

Aunque el mercado de consumidores de productos sanos es aún incipiente en el país, también tiende a configurarse como una opción de mercado y consumo entre la población urbana, sobre todo para los sectores que después de adquirir conciencia sobre los beneficios de consumir alimentos sanos, se dan a la tarea de buscar y participar de la adquisición de este tipo de alimentos. Así, bajo la forma de redes de consumidores o de tianguis de productos orgánicos se empieza a configurar, en diferentes estados de la república, un mercado estable de consumidores, cuyos promotores se

plantean como uno de sus objetivos mantener una estrecha relación con los productores orgánicos.<sup>4</sup>

De este modo, participar en el mercado, hoy por hoy, implica atender las demandas que plantean los consumidores, es decir, insertarse en procesos de mercado alternativos. Para los consumidores significa establecer mecanismos de coordinación con los grupos de productores, o artesanos, buscando impulsar cambios profundos en sus sistemas productivos. Para los productores implica vincularse a redes de diversa naturaleza (con instituciones, para la innovación tecnológica, de consumidores) para garantizar el flujo de la información que pueda incidir en los cambios necesarios al interior de las unidades productivas.

#### *La ciudad de San Cristóbal como mercado principal*

La inserción de la producción campesina en los espacios de mercado siempre ha sido un problema. Para los campesinos y, en particular, para los más pobres, las formas y estrategias para participar en los espacios de mercado y garantizar que ésta se traduzca en un ingreso remunerativo, ha implicado sortear los mecanismos que expresan la expropiación de su trabajo. Diversos trabajos han documentado el papel y la centralidad que históricamente ha desempeñado en los espacios rurales el fenómeno del intermediarismo, al que se señala como un fenómeno pernicioso. No obstante, los intermediarios, como eslabones o nodos de una compleja red de mercado rural, son los que hacen posible que las áreas rurales se vinculen a los mercados.

Dependiendo de las condiciones y experiencias locales, podemos reconocer la posibilidad de al menos tres mecanismos de participación en el mercado por parte de un pequeño productor: la utilización de la intermediación que no implica mayor responsabilidad que vaya más allá de la entrega a los agentes del mercado; la venta individual y directa al consumidor, modalidad que opera en los mercados simples, y la coordinación con otros productores para ofertar calidad y mayores volúmenes. Las opciones que impliquen la colocación directa de sus productos en los espacios de mercado, ya sea individual o colectiva, son alternativas costosas, pues

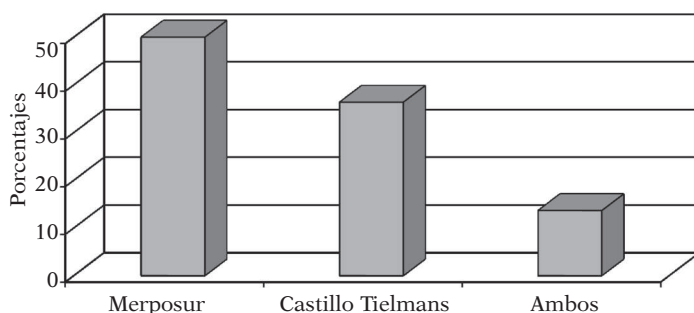
<sup>4</sup> Tianguis y mercados orgánicos con estas características se pueden reconocer en los estados de Veracruz, Estado de México, Tlaxcala, Jalisco, Oaxaca y Baja California Sur. En general son los que conforman la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos.

implica asumir no sólo los costos de traslado sino también la promoción directa de la producción en el mercado. Así, las posibilidades de una relación directa entre productores y consumidores son, más bien, un buen deseo cuya concreción implica un gran esfuerzo para el productor.

La producción hortícola regional, hasta ahora, ha tenido un mercado garantizado constituido en parte por la creciente demanda generada por la población de San Cristóbal de Las Casas. Esta ciudad, de hecho, históricamente ha mantenido relaciones de intercambio con los municipios y comunidades aledañas para la comercialización de la producción agrícola, tendencia que se ha visto reforzada debido al crecimiento registrado en los últimos años como resultado de la afluencia de población de diversos orígenes y su consolidación como centro turístico.<sup>5</sup>

El crecimiento de la ciudad ha significado la multiplicación y desarrollo de un sistema de mercados o centros de abastecimiento que es utilizado por parte de la población local. Podría decirse que prácticamente existe un centro de abasto por cada punto cardinal de la ciudad, donde confluye buena parte de la producción agrícola de la región. A estos mercados concurren muchos de los productores a ofertar, directamente, los productos cuando lo que se ofrece son pequeños volúmenes, o bien se le entrega a los intermediarios

GRÁFICA 6  
COMERCIALIZACIÓN DIRECTA DE LA HORTALIZA EN MERCADOS  
DE SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS (2006)



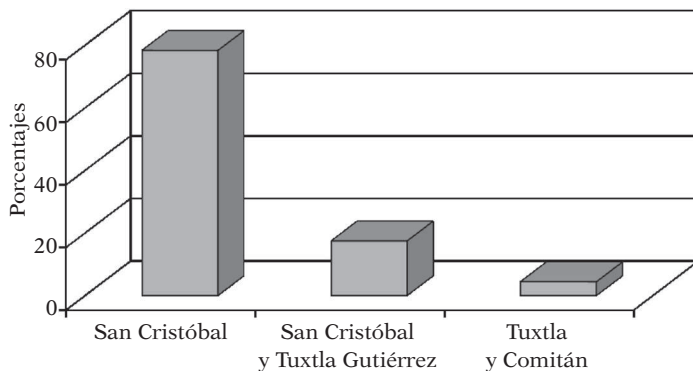
<sup>5</sup> Entre 1990 y 2000, la ciudad pasó de 50 mil a 90 mil habitantes. Por su parte Montoya (1998), estima que la afluencia turística de la ciudad en 1995 era de más de 200 mil paseantes al año. Datos recientes para el año 2005 estiman que la afluencia anual de turistas es de alrededor de 400 mil.

cuando por los volúmenes obtenidos, el productor se ve obligado a vender a estos agentes del mercado. Una opción adicional de mercado para la producción local son las cadenas comerciales, que han empezado a expandirse en San Cristóbal, que garantizan comodidad al consumidor pero no garantizan diversidad de productos.

La ciudad de San Cristóbal es el principal mercado de destino de 90 por ciento de la producción local. En esta participación influye tanto la cercanía como el hecho de ser el centro urbano más importante de la región. No obstante, la actividad hortícola regional está siendo capaz de penetrar, además, mercados importantes como el de Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo y Comitán, ciudades que por la corta distancia, el desarrollo de la infraestructura carretera y el mercado potencial que significa la cantidad de habitantes que concentran, son factores que resultan atractivos para los intermediarios.

Así, la producción hortícola regional abastece también a los principales mercados urbanos de Chiapas. De acuerdo con información de la Central de Abastos de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, de la región de los Altos proviene buena parte de la hortaliza que se distribuye en los mercados de la capital. Cilantro y rábano son los productos que fluyen a la central de manera regular durante todo el año, también chayote sin espina, suministro que comparte con la región centro. Otras hortalizas que también se canalizan hacia Tuxtla Gutiérrez son el ejote y la acelga, abastecimiento compartido con las hortalizas procedentes de Puebla.

GRÁFICA 7  
DESTINO DE MERCADO DE LA HORTALIZA REGIONAL (2006)



*Persistencia del intermediarismo*

El intermediarismo constituye el mecanismo principal por medio del cual la producción regional de hortalizas se distribuye a la ciudad al poseer una unidad de transporte; los contactos con los expendios en los mercados urbanos establecen compromisos y pactan con los productores los precios, plazos y volúmenes de entrega de determinado producto, el cual normalmente recogen a pie de parcela o en la carretera. Para garantizar el abasto a los mercados de los principales centros urbanos de Chiapas, los intermediarios han establecido rutas y horarios precisos para la entrega, actividad que por su carácter se realiza a temprana hora.

El fenómeno del intermediarismo es, al parecer, intrínseco a los procesos de mercado. El reciente desarrollo de infraestructura carretera y caminos pavimentados en la zona ha facilitado el acceso de los *brokers* o intermediarios a las comunidades de la zona hortícola contigua al volcán Huitepec.

Para un productor a pequeña escala resulta relativamente sencillo pactar la entrega de su producción al intermediario, si ello le resuelve el problema de la comercialización. Para la venta de la producción de hortalizas, el productor tiene que garantizar las condiciones que impone el intermediario en términos de volúmenes a entregar y condiciones de empaque. En el caso de las familias que obtienen bajos niveles de producción, los productores optan por la venta directa al mercado con la finalidad de obtener un mayor ingreso, no obstante que ello les implique pagar el correspondiente transporte.

Si los volúmenes son mayores, el productor no necesita del intermediario ya que generalmente cuenta con alguna unidad de transporte que le permite entregar, directamente, su producción a los expendedores. En este caso, a menudo el mismo productor es a su vez intermediario, al adquirir la producción de quienes producen a una escala menor. No obstante éste es un sector relativamente pequeño.

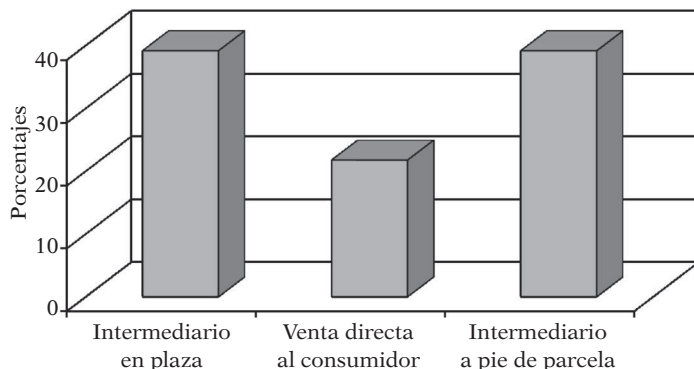
De ahí que generalmente la pequeña producción prefiera recurrir a los intermediarios para colocar su producción, a pesar de los bajos precios de compra. Los arraigados mecanismos de intermediación siguen siendo “la patente de corzo” de la mayor parte de las zonas campesinas. Es quizá el mecanismo más utilizado por los productores, pese a la satanización de que socialmente han sido objeto. El intermediarismo es, de hecho, la red comercial más importante que permite que, si existe demanda, la producción sea

colocada en el mercado y no se traduzca en pérdidas para los productores. Es, por así decirlo, un “mal necesario” para el funcionamiento de la economía capitalista en las regiones rurales, más aún si éstas se ubican en lugares aislados o de difícil acceso.

Una estrategia que podría contrarrestar esta situación sería la existencia de acuerdos para la comercialización conjunta entre los productores. Sin embargo, en nuestra investigación, en ninguna de las localidades de estudio encontramos procesos de organización o algún nivel de acuerdo entre los productores para negociar mejores condiciones de precios a partir de la entrega de grandes volúmenes. Como parte de la lógica de la producción campesina, los productores consideran más práctica la venta a los intermediarios, pues la organización implica dedicarle tiempo y superar las desconfianzas que a menudo existen entre ellos. Cuando los niveles de producción que se obtienen son pequeños y no se mantiene la periodicidad u ocurrencia que demandan los intermediarios, por lo general la comercialización de hortalizas se realiza de manera directa en el mercado por parte de los productores, actividad que a menudo recae en las mujeres.

Resulta claro, entonces, que la vía más importante para la comercialización de la producción regional de hortalizas está definida por el fenómeno de la intermediación. Sea mediante la venta del producto a pie de parcela, o bien por la vía de la entrega a mayoristas en los centros de abasto, los campesinos aprovisionan a los diversos mercados, así como a las tiendas de autoservicio. La comercialización directa, individual u organizada, a partir del reconoci-

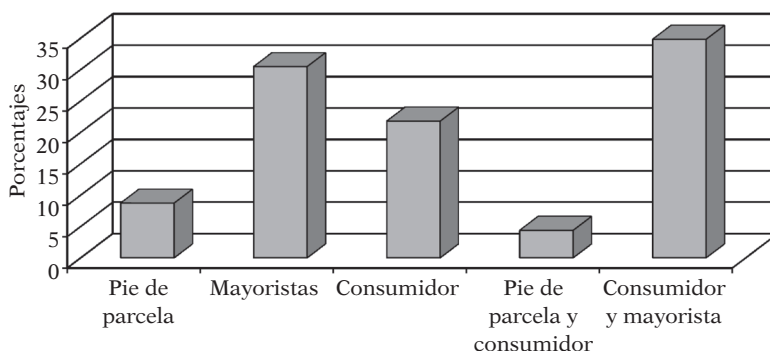
GRÁFICA 8  
INSERCIÓN AL MERCADO DE LA HORTALIZA REGIONAL (2006)





miento que pudiera tener la producción de hortalizas en el traspaio campesino o por la incorporación de prácticas sustentables a la producción, es hasta hoy una estrategia relativamente aislada y marginal entre estos productores.

GRÁFICA 9  
MECANISMOS DE ENTREGA DE LA HORTALIZA  
POR PRODUCTORES DIRECTOS (2006)



En la actualidad es posible reconocer una tendencia, desde las localidades productoras, al desarrollo de prácticas orgánicas en la producción de hortalizas, pero esta inclinación hasta el momento no es lo suficientemente reconocida ni valorada por parte de los consumidores. También empieza a expresarse la inquietud de iniciar procesos de organización para la producción y mercado de productos sanos, principalmente en torno a la producción de hortalizas. Estas iniciativas buscan vincular directamente a productores y consumidores, con el objetivo de garantizar una alimentación sana y responsable, así como impedir la contaminación de suelos y acuíferos, proceso al que están contribuyendo organizaciones de consumidores como la Red de Consumo Responsable, de reciente formación.

#### *Nichos de mercado emergentes*

En años recientes ha surgido en el país un movimiento que busca impulsar entre la población el interés por el consumo responsable, mediante la ingesta de alimentos sanos y libres de residuos tóxicos. Esta tendencia, todavía incipiente, tiene su expresión organizada

más evidente en la red de tianguis orgánicos del centro del país, organización reciente, y que según Sánchez *et al.* (2006) tiene entre sus objetivos influir sobre las preferencias y decisiones de compra de los consumidores. De este esfuerzo participa, en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, la Red de Consumo Responsable (RCR), conocida también como la “Canasta orgánica”. Este proyecto inició formalmente sus esfuerzos en julio de 2005 y ha venido construyendo una experiencia local de consumo de productos sanos, entre un sector de consumidores que se identifica con los propósitos de esta iniciativa.

Entre los objetivos de la red está promover el consumo de productos agrícolas limpios que contribuyan a mejorar la salud y calidad de vida de los integrantes de la red, acercar a los consumidores con pequeños productores locales y grupos organizados en una relación de mutuo beneficio basado en la confianza y en la comunicación, así como fortalecer valores relacionados al cuidado del medio ambiente a través del consumo responsable, toda vez que pese a los incentivos económicos existen todavía impedimentos importantes para que los campesinos que vienen haciendo esfuerzos para dejar la producción agrícola convencional, puedan acceder a los mercados orgánicos (Visser y Berdegué, s.f.).

El trabajo de la red consiste en garantizar, semana a semana, una dotación de productos que el consumidor define con antelación, mediante un menú de productos que los encargados de la red abastecen una semana después. Sobre la base de estos pedidos familiares, los responsables establecen la cantidad total de cada uno de los productos señalados en los pedidos, los cuales son, a su vez, solicitados a los productores directos, quienes se comprometen a suministrar las cantidades totales a la red para la integración de las canastas (pedidos), horas antes de ser entregadas a cada una de las familias consumidoras.

Este proceso se repite semanalmente. Mediante la red se solicitan en promedio 30 pedidos integrados con más o menos diez productos diferentes y un costo cercano a 150 pesos por canasta. Un logro importante es que la Red ha podido ampliar la oferta de productos a más de 40, entre los cuales se encuentran no sólo frutas y hortalizas, sino también setas, queso, leche, huevo, tortillas, conejo, café, pan, miel y granola, productos que son distribuidos por un total de 14 agricultores y organizaciones de productores de la región. La red ha establecido precios fijos para cada producto. Al precio establecido se agrega un sobreprecio de tres por ciento destinado a compensar la operación de la red, así como el trabajo adi-

cional o esfuerzo del productor por ofrecer, en lo posible, un producto libre de residuos tóxicos.

Después de más de dos años del funcionamiento de esta iniciativa, podemos identificar que sus principales logros son dos: la consolidación de un sector de consumidores constituido por más de 120 familias adheridas a la RCR y los vínculos que mantienen con un grupo de campesinos de la zona volcán del Huitepec, entre quienes se ha fortalecido la convicción de desarrollar prácticas orgánicas en la producción de hortalizas. La experiencia acumulada permitió iniciar, recientemente, la propuesta de un tianguis como vía para mantener el intercambio entre productores y consumidores, retomando la experiencia desarrollada por la red de Tianguis y Mercados Orgánicos del centro del país, con los cuales la red mantiene una estrecha relación para el intercambio de experiencias. Esta iniciativa ha sido bien vista por los productores y por los consumidores.

No obstante, la red también tiene importantes retos que resolver para que la experiencia se proyecte y consolide como una iniciativa exitosa en su nueva fase de tianguis orgánico. En primer lugar, se trata de garantizar al consumidor la calidad e inocuidad de los productos ofertados, en particular de las hortalizas pues, como ya se analizó, pese al interés de los productores por el uso de abonos naturales, no existe garantía de que la producción esté libre de tóxicos, por lo que resulta importante el diseño de una estrategia para iniciar la certificación de la producción.

Por otro lado, es importante ponderar el papel que puede tener la experiencia desarrollada por la red para ampliar la oferta de productos orgánicos, tanto en relación con la diversidad como con los volúmenes. Esto implica reconocer las potencialidades que podría tener la producción regional de hortalizas orgánicas e involucrar a más productores en la transformación de sus prácticas productivas para que puedan acceder a estos espacios alternativos de mercado.

## CONCLUSIONES

La producción de hortalizas para el mercado en las localidades de la periferia de San Cristóbal se configura como una de las opciones importantes que tienen los campesinos de la región para obtener ingresos frente a una situación de carencia de oportunidades en el medio rural. Lo anterior, debido a la posibilidad de contar

con un recurso natural básico como el agua para riego y suelos de montaña ricos en materia orgánica.

La hortaliza producida en la región es en pequeña escala y su mercado es local. Por las características y condiciones en que se desarrolla, la actividad hortícola regional, no está en condiciones de producir a gran escala e incidir de manera importante en mercados extra-locales al de la ciudad de San Cristóbal. A pesar de ello, es una alternativa económica y de empleo para las familias indígenas, ya sea que se dediquen a la producción o a la comercialización.

Existe una tradición hortícola en la zona poniente de San Cristóbal que se configuró desde mediados del siglo pasado como resultado del apoyo brindado por diversas instituciones gubernamentales tendientes a reforzar la dieta de las familias indígenas de la región. Pero el auge relativo observado en los últimos quince años, se debe a las posibilidades que ofrece la ciudad de San Cristóbal no solamente por el crecimiento poblacional, sino por su consolidación como polo turístico de Chiapas.

Para la inserción en el mercado, los mecanismos convencionales siguen siendo la vía más importante que desarrollan los productores, como son el intermediarismo y la entrega de la producción a mayoristas. No obstante, empiezan a configurarse nuevas opciones de mercado que involucran a productores y consumidores en las que se incorporan formas de coordinación basadas en relaciones de respeto, colaboración y trato justo.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ALEMÁN, T. y M. LÓPEZ (1989), "Los sistemas de producción agrícola", en M. Parra, *El subdesarrollo agrícola en la región de Los Altos de Chiapas*, México, UACH/Ecosur, pp. 153-237.
- ANUARIO ESTADÍSTICO DE FRUTAS Y HORTALIZAS (2006), Sistema Nacional de Información e Integración de Mercados, Central de Abastos, Tuxtla Gutiérrez.
- GALVÁN-MIYOSHI, Y. (s.f.), "Cronología de la red de consumidores responsables 'comida sana y cercana'", San Cristóbal de Las Casas, mimeo.
- GARCÍA, A. y A. MARTÍNEZ (2007), "La producción indígena-hortícola en la zona sur de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas: ¿viejas y nuevas formas de desarrollo rural?", en A. Cruz, C. Ramírez, M. Núñez y M. Macossay (coords.), *Desarrollo rural*

*regional, hoy, tomo III: Actores y experiencias*, México, Universidad Autónoma Chapingo, pp. 129-146.

MONTOYA, G. (1998), "Participación de los productores en el mercado regional de hortalizas en Los Altos de Chiapas: el caso de la papa", en M. E. Reyes, R. Moguel y G. van der Haar (coords.), *Espacios disputados, transformaciones rurales en Chiapas*, México, Ecosur/UAM-X, pp. 187-209.

SÁNCHEZ L., R. SCHWENTESIUS y M. A. GÓMEZ (2006), *Red mexicana de tianguis y mercados orgánicos*, Chapingo, CIESTAAAM.

VISSER, I. y J. BERDEGUÉ (s.f.), "Acceso de campesinos a mercados orgánicos", síntesis de conferencia electrónica, en *Debate Agrario*, núm. 134, <[www.GrupoChorlavi.org/organicos](http://www.GrupoChorlavi.org/organicos)>.



# EL NUEVO AUGE EXPORTADOR DEL AGUACATE MEXICANO: ¿QUIÉNES PARTICIPAN?

*Flavia Echánove\**

## RESUMEN

México constituye el principal productor y exportador de aguacate en el nivel mundial. Ésta es la fruta que mayor dinamismo ha presentado en este país durante los últimos años, debido al auge exportador detonado por la apertura del mercado estadounidense a fines de 1997. El presente artículo tiene como objetivo contribuir al conocimiento de las cadenas globales de valor, por medio del análisis de los agentes que están involucrados en dicha exportación hacia Estados Unidos, particularmente las empresas alimentarias y los productores; de los beneficios obtenidos tanto por éstos como por otros participantes en la cadena (directa o indirectamente), y de los efectos que esa nueva actividad está teniendo en el medio ambiente. Entre los hallazgos de la investigación figura el hecho de la gran concentración de los beneficios del auge exportador, básicamente en seis empresas multinacionales, de las cuales tres representan consorcios alimentarios globales. Sin negar los beneficios habidos para las firmas mexicanas, los productores participantes y el empleo en general, los efectos que el auge mencionado está teniendo en el medio ambiente nos llevan a cuestionar su sustentabilidad.

## INTRODUCCIÓN

América Latina está experimentando un profundo proceso de reestructuración agrícola como parte de su transición de un modelo

\* Investigadora del Instituto de Geografía Económica de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: <echanovef@yahoo.com>.

orientado hacia adentro, sustitutivo de importaciones, a otro enfocado en el desarrollo hacia fuera y la liberalización comercial (Llambi, 1994a:184). En dicha reestructuración han desempeñado un papel importante tanto las grandes empresas transnacionales como las agencias internacionales (Banco Mundial [BM], Fondo Monetario Internacional [FMI]), las cuales desde la década de 1980 han impuesto políticas de ajuste estructural a los países deudores del Tercer Mundo (Raynolds, 1997:122; Haubert, 1997:14; McMichael, 1998:125; Llambi, 1994b:193).

Los efectos negativos de la globalización y de las mencionadas políticas de ajuste en la agricultura familiar latinoamericana han sido copiosamente demostrados por diversos autores (Llambi, 2000; Kay, 2000; Korten, 1993; Weeks, 1995; Nadkarni y Vediti, 1996; Vunderink, 1991; Fritscher y Steffen, 1991; Crabtree, 2002; Preibisch *et al.*, 2002; García, 2002; Echánove y Steffen, 2003). En el caso específico de México, las principales medidas aplicadas al sector agropecuario desde mediados de los años ochenta han sido el retiro del Estado de la esfera de la producción, comercialización, financiamiento y servicios sectoriales; la apertura comercial y la reforma legal en la tenencia de la tierra (Echánove, 2005:15). El nuevo paradigma económico sacrificó la autosuficiencia alimentaria por el principio de las ventajas comparativas, priorizando la exportación de productos en los que el país es competitivo (hortalizas, frutas y flores) y desincentivando la producción interna de granos, los cuales se deciden adquirir a menores precios en el mercado internacional. Como resultado, México ha pasado de ser un país autosuficiente y exportador de estos bienes, a tener que cubrir mediante compras externas 40 por ciento de su consumo interno.

En contraste, la producción y exportación de hortalizas y frutas frescas se ha expandido de tal manera que en 2006 contribuyeron con casi la mitad del valor producido por el sector agrícola y con 93 por ciento del referente a sus exportaciones (Bancomext, 2007). Dentro de las frutas, la más relevante por sus envíos externos es el aguacate, en el que México ocupa el primer lugar en el nivel mundial por los volúmenes producidos y exportados (la tercera parte de los totales) (FAO, 2007). Otros exportadores relevantes son Chile, Sudáfrica, Israel y España, y entre los importadores destaca Francia, que adquiere la tercera parte de las compras mundiales de esa fruta, seguida por Estados Unidos.

El auge productivo y exportador del aguacate mexicano ha estado determinado por la apertura del mercado estadounidense, a fines de 1997, después de 83 años de cierre de sus fronteras a esa fru-



ta. Entre ese año y 2006, los volúmenes enviados a Estados Unidos se incrementaron en 1 788 por ciento, estando involucrados en esta actividad la tercera parte de los productores de aguacate y casi la mitad de la superficie cosechada de esa fruta.

El objetivo de este artículo es contribuir al conocimiento de las cadenas globales de valor; a través del estudio de caso del aguacate mexicano. Nos centraremos en el análisis de los agentes que están involucrados en su exportación hacia el mercado estadounidense, particularmente las empresas alimentarias y los productores; de los beneficios obtenidos tanto por éstos como por otros participantes en la cadena (directa o indirectamente), así como de los efectos que esa nueva actividad está teniendo en el medio ambiente y el empleo.

Para cumplir con esas metas, y dado que las agroindustrias constituyen el vínculo entre productores locales y mercados globales, apoyaremos nuestro análisis en un enfoque multiescalar (Bebbington, 2003; Gwynne, 2000, 2003), que nos permita ilustrar cómo las principales empresas, agentes del capitalismo global, están causando cambios en los niveles local y nacional en países que, como México, les brindan una relativa libertad para operar.

Elegimos como escenario el estado de Michoacán, donde se ubica la actividad productiva y exportadora de la fruta estudiada. Durante 2006-2007 realicé entrevistas a profundidad en las cinco empresas transnacionales exportadoras (ETN) (Calavo, Mission, Del Monte, Chiquita y Fresh Directions), en la chilena-mexicana Aztecavo, y en siete de las firmas mexicanas. La misma actividad se llevó a cabo con productores, funcionarios y técnicos del sector gubernamental, organizaciones de productores y empaques, y centros de investigación.

El primer apartado reseña la importancia del aguacate en Michoacán y, el segundo, los antecedentes y características de la apertura del mercado estadounidense. Un tercero examina la importancia, estrategias y beneficios de las agroindustrias exportadoras, mientras que el último se centra en los productores involucrados. En las reflexiones finales se comentan los efectos del auge exportador, en el marco de lo que ha significado la expansión de los productos no tradicionales en diversos países.

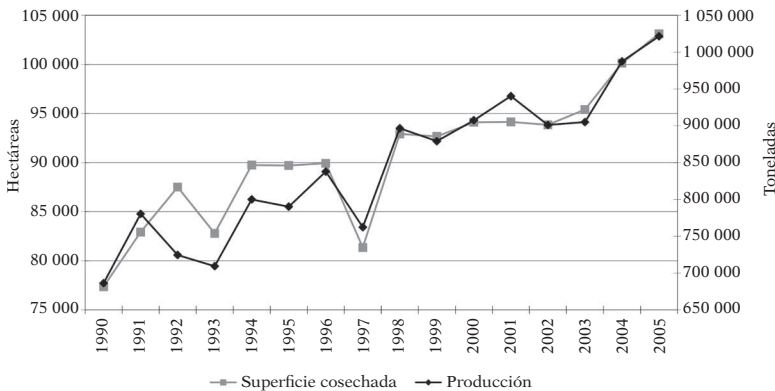
#### LA ACELERADA EXPANSIÓN DEL AGUACATE MICHUACANO

La producción nacional de aguacate fue muy variable durante 1990-1997, pero a partir de entonces y hasta 2005 presenta una ten-

dencia creciente, determinada fundamentalmente por la expansión de las superficies cosechadas (véanse la gráfica 1 y el cuadro 1). En ese último año, 90 por ciento de estas áreas se ubicó en Michoacán, el cual aportó similar porcentaje del volumen producido de esa fruta. Ésta se cultiva en 32 municipios de dicha entidad, pero los más relevantes son 11 de ellos, que conforman la llamada “franja aguacatera”, en la que se ubica 94 por ciento de la superficie cosechada de esa fruta (véase el mapa 1). La franja abarca 7 752 kilómetros cuadrados y forma parte del eje neovolcánico mexicano, donde la mayoría de las huertas están a una altura de entre 1 800 y 2 200 metros sobre el nivel del mar. Existen 11 microclimas en la franja, lo que permite que se pueda cosechar aguacate durante todo el año (existen cuatro floraciones), aunque la temporada de mayor producción va de octubre a enero. La variedad Hass es la que se cultiva mayoritariamente, y la única que se exporta.

La producción de aguacate en Michoacán constituye la principal actividad económica del estado, generando una derrama del orden de los 750 millones de pesos al año; más de 40 mil empleos permanentes; 60 mil empleos estacionales por actividades indirectas y un total de nueve millones de jornales al año (Aproam, 2007). Hay diez mil productores de aguacate, de los cuales 88 por ciento son privados que cultivan 70 por ciento de la superficie sembrada, y el restante 12 por ciento son ejidatarios y comuneros, quienes cultivan 30 por ciento de aquélla (Conapa, 2006).

GRÁFICA 1  
MÉXICO: EVOLUCIÓN DEL CULTIVO DEL AGUACATE



FUENTE: Sagarpa (2007a).

CUADRO 1  
EL CULTIVO DE AGUACATE EN MÉXICO Y EN MICHOACÁN

Año	Total nacional			Michoacán	
	Superficie cosechada (ha)	Rendimiento (ton/ha)	Producción (ton)	Superficie cosechada (ha)	Producción (ton)
1990	77 365	8.9	686 301	56 191	523 483
1991	82 926	9.4	780 403	63 581	624 133
1992	87 508	8.3	724 523	70 340	599 268
1993	82 792	8.6	709 296	66 349	569 875
1994	89 747	8.9	799 929	72 999	670 508
1995	89 705	8.8	790 097	73 376	663 636
1996	89 931	9.3	837 787	73 140	705 848
1997	81 358	9.4	762 336	64 938	637 631
1998	92 215	10.9	896 563	76 323	765 945
1999	92 671	9.5	879 083	76 835	773 761
2000	94 104	9.6	907 438	78 482	794 680
2001	94 148	9.9	940 229	78 573	820 223
2002	93 847	9.6	901 075	78 788	792 658
2003	95 399	9.5	905 041	80 896	800 452
2004	100 126	9.8	987 323	85 417	864 069
2005	103 119	9.9	1 021 515	88 148	895 097
2006	n.d.	n.d.	n.d.	89 311	1 006 129

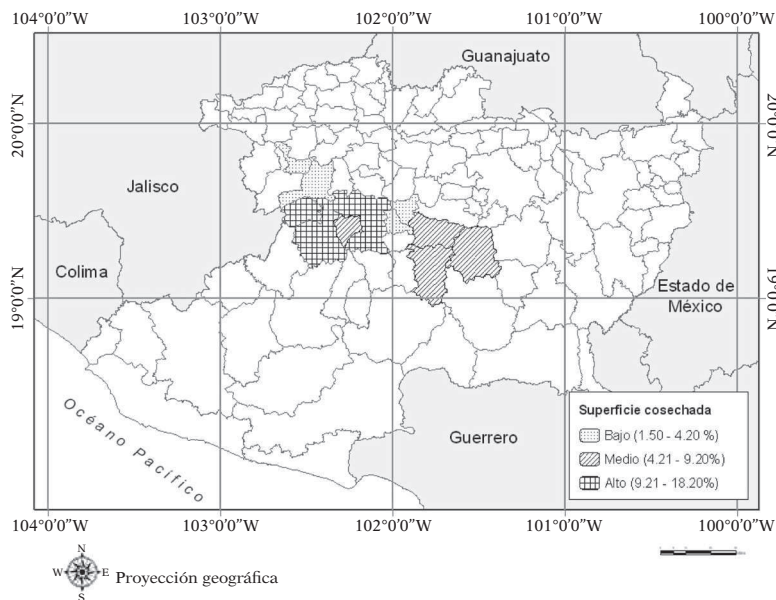
FUENTE: elaborado con datos de Sagarpa (2007a y 2007b).

La expansión de las áreas aguacateras ha sido una constante en el estado, pero su ritmo se aceleró a partir de 1997, año en que se reanudaron las exportaciones de aguacate fresco hacia Estados Unidos, de tal modo que entre ese año y 2006 la superficie cosechada se incrementó en 37 por ciento, llegándose a la cifra récord de 89 311 hectáreas (véase el cuadro 1). Los antecedentes e implicaciones de dicha apertura son tema de los siguientes apartados.

#### LA APERTURA DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

En 1914 Estados Unidos prohibió la importación de aguacate mexicano, bajo el argumento de presencia de ciertas plagas (gusano barrenador del hueso y ramas), y no fue sino hasta 83 años después, en 1997, cuando levantó dicha prohibición. Hasta ese año, las ex-

MAPA 1  
PRINCIPALES MUNICIPIOS PRODUCTORES  
DE AGUACATE EN MICHOACÁN (2006)



FUENTE: elaboración de Josefina Hernández Lozano con base en información de la Sagarpa (2007b).

portaciones de aguacate se dirigieron, mayoritariamente, a países europeos, principalmente a Francia y, en menor medida, a Canadá y Japón. En el ciclo 1996-1997, por ejemplo, la mitad del volumen exportado se dirigió al primer país, mientras que a los otros dos se envió 20 y 11 por ciento, respectivamente. Sin embargo, la exportación nunca fue una actividad relevante, comparada con los volúmenes producidos, ya que cuando mucho se exportó 5-6 por ciento de éstos. Este hecho, aunado al constante incremento de la oferta, dio lugar a frecuentes periodos de saturación del mercado interno y, consecuentemente, al desplome de los precios y la rentabilidad de la actividad. Esto, a pesar del elevado consumo nacional de aguacate (diez kilogramos per cápita), el más alto en el ámbito mundial.

Desde principios de los años noventa, grandes productores michoacanos de aguacate, junto con instituciones gubernamentales (estatales y federales) iniciaron una campaña fitosanitaria para com-

probar la ausencia de plagas cuarentenarias en sus huertas. Después de años de trabajo técnico, el gobierno mexicano envió al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA) una petición formal para enviar aguacate a su país, acompañada de los documentos probatorios de inexistencia de plagas en las huertas propuestas para exportación. Durante 1995, representantes de productores y empacadores michoacanos se reunieron con autoridades estadounidenses y miembros del congreso de aquel país, para discutir la propuesta hecha al USDA, respondiendo también a los ataques de los productores californianos en su intento por impedir la competencia del aguacate mexicano en su mercado doméstico (Stanford, 2006).

Como resultado de la negociación, el 31 de enero de 1997 el Servicio de Inspección de Salud Animal y Vegetal (APHIS), parte del USDA, aprobó la importación de aguacate Hass mexicano de ciertos municipios de Michoacán a 19 estados hacia el noreste de ese país y al distrito de Columbia Británica, durante noviembre-febrero. Esto quedó condicionado al cumplimiento, por parte de productores y empacadoras,<sup>1</sup> de una serie de requisitos fitosanitarios para el control de plagas cuarentenarias. Estos requisitos se integraron en un plan de trabajo que firmaron la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (Sagar) y el USDA-APHIS (subsecuente mente tendrían que firmarse otros), quedando la primera como responsable de la ejecución operativa y certificación de su cumplimiento y, el segundo, de la vigilancia y supervisión de dicho plan.

Tanto los productores como las empacadoras a exportar requirieron, como hasta hoy día, quedar certificados por la Sagarpa y el USDA, para lo cual las huertas de los primeros tuvieron que estar libres de plagas y, las empacadoras, haber instrumentado medidas y adecuaciones en sus instalaciones con ese mismo fin. Quedaron seleccionados 60 productores y cinco empresas o empacadoras, de donde salieron en noviembre de 1997 los primeros envíos hacia el vecino país del norte.

Otro requisito exigido por el USDA fue la formación de una organización de productores y empacadores para la promoción y operación del programa de exportación y para garantizar el pago de sus servicios de inspección y certificación. En julio de 1997 se constituyó la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores

<sup>1</sup> El término empacadoras, que son las instalaciones donde el aguacate es sometido a distintos procesos (limpieza, clasificación, empaque) para que finalmente se envíe a su destino, será usado indistintamente con el de empresas o firmas.

de Aguacate de Michoacán (APEAM), a la cual tienen que pertenecer obligadamente todos los productores y empresas que quieran exportar a Estados Unidos, teniendo que pagar estas últimas una membresía. La APEAM entrega anualmente al USDA seis centavos de dólar por cada kilogramo de aguacate exportado como pago de sus servicios, además de cubrir la renta de sus oficinas, los sueldos de sus ingenieros y del personal administrativo, así como los vehículos que utiliza. Esta aportación es obviamente cubierta por los afiliados de la APEAM, quienes además aportan otros cinco centavos por kilogramo de aguacate exportado para promocionar su consumo en el mercado estadounidense. Los 11 centavos resultantes son pagados por partes iguales entre empacadoras y productores.

Bajo un régimen de estricta supervisión, las exportaciones de aguacate mexicano continuaron creciendo desde el primer envío, y cada vez se permitió su ingreso a más entidades de Estados Unidos durante mayor número de meses al año. A partir del 31 de enero de 2005 se autorizó la exportación a todas las entidades, excepto a California, Florida y Hawai. La protección del gobierno estadounidense a sus productores de California, de donde procede la gran mayoría del aguacate producido en aquel país, permaneció hasta el 31 de enero de 2007, en que se autorizaron los envíos también a dichos estados.

Entre 1997-1998 y 2005-2006, las exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos aumentaron casi 19 veces, pasando de 6 032 toneladas a 113 937. Esto modificó la importancia de los destinos, ya que en ese último ciclo, los envíos a aquel país representaron casi 60 por ciento del volumen exportado, a pesar de que los dirigidos a Japón, Centroamérica y Canadá también se incrementaron (véase el cuadro 2). Durante ese lapso, las exportaciones a todos los destinos casi se cuadruplicaron, llegando a representar 17 por ciento del volumen producido en el país. En otros países exportadores, dicha proporción es aún mayor, como en el caso de España, que envía al mercado externo tres cuartas partes de su producción, e Israel y Chile, países que exportan la mitad y la tercera parte de ella, respectivamente, debido a su reducido consumo interno.

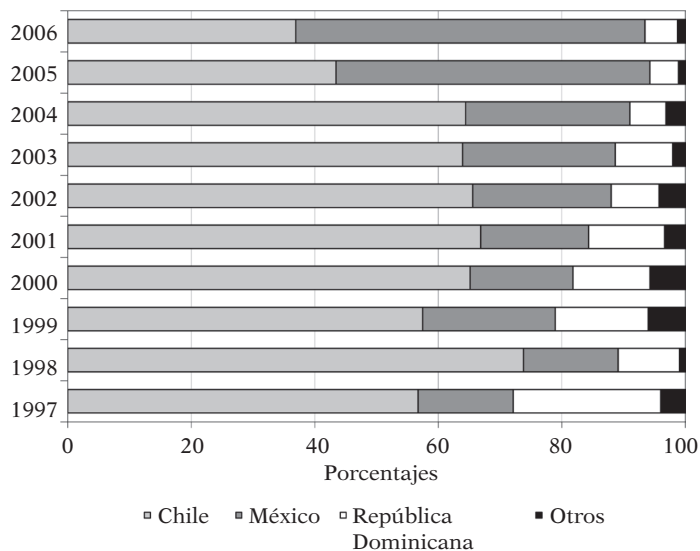
Hasta 2004, Chile fue el principal abastecedor de aguacate de Estados Unidos; en 1997, por ejemplo, los envíos de ese país sudamericano representaron casi 60 por ciento de las compras estadounidenses, mientras que dos años después ese porcentaje se desplomó al 37 por ciento. Ese espacio del mercado ha sido ocupado por México, cuyo porcentaje de participación pasó del 15 al 60 por ciento entre 1997 y 2006 (véase la gráfica 2).

CUADRO 2  
MÉXICO: VOLUMEN EXPORTADO DE AGUACATE  
FRESCO POR DESTINO (TONELADAS)

<i>País</i>	<i>1997-1998</i>	<i>%</i>	<i>2005-2006</i>	<i>%</i>
Estados Unidos	6 032	12	113 937	62
Japón	7 936	16	21 757	12
Centroamérica	8 853	18	17 476	10
Canadá	6 809	14	13 868	8
Francia	13 876	28	11 341	6
Otros	5 659	12	4 663	3
Total	49 165	100	183 042	100

FUENTE: Sagarpa (2007b).

GRÁFICA 2  
ESTADOS UNIDOS: IMPORTACIONES DE AGUACATE FRESCO



FUENTE: elaborado con datos de USDA (2007).

## ¿QUIÉNES PARTICIPAN DEL AUGE EXPORTADOR?

*Las empresas: hegemonía de las transnacionales  
estadounidenses*

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, que en el ciclo 2005-2006 se conformó por un total de 55 empresas. De éstas, 32 no exportaron a Estados Unidos, ya que están enfocadas a abastecer a otros países, como es el caso de la firma líder por sus envíos de aguacate a Francia (casi seis millones de toneladas en ese ciclo), y de varias pequeñas empacadoras que exportan hacia Centroamérica, donde las exigencias de calidad son menores.

Por el objetivo de nuestra investigación, nos concentraremos en el grupo de empresas que envían a Estados Unidos, y que en el ciclo 1997-1998, el primero en el que se exportó, totalizaron cinco. Para el ciclo 2005-2006, dichas cifras fueron de 23 empacadoras, 3 232 productores y 37 423 hectáreas (véase el cuadro 3). De las cinco empresas que iniciaron la exportación, cuatro fueron mexicanas y, la otra, una ETN (Mission), que para entonces era la única que tenía certificado para exportar. Para el ciclo siguiente (1998-1999), exportaron un total de 14 empacadoras, tres estadounidenses (Mission, Calavo y Fresh Directions) y, el resto, de capital nacional. Sin embargo, las exportaciones de las tres primeras totalizaron 3 656 toneladas, que representaron 37 por ciento de los envíos de aguacate a ese destino (véase el cuadro 4).

En los años siguientes, algunas empresas de capital nacional abandonaron la exportación y se integraron un buen número de nuevas, de tal modo que para 2005-2006 participaron un total de 23. A las ETN ya mencionadas, se sumaron las estadounidenses Chiquita, que empezó a enviar a su país desde 2002; West Pak, en 2003, y Del Monte, en 2004. Para el ciclo 2005-2006, el conjunto de las seis estadounidenses mencionadas participó con 45 por ciento de los volúmenes exportados a Estados Unidos (véase el cuadro 4). Sin embargo, sus exportaciones reales han sido y son mucho mayores, ya que la capacidad de sus instalaciones es superada por la demanda de fruta, por lo que dichas ETN se sustentan en las empresas mexicanas. Esto se hace mediante dos mecanismos, uno de ellos conocido como “maquila”, el cual consiste en que las ETN envían aguacate de su propiedad a las empacadoras nacionales, que se encargan de clasificarlo y empacarlo. En junio de 2007 el costo de este servicio



CUADRO 3

## MÉXICO: VARIABLES DE LAS EXPORTACIONES DE AGUACATE FRESCO A ESTADOS UNIDOS

<i>Concepto</i>	<i>Temporada de exportación</i>								
	<i>1997-1998</i>	<i>1998-1999</i>	<i>1999-2000</i>	<i>2000-2001</i>	<i>2001-2002</i>	<i>2002-2003</i>	<i>2003-2004</i>	<i>2004-2005</i>	<i>2005-2006</i>
Huertos (núms.)	61	252	497	794	995	1 466	2 027	3 213	4 675
Superficie (ha)	1 499	4 286	6 758	9 862	11 897	16 431	21 597	28 902	37 423
Productores	60	201	388	578	715	1 033	1 385	2 193	3 232
Empacadoras (núms.)	5	14	14	14	13	17	18	25	23
Vol. enviado (ton)	6 032	9 769	11 729	10 221	24 478	29 913	42 607	112 576	113 937
Valor de las exportaciones (millones USD)	14.24	21.49	28.00	22.83	53.80	65.80	93.70	240.90	273.44

FUENTE: Sagarpa, 2007b.

CUADRO 4  
MÉXICO: EMPACADORAS EXPORTADORAS  
DE AGUACATE FRESCO A ESTADOS UNIDOS

<i>Empacadora</i>	<i>1998-1999</i>		<i>2005-2006</i>	
	<i>Toneladas</i>	<i>%</i>	<i>Toneladas</i>	<i>%</i>
Calavo	1 966	20	19 099	17
Mission de México	1 282	13	11 681	10
West Pak	---	---	8 775	8
San Lorenzo	301	3	8 274	7
Aztecavo	729	7	7 801	7
Frutas Finas del Valle de Michoacán	---	---	5 793	5
Global Frut	175	2	5 194	5
Agroexport	---	---	5 174	5
Avocado Export Company	---	---	4 560	4
Aguacates Mevi	---	---	4 443	4
Aguacateros integrados de Michoacán (Chiquita)	---	---	4 333	4
Del Monte	---	---	4 120	4
Frutas Finas Gertrudis	1 038	11	3 506	3
Avoperla	351	4	3 323	3
Agrifrut	453	5	2 904	3
Purépecha o Frutícola Velo	385	4	2 734	2
Frutas Finas de Tancítaro	---	---	2 663	2
Fresh Directions	408	4	2 538	2
Nexpan	---	---	2 476	2
Empacadora Roy	---	---	2 289	2
Avocali	---	---	1 783	2
Ramón Valencia	---	---	281	---
Agrícola La Viña	---	---	192	---
Otras (4 mexicanas)	2 681	27	---	---
Total	9 769	100	113 937	100

FUENTE: Sagarpa (2007b).

era de 1.40 dólares por caja de 25 libras (11.3 kilogramos) de fruta. Los empaques, tarimas, etiquetas y, por supuesto, el transporte hacia el destino, son puestos por las empresas transnacionales.

El otro mecanismo, conocido como “compra de fruta”, consiste en que las ETN adquieren el aguacate de las empresas nacionales, pagándoles también por la clasificación y el empaque. El material

usado en este último proceso consiste mayoritariamente en cajas de cartón, aunque algunas ETN envían fruta a autoservicios estadounidenses en cajas de plástico o mallas de este mismo material. Estos distintos envases son comprados por las firmas nacionales a las ETN, e incluidos en el precio de venta.

En los dos casos reseñados, la fruta de las ETN sale registrada como exportada por las empresas mexicanas. Algunas de éstas sólo están dedicadas a maquilar o vender fruta a una o más ETN, pero en la mayoría de ellas varían los porcentajes entre los envíos propios, y la maquila y venta de fruta. Aunque no es posible tener el dato exacto del volumen que esto representa, diversas fuentes coincidieron en que la fruta exportada por ETN a través de las firmas mexicanas es en promedio 70 por ciento de los envíos de éstas. Ello significa que las seis ETN estadounidenses llevan a cabo 80 por ciento de las exportaciones de aguacate fresco a su país. A esto habría que añadir que las exportaciones de pulpa de aguacate, que casi en su totalidad se dirigen a ese mismo destino, provienen de Calavo y Mission. En el ciclo 2005-2006 aquéllas equivalieron a cerca de 30 mil toneladas de aguacate fresco (Sagarpa, 2007b).

La empresa Mission de México envía a maquilar más fruta a las empresas mexicanas que Calavo, por lo que se comenta que es la empresa exportadora principal. Es una subsidiaria de Mission Produce Inc., fundada en California en 1983, la cual se considera líder en su país en el comercio de limas, limones, mangos y aguacates, frutas que importa de diversos lugares y exporta a más de 20 países de Europa y a Japón (Mission Produce, 2007). En el caso de esa última fruta, maneja producto no sólo de California, sino de Chile, Nueva Zelanda y México. En 1984, Mission fue la primera firma estadounidense que importó aguacate de Chile y, en 1985, se instaló en México, para desde allí exportarlo hacia Europa, Canadá y Japón. La fruta era maquilada por diversas empresas mexicanas, ya que no fue sino hasta 1991 cuando abrió una empacadora propia. En estas modernas instalaciones, 80-90 por ciento del aguacate que empaca se dirige a la exportación en fresco, y el resto tanto a su industria procesadora como al mercado interno (entrevista personal, 2007). Dentro de éste, abastece a autoservicios como Costco y a la Central de Abasto de Monterrey. Del volumen que exporta en fresco, 90 por ciento va al mercado estadounidense, a donde se dirige también, desde 1990, el guacamole que elabora en la empresa que tiene en Morelia, Michoacán, producto de una sociedad con J.R. Simplot.

La segunda empresa en importancia, Calavo de México, es filial de la firma Calavo Growers Inc., que posee la mayor empaedora de aguacate de California. En 1924 inició como una cooperativa de productores de esa fruta, hasta que en 2001 se convirtió en una corporación privada. A raíz de la apertura del mercado estadounidense, Calavo abrió en 1998 una moderna planta empaedora en Uruapan, Michoacán, para exportar aguacates tanto a ese país, como a otros destinos. En 2005-2006, sus envíos directos representaron 17 por ciento del volumen de aguacate fresco enviado a Estados Unidos (véase el cuadro 4). A este país se dirige 80 por ciento de las exportaciones de la firma californiana, 15 por ciento a Japón, mientras que el restante a Europa y Canadá (entrevista personal, 2007).

Calavo Growers se considera la firma líder en su país en lo que a aguacate se refiere, siendo también relevante su participación en el comercio del proveniente de países como Chile, Nueva Zelanda y República Dominicana. Como parte de su proceso de diversificación, esa empresa está involucrada en la producción y venta de otros productos frescos (chiles, cebollas, ajos, jitomates), así como en el mercado de orgánicos. En 2002 adquirió la empresa Maui Fresh, convirtiéndose en la principal firma importadora de papa-hawaiana (Calavo Growers Inc., 2007). En México también se diversificó, ya que en 1994 abrió una planta procesadora para la elaboración de guacamole (en Mexicali, Baja California), la cual fue sustituida en 2004 por una moderna instalación cercana a su empaedora de Uruapan.

El tercer jugador importante es Del Monte, empresa global que produce y comercializa en el nivel mundial frutas y vegetales, incluyendo presentaciones de éstas con mayor valor agregado (ensaladas, productos enlatados, jugos, etc.). Su participación es relevante en productos como plátano y melón, y se considera líder mundial en el comercio de piña. Además de Estados Unidos, tiene presencia en el sector productivo de diversos países de Asia, África, Europa y en el resto de América Latina. En Brasil, por ejemplo, cuenta con plantaciones propias y en Argentina produce y distribuye domésticamente diversos granos (soya, trigo y maíz), abarcando sus operaciones alrededor de 24 mil hectáreas (Fresh Del Monte Produce Inc., 2007). Desde 1997 participa también en la producción y abasto de pollos en Jordania. En el caso de México, su principal giro es la exportación de aguacate, sin embargo, también envía a Estados Unidos uva de Sonora y jitomate sonorense y sinaloense.

Del Monte empezó a exportar aguacate de Michoacán en enero de 2004, dirigiendo 85 por ciento de sus volúmenes a Estados Unidos y 15 por ciento restante a Japón (entrevista personal, 2007). Dicha empresa cuenta con 17 centros de distribución en territorio estadounidense, donde cadenas de autoservicio como Wal-Mart, Costco y Sam's reciben directamente alrededor de diez por ciento de los envíos de aguacate de dicha ETN. Como esta firma no cuenta hasta hoy con instalaciones propias, envía a maquilar su fruta a tres empacadoras mexicanas, a las que también compra aguacate ya empacado. El principal competidor de Del Monte en Estados Unidos es Mission, que provee la mitad del aguacate que vende Wal-Mart, repartiéndose el resto entre un reducido número de empresas, entre las que destacan Del Monte, Chiquita e Index Fresh (entrevista personal, 2007).

Chiquita es también una firma global, surgida en 1899 bajo el nombre de United Fruit Company. Tiene 26 mil empleados en seis continentes y posee 36 400 hectáreas, además de rentar otras 20 mil, principalmente en países como Panamá y Costa Rica. Es líder mundial en la producción y comercio de plátano, siendo de dicha empresa la gran mayoría del que se produce en Panamá, y una parte del procedente de África, Filipinas y Australia (Chiquita, 2007). Desde 2005 es el principal vendedor de ensaladas empacadas en Estados Unidos, participando también en la rama de frutas frescas y precortadas, así como en vegetales de invernadero.

En México, su mayor operación es la exportación de uva de Sonora, pero también envía a Estados Unidos diversas frutas y hortalizas (aguacate, piña, durazno, papaya, plátano, chile, lechuga, cebolla, etc.). Desde 1992, dicha firma exporta aguacate de Michoacán a Europa y Canadá y, en 2002, empezó sus envíos al mercado estadounidense. En todo este tiempo y hasta 2006, Chiquita no contó con instalaciones propias, por lo que diversas empresas mexicanas le maquilaban y vendían producto. En ese último año, Chiquita se convirtió en socio de la empresa Aguacateros Integrados de Michoacán, conformada por 13 productores mexicanos de aguacate. Éstos, mediante préstamo gubernamental y recursos propios, construyeron una moderna empacadora que fue certificada por el programa de exportación a Estados Unidos. Empezó a enviar fruta a este país a fines de 2005, aunque la mayoría del aguacate empacado en sus instalaciones era de Chiquita, quien llevaba allí a maquilar su fruta. A fines de 2006, esta firma encontró la oportunidad de incorporarse como el catorceavo socio. Todos los que actualmente conforman la sociedad pagan a su propia empresa la maquila de la fruta que llevan a clasificar y empacar.

Otra de las ETN entrevistadas es Fresh Directions Mexicana, subsidiaria de la estadounidense Fresh Directions International, constituida en 1997 en Ventura, California. El consorcio incluye otra empresa, Agroforestal Macapá, S.A., ubicada en República Dominicana. Las tres firmas se dedican al empaque, distribución y exportación de aguacate Hass y, en el caso de la ubicada en México, también a la exportación de mango. Su moderna empacadora de aguacate en Uruapan destina 80 por ciento de esta fruta a la exportación y el resto al mercado interno, a donde se dirige la fruta de menor calidad. La mitad de las exportaciones va a Estados Unidos, 30 por ciento a Japón y 20 por ciento a Francia y Canadá. Gerentes de la empresa señalan que ésta no domina el mercado estadounidense, como lo hacen otras ETN, pero que en el europeo son los que envían a mayor número de países (entrevista personal, 2007).

La empresa de capital chileno-mexicano, Aztecavo, inició en 1993 como Vifrut, firma mexicana que se dedicó a exportar aguacate a Europa y Japón y, desde 1998, también a Estados Unidos. Gran parte de sus operaciones era maquilar para algunas ETN. A fines de 2005 se asoció con chilenos y cambió su nombre a Aztecavo. Actualmente ya no maquilan, sino que se dedican a abastecer a diversos clientes estadounidenses, entre los que destaca la firma californiana Index Fresh Avocado. Ésta distribuye tanto producto procedente de México, como de California y Chile, al mismo tiempo que importa y distribuye peras asiáticas procedentes de este país sudamericano.

Por su parte, las empresas mexicanas relevantes se caracterizan por estar enfocadas a la exportación (con excepción de Purépecha, que es muy importante en el abasto del mercado interno) y, como ya vimos, a maquilar y vender fruta a las ETN. Sólo una mexicana es producto de la integración vertical de un gran productor, mientras que otra forma parte de un gran consorcio de empresarios que se dedica a exportar y abastecer el mercado nacional de diversas frutas y hortalizas. La mayoría envía al menos a tres destinos distintos de Estados Unidos, siendo la más diversificada Frutas Finas de Valles de Michoacán, que exporta a ocho países (Japón, Canadá, China, Costa Rica, Hong Kong y tres países europeos). Para dos de ellas, otros países son más relevantes que Estados Unidos, como es el caso de Global Frut, cuyas exportaciones a Japón en 2005-2006 la ubicaron como la principal empresa exportadora a ese país asiático (seguida de Calavo), y la segunda por sus envíos a Canadá (precedida por Mission).

La información hasta aquí revisada nos revela la existencia de tres tipos de empresas, las globales, como Del Monte y Chiquita; las

ETN de menor cobertura geográfica (Mission, Calavo, West Pak, Fresh Directions y Aztecavo), y las mexicanas. Los consorcios que representan los dos primeros grupos se surten globalmente, algunos de ellos producen directamente en otros países o establecen asociaciones con productores y empacadores (West Pak en Chile, Fresh Directions en República Dominicana), y venden como empresas globales.

Cuando se pregunta a las empresas mexicanas sobre el porqué de la hegemonía del capital multinacional en la nueva actividad exportadora hacia Estados Unidos, las respuestas se centran en dos aspectos: capital y mercado. Respecto al primero, enfatizan en que sólo empresas con esa dimensión cuentan con el capital de trabajo necesario para solventar diversos gastos fijos mientras se espera el pago de la fruta ya entregada. Por otra parte, la posibilidad de acceder a crédito barato es una ventaja que las firmas mexicanas no tienen, ya que las tasas de interés que éstas tienen que pagar son muy superiores a aquéllas a las que acceden las firmas extranjeras. La dimensión del capital de las ETN les permite, por ejemplo, tener ventajas en su suministro de fruta, ya que pueden adelantar dinero a los productores para asegurarse sus huertas y ofrecerles mejores precios de compra, lo cual resulta clave dada la gran competencia que existe entre las empacadoras por conseguir fruta de calidad. Por otra parte, las subsidiarias de las ETN tienen resuelto el problema del mercado, ya que se limitan a canalizar su fruta a los centros de distribución de sus consorcios, quienes ya tienen en su mercado un nombre y espacio ganado durante años. Si tienen pérdidas por alguna razón con la fruta mexicana, pueden compensarlas con la procedente de los otros países productores donde tienen presencia. Para las mexicanas, el encontrar clientes confiables en el mercado estadounidense no resulta una tarea fácil (entrevistas personales, 2007).

Por ello, las empresas mexicanas entrevistadas señalaron que las ETN son beneficiosas para ellas porque les dan trabajo, ya que de no ser así, muchas no existirían o estarían sobreviviendo, exportando directamente reducidos volúmenes y, sobre todo, abasteciendo al mercado interno, actividad en la que existe una gran competencia con numerosos empaques de menor calidad.

#### *Los productores beneficiados: medianos y grandes*

Los mecanismos de abasto de las agroindustrias son variados y cambiantes, ya que dependen de toda una gama de factores (Echá-

nove y Steffen, 2005a:166), entre los que figura el destino del producto. En el caso del aguacate, por ejemplo, las empacadoras dedicadas a abastecer el mercado interno adquieren la fruta mediante vías muy distintas a las usadas por las empresas exportadoras. El subconjunto de éstas que exporta a Estados Unidos cuenta con personal calificado (ingenieros agrónomos), comúnmente denominados grupos de acopio o “buscadores”, cuyo trabajo es contactar a los productores (muchas veces por la vía telefónica), ir a visitar sus huertas para revisar las condiciones de la fruta y establecer acuerdos. Éstos son verbales, y existen varias modalidades: 1) la empresa puede adquirir todo el aguacate de la huerta a un precio fijo; 2) puede comprar sólo aquel que reúna los pesos unitarios que requiere, y 3) pagar la fruta “en banda”, es decir, llevarla a seleccionar a la empacadora y pagar distintos precios de acuerdo con las calidades obtenidas. Este último mecanismo es el que los productores señalan como el menos redituable para ellos, pero lo aceptan cuando necesitan dinero con urgencia.

Una peculiaridad del aguacate de exportación es que son las empresas y no los productores las que, invariablemente, se encargan de la cosecha de la fruta, ya que de este modo se aseguran de cortar solamente el aguacate con las características requeridas y cuidar su calidad. Lo más común es que aun en los acuerdos de compra de huerta completa y pago “en banda” no se corte la fruta más pequeña o “canica”. Hace muchos años todas las empacadoras tenían su propio personal o cuadrillas de corte, pero actualmente la mayoría contrata todo o parte de este servicio de las llamadas empresas de corte que han surgido en los últimos siete u ocho años. Para las empacadoras significa una ventaja de no tener que pagar el seguro médico de los cortadores ni los salarios de éstos en tiempos de baja o nula cosecha.

Como ya hemos señalado, en el ciclo 2005-2006 un total de 3 232 productores participaron en el programa de exportación a Estados Unidos. Para lograr esto, tienen que cumplir con una serie de requisitos fitosanitarios y de “traceabilidad”, bajo la supervisión de las Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JSV) (organismos auxiliares de la Sagarpa) y del USDA. Las labores que realizan las JSV (muestreos, trampeo, expedición de documentos, etc.) son pagadas por el productor. Estos gastos incluyen una cuota anual, el precio de las cartillas fitosanitarias y un pago por cada camión de fruta que sale de su huerta, certificado y sellado. Además, debe cubrir la mitad de la cuota al APEAM, es decir, 55 centavos de dólar por kilogramo de aguacate exportado, que le descuenta directamente la empacadora del precio ofrecido por su fruta.



No obstante todos los gastos mencionados, el aguacate es un cultivo afortunado, ya que, a diferencia de otras frutas y de las hortalizas, el productor puede dejarlo un tiempo en el árbol, esperando obtener un precio mayor (en las huertas altas, hasta diez meses). Además, con la expansión de la exportación, son ahora las emparadoras las que buscan a los productores, por lo que existe una competencia importante entre ellas.

Como ya comentamos, las ETN ofrecen adelantos a los productores para asegurar la fruta y, en ocasiones, les dan préstamos para la compra de fertilizantes. El acuerdo a que se llegue entre productor y empresa depende de las necesidades de ésta, de la demanda externa y de la oferta de fruta, de los intereses del productor (si su fruta no tiene buena calidad puede presionar para vender “pa-rejo”) y de su capacidad de negociación. La mayoría de las empresas prefieren comprar sólo el aguacate de determinado peso, para poder responder a los pedidos específicos de sus clientes. Un productor puede vender su fruta a tres o cuatro distintas emparadoras y, la de menor calidad, dirigirla al mercado nacional.

El precio pagado al productor está influido por el que rige en Estados Unidos, que a su vez se define por la oferta existente de la fruta de California y de Chile, siendo común que durante el lapso de mayores envíos del país sudamericano desciendan los precios. Otros factores del precio al productor son la calidad y tamaño de su fruta y el tipo de acuerdo con la empresa. En el más común, la empresa ofrece, por ejemplo, 1.20 dólares por kilogramo de fruta de 210 gramos en adelante; 90 centavos por kilogramo por la de 180 gramos, etc. En el primer semestre de 2007 el promedio de los distintos precios fue de un dólar por kilogramo, que es prácticamente el mismo que ha regido desde la apertura, pero que, salvo ciertas coyunturas, ha sido mucho mayor que el que rige para el mercado nacional. Los rendimientos que los productores obtienen dependen de la altura de su huerta, pero promedian 15 toneladas por hectárea, mientras que los costos de producción de las mejores huertas ascienden a cinco pesos por kilogramo de fruta (75 mil pesos por hectárea). Todo ello significa que los productores obtienen ganancias del orden de 84 mil pesos por hectárea (a un tipo de cambio de 10.6 pesos mexicanos por dólar), es decir, poco más de 100 por ciento de la inversión realizada. Ello revela que esta actividad es claramente redituable, si se considera la existencia de cuatro cosechas al año y la superficie que tiene la mayoría de los productores, como analizaremos enseguida.

Los 3 232 productores que exportaron en 2005-2006 a Estados Unidos representan 32 por ciento del total de los productores de

aguacate de Michoacán, mientras que las superficies que cultivan representan 42 por ciento de las oficialmente existentes en el estado. Sin embargo, el número real de productores participantes es menor; ya que muchos de ellos subdividen en distintas parcelas o huertas la superficie total que tienen, poniendo cada huerta bajo el nombre de distintos familiares.

Pero ¿qué tipo de productores son esos participantes? Se considera que el productor pequeño tiene hasta cinco hectáreas de aguacate, el mediano, de seis a 15, y el grande, más de 15 hectáreas. De los que exportan a Estados Unidos, 40 por ciento, tiene menos de diez hectáreas, 30 por ciento tiene entre diez y 15 hectáreas y el restante 30 por ciento más de 25 hectáreas (JSV Uruapan, 2007). En el grupo de grandes productores son comunes los que tienen entre 100 y 300 hectáreas, habiendo un gran productor que cultiva cerca de dos mil hectáreas en diversos municipios. Dichas cifras revelan que la mayoría de los productores participantes (60 por ciento) son medianos y grandes, además de que dentro del grupo que tiene menos de diez hectáreas predominan los que tienen entre cinco hectáreas y esa cifra.

La baja participación de los pequeños productores se relaciona con el hecho de que por su nivel económico y el estado de sus huertas se les dificulta cumplir con los requisitos de calidad y con los gastos del programa de exportación que ya hemos mencionado. Esos productores se encuentran descapitalizados, sin acceso a créditos bancarios y a asesoría técnica gubernamental, debido al retiro del Estado de los apoyos que anteriormente ofrecía al sector agrícola. Por ello, sólo pueden abastecer al mercado interno y, muchas veces, no entregan su fruta a las empacadoras, sino que venden a intermediarios (a pie de huerta o a la orilla de los caminos rurales) que, aunque les compran a bajos precios, les pagan su fruta de forma inmediata (Echánove y Steffen, 2005b:112-113).

#### REFLEXIONES FINALES

La reciente apertura del mercado estadounidense ha tenido aspectos positivos, sobre todo en términos de generación de empleo. Diversos agentes han sido beneficiados, como viveristas, productores y distribuidores de insumos (químicos, empaques, etiquetas, etc.), rancheros (encargados de las huertas), agrónomos, transportistas, funcionarios y técnicos gubernamentales, empleados de empacadoras, cortadores, etcétera.

Sin embargo, es evidente que los beneficios económicos están muy concentrados, siendo el sector más favorecido el de las siete empresas de capital extranjero en cuyas manos se encuentra la redituable actividad exportadora. Le siguen las empresas mexicanas que, como hemos visto, dependen en gran medida de esas ETN. El grupo de productores participantes (medianos y grandes, fundamentalmente) disfruta ahora de una situación privilegiada, de la que no participa el grueso de los pequeños productores. Como es frecuente, los últimos de la cadena productiva, los cortadores o jornaleros, son los menos favorecidos. Pero también existen perdedores de este auge exportador: el medio ambiente y los consumidores nacionales. Como cada vez se envían mayores volúmenes al vecino país, la oferta interna se ha visto disminuida, lo que se ha reflejado en los precios. De hecho, ya a mediados de 2007, los mexicanos han tenido que pagar elevados precios por el aguacate en el principal país productor del mundo.

La historia del surgimiento y expansión del aguacate en Michoacán es también la historia de su proceso de deforestación, con todos los efectos ambientales que esto implica, y entre los que figura la escasez de agua que se ha revertido contra el cultivo de esa fruta. Los viejos productores de diversas zonas recuerdan con nostalgia la abundancia de escurrimientos de agua existentes en los años cincuenta, que hoy han desaparecido. Donde antes existían bosques, ahora se asientan casi 90 mil hectáreas de ese fruto (cifra oficial); desde la apertura comercial en 1997, se reporta un incremento de 24 mil hectáreas. Sin embargo, esta cifra no revela la expansión real del cultivo, la cual está siendo de tal magnitud, que tan sólo en uno de los principales municipios productores, Tacámbaro, se abrieron al cultivo, en el último año dos mil hectáreas de huertas nuevas, detectadas por la JSV mediante trabajos de posicionamiento geográfico. Este mismo trabajo se está llevando a cabo en otros municipios productores, en los que los resultados están reflejando la misma situación. Nuevas huertas aparecen hasta en la región de Tierra Caliente, donde antes había caña de azúcar. Otra causa de la deforestación ha sido y es la elaboración de las cajas de madera donde se comercializa el aguacate para el mercado interno (Works y Hadley, 2004) y, en menor medida, de las tarimas donde se apila la fruta para exportación.

Las consecuencias para el medio ambiente de la expansión exportadora, tan alabada por el gobierno mexicano, nos llevan a cuestionar su sustentabilidad y a preguntarnos si los números crecientes y las gráficas ascendentes ameritan la degradación de los recur-

sos naturales. Desde el punto de vista de las perspectivas económicas, es difícil predecir por cuánto tiempo seguirá el auge, ya que ello depende de diversos factores. Entre ellos, de lo que ocurra con la producción de aguacate en Estados Unidos, particularmente en California, donde la presión ejercida por sus productores para frenar la llegada de producto mexicano contrasta con la venta de hueras ante el avance del proceso de urbanización en ese estado. Las barreras no arancelarias, como las aplicadas al producto mexicano durante 83 años, así como la mayor competencia entre países y la saturación de los mercados, son elementos que marcan límites no sólo al producto estudiado, sino en general a los llamados no tradicionales. Los efectos negativos de la expansión de esos bienes en países del Tercer Mundo han sido estudiados por diversos autores (Teubal, 2001:50; Murray, 1998, 2001; Gwynne y Kay, 1997), y entre ellos figuran la reducción de la autosuficiencia alimentaria, el deterioro del medio ambiente y de las condiciones de trabajo y salud, el empeoramiento del acceso a la tierra por parte de los productores familiares y la profundización de las desigualdades de género.

#### BIBLIOGRAFÍA

- BANCO NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR (Bancomext) (2007), *World Trade Atlas*.
- BEBBINGTON, A. (2003), "Global Networks and Local Developments: Agendas for Development Geography", en *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 94 (3): 297-309.
- COMITÉ NACIONAL DEL SISTEMA PRODUCTO AGUACATE (Conapa) (2006), Estadísticas de producción.
- CRABTREE, J. (2002), "The Impact of Neo-Liberal Economics on Peruvian Peasant Agriculture in the 1990s", en *The Journal of Peasants Studies*, 29 (3-4), pp. 131-161.
- ECHÁNOVE, F. (2005), "Globalization and Restructuring in Rural Mexico: The Case of Fruit Growers", en *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96 (1), pp. 15-30.
- \_\_\_\_\_ (2005a) "Agribusiness and Farmers in Mexico: The Importance of Contractual Relations", en *The Geographical Journal*, 171 (2), pp. 166-176.
- \_\_\_\_\_ (2005b) *Globalización y reestructuración en el agro mexicano. Los pequeños productores de cultivos no tradicionales*, México, Universidad Autónoma Chapingo/Plaza y Valdés.

- \_\_\_\_\_ y C. STEFFEN (2003), "Coping with Trade Liberalization: The Case of Mexican Grain Producers", en *Culture and Agriculture*, 25 (2), pp. 31-42.
- FAO (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA) (2007), Food Trade Statistics, en <<http://faostat.fao.org>>.
- FRITSCHER, M. y C. STEFFEN (1991), "La agricultura mexicana en la novena década: un destino incierto", en Universidad Autónoma Metropolitana (ed.), *Procesos rurales y urbanos en el México actual*, México, UAM-Iztapalapa, pp. 95-116.
- GARCÍA, F. (2002), "Balance del sector agrario latinoamericano en las dos últimas décadas (1980-2002): el ajuste estructural permanente en la era de la globalización", ponencia presentada en el Tercer Congreso Europeo de Latinoamericanistas, Amsterdam, julio 3-6.
- GWYNNE, R. (2000), "Contract Farming and Land Markets in Chile", ponencia presentada en el XXI Congreso Internacional de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA), Miami, marzo 16-18.
- \_\_\_\_\_ (2003), "Transnational Capitalism and Local Transformation in Chile", en *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 94 (3), pp. 310-321.
- \_\_\_\_\_ y C. KAY (1997), "Agrarian Change and the Democratic Transition in Chile", en *Bulletin of Latin American Research*, 16 (1), pp. 3-10.
- HAUBERT, M. (1997), "Société, Paysant et Développement", en *Les paysans, l'état et le marché*, París, The Sorbonne, pp. 9-16.
- KAY, C. (2000), "Latin America's Agrarian Transformation: Peasantization and Proletarianization", en D. Bryceson, C. Kay y J. Mooij (eds.), *Disappearing Peasantries? Rural Labor in Africa, Asia and Latin America*, Londres, Intermediate Technology Publications, pp. 159-175.
- KORTEN, A. (1993), "Cultivating Disaster: Structural Adjustment and Costa Rican Agriculture", en *Multinational Monitor*, 14 (7), pp. 1-17.
- LLAMBI, L. (1994a), "Opening Economies and Closing Markets: Latin American Agriculture's Difficult Search for a Place in the Emerging Global Order", en A. Bonanno, L. Busch, W. Friedland, L. Gouveia y E. Mingione (eds.), *From Columbus to Conagra: the Globalization of Agriculture and Food*, Kansas, Lawrence University Press, pp. 184-208.
- \_\_\_\_\_ (1994b), "Comparative Advantages and Disadvantages in Latin American Nontraditional Fruit and Vegetable Exports",

- en P. McMichael (ed.), *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*, Ithaca/Londre, Cornell University Press, pp. 190-213.
- (2000), “Global-Local Links in Latin America’s New Ruralities”, en D. Bryceson, C. Kay y J. Mooij (eds.), *Disappearing Peasantries? Rural Labor in Africa, Asia and Latin America*, Londres, Intermediate Technology Publications, pp. 159-175.
- MCMICHAEL, P. (1998), “Globalización monetaria y estatal: reestructuración agroalimentaria al fin del siglo”, en Universidad Autónoma Chapingo (ed.), *Globalización, crisis y desarrollo rural en América Latina*, México, Universidad Autónoma de Chapingo, pp. 125-158.
- MURRAY, W. (1998), “The Globalisation of Fruit, Neo-Liberalism and the Question of Sustainability: Lessons from Chile”, en *European Journal of Development Research*, 10 (1), pp. 201-227.
- (2001), “Dilemmas of Development in Oceania: The Political Economy of the Tongan Agro-export Sector”, en *The Geographical Journal*, 167 (4), pp. 291-304.
- NADKAMI, M. y K. VEDINI (1996), “Accelerating Commercialization of Agriculture: Dynamic Agriculture and Stagnating Peasants?”, en *Economic and Political Weekly*, 31 (26), p. 63.
- PREIBISCH, K., G. RIVERA y S. WIGGINS (2002), “Defending Food Security in a Free-Market Economy: The Gendered Dimensions of Restructuring in Rural Mexico”, en *Human Organization*, 61 (1), pp. 69-80.
- RAYNOLDS, L. (1997), “Reestructuring National Agriculture, Agro-Food Trade, and Agrarian Livelihoods in the Caribbean”, en D. Goodman y M. Watts (eds.), *Globalising Food. Questions and Global Restructuring*, pp. 119-132.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa) (2007a), Siacon, Sistema de Información Estadística.
- (2007b), *Estadísticas de exportación*, Delegación Morelia, Programa de Sanidad Vegetal.
- STANFORD, L. (2006), “La integración binacional de las industrias aguacateras de México y Estados Unidos: respuestas al globalismo económico”, en G. Otero, (comp.), *México en transición: globalismo neoliberal, Estado y sociedad civil*, México, Universidad Autónoma de Zacatecas/Simon Fraser University/Miguel Ángel Porrúa, pp. 245-267.

- TEUBAL, M. (2001), "Globalización y nueva ruralidad en América Latina", en N. Giarraca (comp.), *Una nueva ruralidad en América Latina?*, Buenos Aires, Clacso, pp. 45-65.
- VUNDERINK, G. (1991), "Peasant Participation and Mobilization During Economic Crisis: The Case of Costa Rica", en *Studies in Comparative International Development*, 25 (4), pp. 3-34.
- WEEKS, J. (ed.) (1995), *Structural Adjustment and the Agricultural Sector in Latin America and the Caribbean*, Nueva York, St. Martin's Press.
- WORKS, M. A. Y K. S. HADLEY (2004), "The Cultural Context of Forest Degradation in Adjacent Purepechan Communities, Michoacán, Mexico", en *The Geographical Journal*, 170 (1), pp. 22-38.

*Consultas en portales de internet*

- APROAM (ASOCIACIÓN AGRÍCOLA LOCAL DE PRODUCTORES DE AGUACATE DE URUAPAN, MICHOACÁN), en <<http://www.aproam.com>>, año de consulta 2007.
- CALAVO GROWERS INC., en <<http://www.calavo.com>>, año de consulta 2007.
- CHIQUITA, en <[www.chiquita.com](http://www.chiquita.com)>, año de consulta: 2007.
- FRESH DEL MONTE PRODUCE INC., en <<http://www.freshdelmonte.com>>, año de consulta 2007.
- MISSION PRODUCE, en <<http://www.missionpro.com>>, año de consulta 2007.
- USDA (UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE), en <<http://www.fas.usda.gov/ustrdscripts/USReport.exe>>, año de consulta 2007.

*Entrevista*

- JSV (JUNTA DE SANIDAD VEGETAL) de Uruapan (2007), diversas entrevistas directas, 28 de septiembre.





LAS NUEVAS FORMAS DE GOBERNANZA  
DE LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS  
Y LA PARTICIPACIÓN DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES  
EN EL MERCADO: EL CASO DEL SECTOR FRESERO  
DE MICHOACÁN\*

*François Boucher\*\**  
*Ina Salas Casasola\*\*\**

RESUMEN

Por medio del análisis de la inclusión de los pequeños productores dentro del sector de fresas en México, el presente trabajo intenta mostrar las asimetrías y complejidad de los nuevos sistemas agroalimentarios en un entorno global. Los problemas surgen por las nuevas exigencias y demandas del consumidor, la crisis del sector productivo mexicano y la rápida evolución del sector comercial.

El crecimiento del consumo de fresas está influido por nuevos patrones que demandan, a su vez, mayores niveles de calidad en la producción. Sin embargo, la producción se caracteriza por ser tradicional, tener una alta dependencia comercial de Estados Unidos y apoyarse en muchos intermediarios locales y nacionales.

Asimismo, el sistema de comercialización de la fresa está evolucionando rápidamente, organizándose según el mercado de destino y el uso final del producto; donde los nuevos cana-

\* El artículo presenta resultados parciales del estudio "Efectos de la expansión de los supermercados sobre las cadenas de producción y comercialización de fresa en Michoacán", elaborado en el marco del proyecto Regoverning Markets, donde participaron J. Berdegue, T. Reardon, X. Sanclemente, M. Lundy, J. Ortega, R. Medina y M. Aguirre.

\*\* Doctor en Ciencias Económicas de la Universidad de Versalles en Saint Quentin en Yvelines. Correo electrónico: <fymboucher@yahoo.com>.

\*\*\* Economista, con maestría en Economía del Desarrollo Agrícola, Agroalimentario y Rural en la Universidad de Montpellier I y la Escuela Nacional Superior Agronómica de Montpellier. Doctorante de la Universidad Versalles en Saint Quentin en Yvelines, Francia y la Universidad Autónoma Chapingo, México. Correo electrónico: <inasalas@cablevision.net.mx>.

les desplazan a los tradicionales. Ello representa una nueva forma de abastecimiento, con nuevas exigencias y una coordinación integral, que se traduce en mayores condiciones comerciales para los productores.

Estas nuevas tendencias del sistema agroalimentario fresero nos llevan a reflexionar sobre las estrategias que pueden seguir los productores para insertarse en los mercados. Un elemento principal consiste en encontrar una alternativa para que en la cadena de fresas, el productor no se vea perjudicado y no constituya el eslabón más débil. Por ello, es importante una reorganización del sistema que se apoye en el acercamiento entre el productor y el comerciante con una mayor “asociatividad” y estrategias de cooperación y no de competencia.

## INTRODUCCIÓN

La fresa se ha convertido en los últimos 50 años en un producto sumamente comercial debido al incremento del consumo, tanto en su forma fresca como en la procesada, en el mercado doméstico y en el exterior. Este sector resulta estratégico en algunas regiones de México debido a su importancia económica en la generación de empleos y por las grandes inversiones que se canalizan para su producción.

En el marco de la investigación del Programa Regoverning Markets se propuso estudiar el acceso de los productores de fresa del estado de Michoacán al mercado de las tiendas de México, con especial énfasis en los supermercados. Este trabajo tuvo como finalidad aportar conocimientos sobre el sector para la adopción de decisiones, tanto de las autoridades locales como de los productores michoacanos.

Este artículo presenta los resultados del tercer módulo de la investigación sobre las características de los mercados terminales de la fresa proveniente de la región de estudio, cuyo objetivo principal era conocer la situación de los productores en su acceso a los mercados.

La investigación se desarrolló por medio de dos tipos de encuestas aplicadas a los comerciantes de la Central de Abastos del Distrito Federal (Ceda DF), los proveedores de supermercados y los jefes de líneas de producción de las agroindustrias. En total se realizaron 63 encuestas (12 extensas y 51 breves). Además, para conocer el circuito de supermercados se realizaron visitas y —como método

indirecto— entrevistas a sus proveedores (uno de fresas frescas y uno de fresas para panaderías). Por otro lado, se aplicaron cuatro entrevistas a diversas agroindustrias: una congeladora, una empresa láctea que además elabora mermeladas, una empresa transformadora y una empresa deshidratadora. La información se ha centrado en la obtención de volúmenes comercializados, fuentes de abastecimiento, clientes, estándares de calidad, formas de pago (con proveedores y clientes). Finalmente, se ha buscado conocer la opinión de los diversos entrevistados sobre las fresas de Michoacán.

Los resultados encontrados permiten afirmar que entre los canales de comercialización, el supermercado está adquiriendo cada vez más importancia, desplazando los canales tradicionales, como la Central de Abastos de la ciudad de México.<sup>1</sup> Ello representa una nueva forma de abastecimiento: más directa entre el acopiador/productor y el supermercado, con nuevas exigencias y mayores riesgos (un sistema de acopio de plataformas y una coordinación integral). Sin embargo, ello no se traduce en mayores beneficios para los productores debido a las elevadas condiciones que se imponen. En este escenario, aparecen además nuevos patrones en las zonas productoras tradicionales y modernas, y nuevas formas de consumo que imponen nuevas exigencias de calidad.

Esta comunicación se divide en dos partes. En la primera se presenta la evolución de los sistemas agroalimentarios a partir de la liberalización comercial en México. En el segundo, se profundiza el caso de estudio sobre el sistema de producción de la fresa que se inserta dentro de un esquema binacional. Finalmente, se resaltan las principales conclusiones del estudio.

#### LA LIBERALIZACIÓN COMERCIAL Y EL NUEVO SISTEMA AGROALIMENTARIO EN MÉXICO

La liberalización del comercio agrícola ha generado un nuevo reordenamiento del sector agroalimentario en México. Antes de mediados de la década de 1980, las restricciones al comercio frenaban el establecimiento de empresas transnacionales para el abasto de alimentos, lo cual fue cambiando progresivamente con la apertura de los mercados.

<sup>1</sup> La Ceda DF fue inaugurada en 1982, posee 3 700 bodegas y locales comerciales en un área de 150 hectáreas cercadas y 11 kilómetros de pasillos en los que se encuentran productores y mayoristas. Es la central mayorista más importante de México.

Bajo un esquema de economía cerrada, el sector agroalimentario en México estaba poco desarrollado y se concentraba en el abasto de la ciudad de México, donde el comercio de frutas y verduras se realizaba principalmente a través de tianguis, mercados públicos, mercados sobre ruedas e incluso la propia Central de Abasto.

En los últimos años existe un proceso de reorganización del abasto y comercialización: desaparecen las pequeñas tiendas de abarrotes y tianguis, al mismo tiempo que se consolidan los grandes almacenes: entre 1999 y 2004 los supermercados expandieron sus ventas de alimentos en 144 por ciento (PECC, 2005), llegando por primera vez a ser los primeros en el nivel de venta de alimentos al concentrar alrededor de 57 por ciento del mercado de alimentos (Acosta, 2005). Ello se debió, básicamente, a las facilidades que se dieron a la inversión extranjera y a la liberalización del comercio agrícola. La primera dio facilidades para el establecimiento de empresas transnacionales en el país, que deseaban invertir en el sector agroalimentario. La segunda permitió el comercio de alimentos importados y la exportación de productos a través de las mismas cadenas, así como la posibilidad de establecer los precios de los alimentos que dejaron de ser controlados por el gobierno.

Esta fuerte expansión impuso, además, una nueva forma de distribución alimentaria, que afecta también a los productores. Los supermercados poseen sus propios centros de abasto y distribución, establecen sus condiciones de acopio, precios, pagos y cantidades, entre otros. Asimismo, establecen nuevas formas de importación y exportaciones entre los diferentes países donde están establecidos (PECC, 2005:18).

En los canales de comercialización del sector agroalimentario existe una fuerte concentración: en los canales modernos, cuatro cadenas de supermercados controlan 43.3 por ciento del mercado de alimentos. En el caso de los mercados tradicionales, la Central de Abasto del Distrito Federal comercializa 40 por ciento de la producción de frutas y legumbres.<sup>2</sup> Se calcula que en el mercado de frutas y legumbres, los productores reciben alrededor de 35 y 45 por ciento del precio al minorista (OECD, 2006:62).

Es así que sólo algunos productores van a lograr integrarse a los pocos circuitos de comercialización en México. Teniendo en cuenta que solamente siete por ciento de los productores agrícolas son calificados como modernos (Sagarpa), éstos podrían ser capaces de adaptarse al nuevo orden del sector agroalimentario. Al con-

<sup>2</sup> Consúltese Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP).

trario, ello resulta en mayores dificultades para los pequeños y medianos productores.

De acuerdo con la OECD (2006:61) existen dos tipos de productores. El primer grupo está conformado por agricultores comerciales y empresarios rurales que representan alrededor de 2.6 por ciento de agricultores privados y poseen 30 por ciento de la tierra (aproximadamente 60 millones de hectáreas no solamente de uso agrícola). Este grupo tiene acceso a seguros agrícolas y créditos. Además, se caracteriza por orientar su producción a mercados comerciales incluyendo los de exportación. El segundo grupo es de pequeños productores de baja productividad. Este grupo incluye productores privados y a aproximadamente tres millones de ejidatarios, que destinan su producción para el mercado doméstico y de subsistencia. Algunos de ellos reciben apoyos financieros del gobierno, sin embargo, éstos se concentran principalmente en los menos pobres del grupo.<sup>3</sup>

En el nivel de relaciones comerciales entre los actores del sector agroalimentario, existe un bajo nivel de integración entre los productores agrícolas y las empresas agroalimentarias. Las grandes empresas compran directamente a los productores agrícolas alrededor de diez por ciento, mientras que 40 por ciento proviene de intermediarios y 50 por ciento, de importaciones y brokers (Acosta, 2005). En el caso de las medianas, pequeñas y microempresas, se reduce la participación de las importaciones, sin embargo, se acude con mayor frecuencia a los intermediarios.

Este bajo nivel de inserción de los productores agrícolas a los sistemas de comercialización explica parcialmente la diferencia entre precios pagados al productor y precios pagados por el consumidor. Según cálculos propios, a partir de 1995 se amplía la brecha entre los precios pagados como resultado de los sistemas de intermediación. Es así como el nuevo orden del sector agroalimentario, que fue propiciado por la liberalización del comercio, ha contribuido al deterioro de los ingresos de los productores, así como ha dificultado su inserción en los nuevos canales y en mejores condiciones. Por otra parte, los índices de precios al consumidor no se han reducido, lo cual confirma que existen ganancias adicionales para los intermediarios derivadas de la liberalización del comercio agrícola.

<sup>3</sup> De acuerdo con datos del Banco Mundial, 75 por ciento de los fondos del Programa de Desarrollo Rural son recibidos por 20 por ciento más rico de la población rural (citado por la OECD, 2006:148).

Para los productores agrícolas ha sido difícil adaptarse al nuevo orden agroalimentario. Las cadenas agroalimentarias son coordinadas por los distribuidores, quienes establecen estándares privados que sustituyen las normas (públicas) que eran impuestas por el sector público antes de la liberalización de los mercados (Reardon, 2004).

El dinamismo diferenciado entre los actores de las cadenas se explica por las débiles relaciones entre los sectores —en este caso agrícola y agroindustrial—, que van a generar un desarrollo individual muy próspero, pero sin un mayor encadenamiento con los sectores primarios, lo cual profundiza las desigualdades.

En México se constata esta forma de organización, donde la agricultura está desarticulada del sector agroalimentario y, por el contrario, mantiene una relación subordinada y de exclusión. Es así que durante los últimos años, si bien se desarrolla el sistema agroalimentario, en el nivel de comercialización se mantienen los patrones tradicionales de la producción agrícola.

Esta situación se observa en el cultivo de la fresa. Éste es un producto principalmente de exportación, a pesar que el consumo doméstico se está incrementando. Ello se debe a un desarrollo del sistema alimentario que utiliza la fresa como insumo para una nueva gama de productos derivados (postres, alimentos nutritivos, confitería, etc.), que requieren de una calidad especial. Sin embargo, en el nivel de la producción se mantienen patrones tradicionales, caracterizados por un bajo nivel de información sobre los mercados de destino, el uso final del producto, lo cual genera problemas de inserción en los circuitos de comercialización, entre otros. Para el análisis de estos elementos se profundiza en el siguiente apartado, donde se revisa el estudio de caso.

#### EL ESTUDIO DE CASO: LA FRESA DEL ESTADO DE MICHOACÁN

En México la producción de fresa ha sido el resultado de un proceso externo, impulsado por empresas estadounidenses que tenían como objetivo complementar las cosechas en Estados Unidos, ya que la producción era insuficiente para abastecer la demanda durante todo el año.

En 1940 se introdujo el cultivo de fresa en Irapuato, Guanajuato, luego de un estudio de la zona que comprendía análisis de suelos, clima, agua, entre otros. Las empresas estadounidenses pusieron en marcha la producción a través de la selección y formación

de los productores, la extensión de tecnología, elección de plántulas (variedades), insumos, etc., comprometiéndose a comprar la totalidad de la producción. Hacia 1960, estas empresas concluyen que la región de Guanajuato ya no les rendía igual porque la tierra se estaba degradando y buscaron otras regiones aptas para el cultivo de la fresa. Es así como se desplazan hacia el valle de Zamora, en Michoacán, donde introducen la misma técnica de agricultura por contrato: proveen ayuda a cambio de asegurar la producción y compra de fresas. Simultáneamente, en otras regiones de Michoacán, se desarrollan otras zonas productoras como Maravatío y Panindícuaro, con una forma de producción más tradicional, y en el noroeste del país (Baja California), se establecen zonas de producción modernas, también gracias a las inversiones estadounidenses.

La introducción y producción de fresas en México ha estado influida por las empresas de Estados Unidos, tanto en el manejo productivo y tecnológico como en los sistemas de contrato y precios. Sin embargo, dentro de este sistema, coexisten también regiones donde se cultiva principalmente para el mercado doméstico, en minifundios y con condiciones y tecnologías muy tradicionales. Ello da lugar a una producción con características diferentes y con acceso a nichos de mercados distintos. A continuación se presentan los principales resultados del estudio sobre la parte comercial de la fresa.

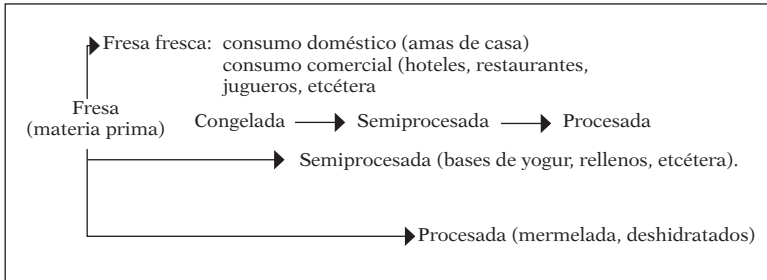
### *La fresa: diferencias según los usos*

La fresa es un producto cuya calidad y propiedades están condicionadas por el uso final de los consumidores. A través de las encuestas se percibe que los compradores e intermediarios identifican cuatro nichos que establecen una serie de atributos en términos de calidad, tamaño y presentación: la fresa fresca, la fresa congelada, la fresa semiprocada y la fresa procesada. Posteriormente, van a dar origen a nuevos productos y formas de organización del sistema a fin de adaptarse al consumidor final.

1. Fresa fresca (consumo doméstico y consumo comercial). Según cifras de la FAO, el consumo aparente<sup>4</sup> de fresas per cápita en México, en 2005, fue de 850 gramos, menor al registrado en 2004, que alcanzó 1.45 kilogramos y que ubica al país en el puesto 46 en

<sup>4</sup> El consumo aparente se obtiene de la suma de la producción y las importaciones menos las exportaciones.

GRÁFICA 1  
USOS DE LA FRESA



FUENTE: elaboración propia.

el nivel de consumo interno por persona en el mundo. En lo que se refiere a fresas frescas, existe una reputación diferente entre las fresas nacionales y las extranjeras. A las primeras, se les considera de mayor sabor y gusto, pero también de calidad higiénica dudosa. Las segundas, tienen fama de ser más duraderas y de mejor calidad.

De acuerdo con su uso, se prefieren fresas de diferentes regiones, tal como se muestra en el cuadro 1.

2. Congeladas. Las fresas congeladas son empleadas para satisfacer la demanda de fresas de cierta calidad durante todo el año, y

CUADRO 1  
CRITERIOS DE SELECCIÓN DE LAS FRESAS FRESCAS

<i>Usuario</i>	<i>Criterio de selección</i>	<i>Origen preferido</i>
Pastelería (decoración)	Forma uniforme, tamaño (tres a cuatro centímetros de diámetro), color y consistencia.	Importada, por buena presentación y mayor duración.
Restaurantes y hoteles (postre)	Tamaño, aroma, color y consistencia.	Importadas, Baja California.
Juguerías, paletterías	Aroma, sabor y rendimiento.	Centro del país.

FUENTE: elaboración propia con base en las encuestas realizadas en 2007.



también como materia prima de las industrias (elaboración de yogures, barras de cereales, entre otros). Sin embargo, el proceso es muy costoso por el congelamiento y mantenimiento de la fruta.

3. Semiprocadas. Se utilizan como bases y requieren que las fresas tengan una consistencia especial. Es comercializada por las empacadoras a un precio mayor que las fresas frescas porque requieren de un tratamiento especial.

4. Procesadas. Son los productos de base para la elaboración de productos *delicatessen* o *gourmet*, tales como la fresa deshidratada, cubierta con chocolate o chamoy (fresa con chile). Las fresas son compradas congeladas, pero luego pasan a un proceso de deshidratación por etapas que permite conservar el sabor, color y olor. Luego, las fresas son adecuadas y vendidas en empaques individuales.

La existencia de estos cuatro segmentos de mercado refleja un consumo distinto con necesidades de producción diferentes, según el uso final de las fresas. Ello se relaciona con un tratamiento de poscosecha diferente de acuerdo con el producto que se desee obtener.

En cuanto a la calidad de la fresa, las encuestas confirman que los atributos dependen de un conjunto de factores, tales como su aspecto exterior, su época de floración, el grado de madurez y la variedad misma. Este conjunto de indicadores sobre la “calidad” van a determinar el uso o el nicho final al cual se puede acceder.

Es por ello que en la relación entre el productor y el mercado final, la etapa productiva tiene un papel primordial, en la medida que la elección de la variedad, método de producción y época de cosecha afectarán la “calidad” final y el mercado de destino. Al respecto, se pudo constatar que los intermediarios y las agroindustrias conocen bien los diferentes criterios de la demanda. No obstante, en el caso de los productores, la mayoría carecen de este tipo de información, lo cual genera un bajo nivel de acceso a ciertos canales o la dependencia con los intermediarios encargados de la selección y preparación para ciertos nichos.

### *Un sector productivo en crisis*

Según los datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en 2004 México ocupó el noveno lugar como país productor de fresa en el nivel mundial (FAOSTAT, 2007). En cuanto al comercio exterior, durante ese mismo año, fue

el sexto país exportador en términos de valor, el décimo sexto en cuanto a importaciones, por un valor de 16 millones de dólares.

En México la producción se ha realizado históricamente en tres estados: Guanajuato, Michoacán y Baja California, aunque en los últimos años aparecen nuevas entidades productoras (principalmente en el centro de México). No obstante, al igual que otros cultivos, encontramos diferencias en el nivel de los productores, de las zonas de producción y en los resultados obtenidos.

Michoacán ha sido, durante la última década, el principal estado productor de fresas, seguido por Baja California y Guanajuato, debido a la expansión de hectáreas cultivadas y no tanto por los rendimientos.

Las regiones productoras michoacanas son el valle de Zamora, que es la mayor de todo el país, Panindícuaro y el valle de Maravatío (donde se encuentra el ejido de Tungareo, conocido productor). No obstante, la concentración de la producción en esta región se debe a una mayor superficie sembrada y no a un mejor rendimiento por hectárea.

A pesar de ser una zona fuertemente productora, de 70 a 80 por ciento de la producción de fresa de Michoacán va a la industria de proceso, y de 20 a 30 por ciento al mercado fresco interno y de exportación. Ello repercute en el precio en la medida que las industrias pagan el precio de la fresa, como materia prima mientras que el segundo nicho tiene un mejor precio como producto final.

No obstante, se debe señalar que dentro del estado existen dos tipos de canales de comercialización: el mercado fresco, que a su vez puede ser formal e informal, y las agroindustrias o emparadoras, que pueden ser grandes, medianas y pequeñas. Ello será abordado con mayor profundidad en el siguiente apartado.

En función de la producción se ha implementado un ciclo de abasto "regional" que permite la disponibilidad de fresas durante todo el año. En el caso de los productores de Michoacán, las encuestas mostraron que dentro del ciclo de abasto, la región participa junto con otras durante las épocas de "abundancia" de fresa, recibiendo precios medios y bajos por el producto.

Existen, además, diferencias en cuanto a la presentación de las fresas que influyen sobre la "calidad" final y donde el productor podría intervenir: el empaque y selección de las fresas, el transporte entre las zonas productoras y los mercados, el uso de "pre-cooler" y "cooler". Sin embargo, todo ello está condicionado a un cierto nivel de capital para afrontar las diferentes inversiones, incluyendo el uso de tecnologías (por ejemplo macrotúneles), para alargar

CUADRO 2  
CICLO DE ABASTECIMIENTO DE FRESAS

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Centro de la República (Michoacán, Ixtapan, Irapuato Estado de México)	■		■		■		■		■		■	
Baja California	■		■		■		■		■		■	
Estados Unidos	■		■		■		■		■		■	
Cinco etapas	Sólo Centro	Centro y Baja California		Los tres		Baja California y Estados Unidos		Sólo Estados Unidos		Sólo Centro		

FUENTE: elaboración propia.

el periodo de abasto desde la región, aprovechando además su cercanía con los mercados del Distrito Federal.

El estudio permitió identificar tres fenómenos relevantes que condicionan el desarrollo a futuro de las zonas productoras de fresas:

- El primero se refiere a la articulación de las zonas productoras (principalmente del centro y norte del país) con empresas estadounidenses, en términos de capital, infraestructura, manejo e incluso variedades exclusivas. En este contexto, el desarrollo mexicano del sector de fresa está vinculado al abastecimiento de Estados Unidos, quedando rezagado el suministro del mercado nacional. Esta situación consiste en completar la oferta de los productores de Estados Unidos, especialmente durante el invierno, pero a la vez conduce a una dependencia de los mercados, excluyendo las oportunidades ofrecidas en los mercados nacionales.

- El segundo está vinculado a la aparición de nuevas zonas de producción o permanencia de zonas poco rentables, orientadas a abastecer el mercado nacional. Esta competencia es aprovechada por los intermediarios e influye negativamente en los precios pagados a los productores ya que no se reconoce la calidad del producto. A la vez, perjudica la reputación de las fresas nacionales.
- El tercero se refiere a las zonas de producción que están respondiendo a las demandas de las agroindustrias y donde se agrupan áreas de producción, acopio y transformación para la elaboración de productos de fresa semi-procesados (Zamora). No obstante, existen dos tipos de agroindustrias: aquellas que pagan un buen precio pero que imponen elevados controles de calidad, y las menos dinámicas, con requisitos más flexibles pero con un precio por debajo del mercado fresco.

Estas tres tendencias van a condicionar la evolución de la producción de fresas del país: en este momento se constata que hay áreas que se especializan tanto en variedades como en métodos de producción, para abastecer el mercado nacional en fresco, las agroindustrias y el mercado internacional. Por ejemplo, es importante destacar el alto rendimiento que muestra la zona de Baja California, en relación con las otras zonas productoras: tiene un rendimiento de 48.7 toneladas/hectárea contra 25.6 y 19.7 toneladas/hectárea de Michoacán y Guanajuato, siendo la tercera región donde se dedican a la producción de fresas en términos de hectáreas cultivadas.

Según las encuestas realizadas, los comerciantes opinan que los productores dedicados al abasto de Estados Unidos que mantienen contratos con empresas estadounidenses son más dinámicos en el nivel comercial. Ellos consideran que esta forma de producción, por contrato, es la que está dominando el comercio internacional de fresas.

Al contrario, los productores orientados al mercado doméstico de fresas frescas, donde se encuentran los pequeños, son los que enfrentan mayores dificultades para la inserción en los mercados, en particular por la aparición de nuevos canales que van ganando importancia en la comercialización como los supermercados, que además tienen altas exigencias en términos de calidad y cantidad.

Es así que para los pequeños y medianos productores, el futuro comercial se presenta incierto debido a las elevadas exigencias en términos de volumen, financieras y calidad de los nichos de mer-

cado atractivos. A la vez, los bajos precios y la poca confianza en las relaciones establecidas desincentivan a los productores a mejorar la calidad a fin de poder acceder a nuevos nichos. Ello se debe también al bajo nivel de capacidades de los productores y la falta de conocimientos sobre la parte comercial y los nichos de mercados, lo que los conduce a depender de intermediarios para realizar las ventas.

*Sector comercial en evolución y concentrado en pocos agentes*

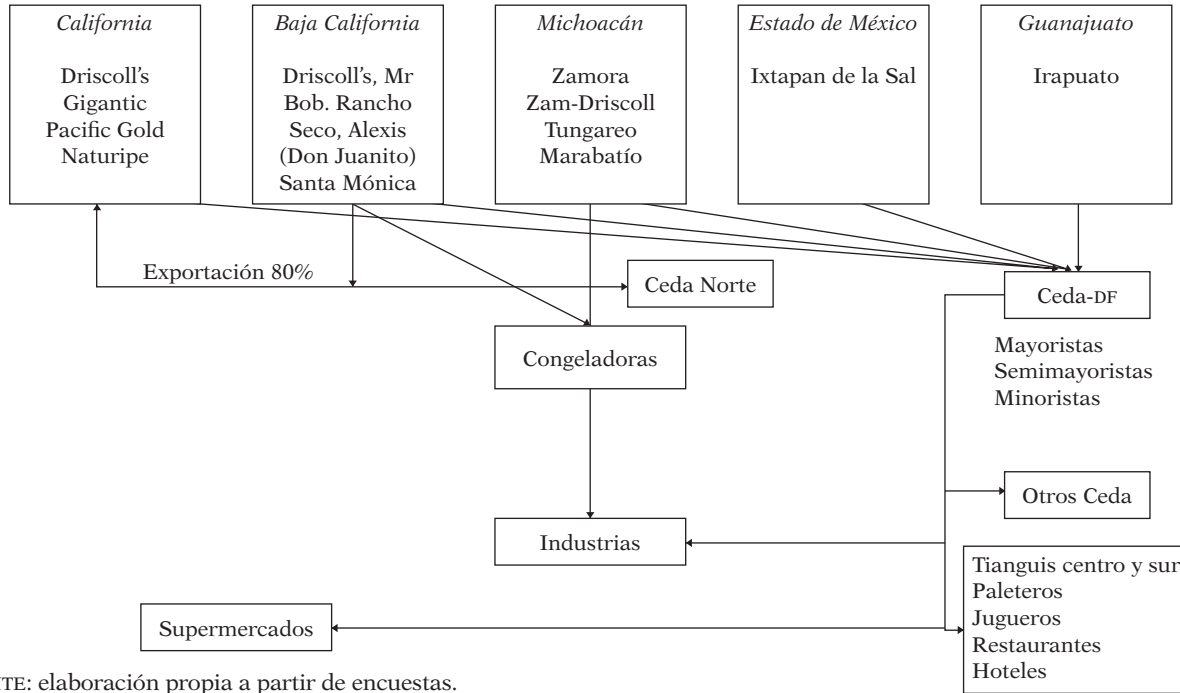
Los circuitos de comercialización de la fresa varían en función del tipo de fresa (fresca/procesada) y del destino (mercado doméstico/exportación), tal como se aprecia en la gráfica 2. Es así como podemos resumir lo siguiente:

- Cuando la fresa se comercializa en estado fresco y para el mercado doméstico, los actores principales son la Central de Abasto de la ciudad de México y los supermercados.
- Cuando la fresa se comercializa en estado fresco y para exportación, los actores principales son las empresas transnacionales, generalmente estadounidenses y las integradoras (empacadoras).
- Cuando la fresa se comercializa procesada o semiprocesada: si es para exportación, los actores principales son las congeladoras, mientras que cuando es para el mercado nacional, serán las integradoras y en algunos casos, los comerciantes de la Central de Abasto de la ciudad de México, quienes abastecerán a las agroindustrias.

Durante muchos años, la Ceda DF fue el centro del sistema de acopio de productos hortofrutícolas de todo el país, los cuales eran distribuidos a los principales canales de comercialización de la ciudad (bodegas, tianguis, mercados sobre ruedas) y a otras centrales de abastos, alrededor de la ciudad de México. Ello se justificaba por su proximidad al centro del país y la capital, donde se encuentra asentada la mayor cantidad de la población.

Sin embargo, esa situación cambió por la aparición de un nuevo canal de comercialización en el sistema de acopio. En un inicio los supermercados se abastecían en la Ceda DF, pero algunos de los comerciantes no lograban adaptarse a las exigencias de los supermercados, sobre todo en términos de pagos y descuentos. Por el contrario, algunos comerciantes de la Ceda DF (son tres los que

GRÁFICA 2  
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE FRESAS



FUENTE: elaboración propia a partir de encuestas.

entregan fresas a los supermercados), se “especializan” en el abasto de los supermercados y se adecuan a este manejo financiero en la organización del abasto de tal forma que pueden cumplir con la entrega de fresas durante todo el año. Es así como en la actualidad, el sistema pasó de ser dirigido por la Ceda DF, a estar dominado por los supermercados.

En el presente ocurren cuatro fenómenos que afectan el sistema de comercialización y, con ello, a los productores de fresas en México:

- El primero está relacionado con el abastecimiento de las fresas. Existe un calendario de abasto bastante estricto que va a determinar precios, cualidades y cantidades comerciales de fresas.
- El segundo, que afecta a todos los comerciantes y se relaciona con la pérdida de importancia de la Ceda DF en el abasto de la producción:
  - Los supermercados son nuevos canales que han desplazado a los principales clientes de la Ceda DF: tianguis, mercados sobre ruedas, bodegas, etc. Este nuevo canal está relacionado, además, con nuevos estándares de calidad del consumidor, sobre todo sanitarios, lo cual impone nuevos retos a los productores.
  - La demanda extranjera de las fresas crea una fuerte competencia para el acopio de fresas: los principales productores tratan de colocar, en primer lugar, las fresas en integradoras para su exportación. Ello va a impactar a los precios nacionales por la vía de la influencia de los precios pagados a los exportadores y a la tasa de cambio.
  - Al interior de la Ceda DF, existen cada vez más competidores: llegan muchos pequeños comerciantes durante los meses de temporada, hay poca coordinación entre los mayoristas, mucha competencia en precios y poca fidelidad de clientes y cada vez menos clientes en las zonas minoristas (amas de casa). Existen dos grupos de comerciantes que concentran alrededor de 90 por ciento del volumen comercializado de fresas.
- La tercera tiene que ver con el sistema de abasto de los supermercados:

- Nuevas formas de acopio en la producción, que busca relacionarse de forma más directa con los productores. La Ceda pasa a ser un canal de “reserva”. No obstante, el abasto de los supermercados está relacionado con nuevas exigencias de calidad, producción y condiciones financieras, bastante difíciles de cumplir para los productores e incluso para los comerciantes “especializados” en este tipo de abasto.
- El comercio global de los supermercados impone estrategias de comercialización entre tiendas. Es decir, los supermercados se abastecen, además, de tiendas localizadas en el extranjero, por ejemplo, California, lo cual podría desplazar a la producción nacional.
- La cuarta se relaciona con las agroindustrias. En efecto, la evolución del sistema agroalimentario mexicano va a imponer nuevas demandas de materia prima (fresa):
  - Una serie de condiciones hacen necesario que las fresas pasen por un sistema de preparado y adecuación que por el momento sólo cumplen las acopiadoras y no directamente los productores.
  - Una nueva demanda, en crecimiento o al menos constante, por la existencia de nuevos productos que ocupan fresas, como yogures bebibles, mermeladas, productos delicatessen, insumos de panificadoras, entre otros.

Estas nuevas tendencias del comercio de fresas nos llevan a reflexionar sobre las estrategias que pueden seguir los productores para insertarse en los mercados. Un elemento principal es lograr una mayor capacidad de asociación y coordinación entre los productores y consumidores, buscando una estrategia ganador-ganador con miras a fortalecer el sistema producto de la fresa.

## CONCLUSIÓN

La liberalización del comercio ha incrementado los flujos comerciales entre los países y ha facilitado la instauración de empresas transnacionales. En el caso del sistema agroalimentario, ello se traduce por el fortalecimiento de las cadenas globales, con nuevas exigencias para los productores y nuevas formas de integración.



El estudio sobre el acceso de los productores al mercado de fresas en México pone en evidencia tres elementos importantes dentro de un sistema complejo: el consumo en crecimiento, el sector productivo en crisis y un sector comercial en evolución.

El consumo de fresas está influido por nuevas formas de consumo del producto y diferentes usos que a su vez exigen mayores niveles de calidad. Asimismo, es un producto alimenticio que no es de primera necesidad, por lo que en épocas de precios altos, su consumo se reduce de manera significativa.

Del lado de la producción, existen cada vez nuevos estados productores, pero su inserción a los circuitos comerciales se realiza con dificultades. Los canales tradicionales de fácil acceso para los pequeños están en vías de desaparición. En el caso de las grandes zonas productoras, priman los contratos impuestos por las grandes transnacionales, en donde los beneficios a los productores no son evidentes. Un punto adicional está ligado a la dependencia de inversiones estadounidenses que deciden el dinamismo de las zonas productoras.

Asimismo, existe un sector comercial en plena evolución, el cual está dominado por agentes internacionales y cadenas de supermercados que están imponiendo grandes cambios.

El sector de fresa puede ser viable con la condición de adaptarse a nuevos requerimientos de calidad, que implica nuevas tecnologías modernas de producción, nuevas variedades y nuevas inversiones. Ello puede complementarse con un sistema (o formas de organización), que aseguren una redistribución equitativa del comercio que no perjudiquen al productor.

En este contexto, la elección de la “calidad” resulta importante porque determina el mercado final. Esta calidad es influida por la variedad y la época de floración, así como otros factores como se ha detallado. El productor debe considerar algunos elementos como:

- La variedad (o variedades) de la planta que dependen del acceso a productos patentados o comercializados de forma legal.
- El nivel de tecnología que depende de sus posibilidades económicas y capacidades humanas.
- El manejo adecuado durante la cosecha: el riego, las buenas prácticas, etcétera.
- Las prácticas durante la cosecha y el empaque del producto.

- El manejo poscosecha, que incluyen el uso del frío y transporte.

Asimismo, hay factores donde el productor no puede influir, pero que debe tener en cuenta para el acceso a los mercados, tales como la época de cosecha que depende de las condiciones climáticas de cada región, y el periodo de floración.

Finalmente, un elemento importante para la reorganización del sistema se apoya en el acercamiento entre el productor y el comerciante. El primero cuenta con información sobre la producción, pero carece de conocimientos sobre el manejo poscosecha y demandas del consumo. Esa información puede ser proporcionada por el comerciante, lo cual facilitaría y mejoraría las condiciones para el acceso a nuevos nichos de mercado y, con ello, una mejor venta. En contraparte, debe mejorarse el precio recibido, ya que en la situación actual existe un círculo de empobrecimiento del sistema: no se valoriza la calidad, por lo cual el productor no pone énfasis en ella y, así, hay nichos a los cuales no se puede llegar y donde el producto tendría un mayor precio.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ACOSTA, R. (2005), "Retailers-Agribusinesses-Producers Integration as a Key for Competitiveness in Mexico", en <<http://www.pecc.org/food/papers/2005-2006/Mexico/mexico-presentation.ppt#12>>.
- BERDEGUÉ, J. y X. SANCLEMENTE (2007), *La fresa en Michoacán: los retos del mercado*, Michoacán, Gobierno del Estado de Michoacán.
- BOUCHER, F. (2006), "Encuestas para compradores de fresas: Ceda DF, industrias y otros consumidores", documento de trabajo, México, IICA.
- ORGANIZACIÓN ECONÓMICA PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO (OECD) (2006), "Política agropecuaria y pesquera en México. Logros recientes, continuación de las reformas", en <<http://www.oecd.org/dataoecd/6/26/38778312.pdf>>.
- PACIFIC ECONOMIC COOPERATION COUNCIL (PECC) (2005), "Pacific Food System Outlook. 2005-2006: A Revolution in Food Retailing", en <<http://www.pecc.org/food/papers/pfso2005-06.pdf>>.
- REARDON, T., P. TIMMER y J. BERDEGUÉ (2004), "The Rapid Rise of Supermarkets in Developing Countries: Induced Organiza-

tional, Institutional, and Technological Change in Agrifood Systems”, en *JADE Electronic Journal of Agricultural and Development Economics, Agricultural and Development Economics Division* (ESA), FAO, vol. 1, núm. 2, pp. 168-183.

*Portales de internet consultados*

CENTRAL DE ABASTOS DEL DISTRITO FEDERAL, en <<http://www.ficeda.com.mx/home.php>>.

DRISCOLL, en <<http://www.driscolls.com/>>.

FAOSTAT (ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN), datos sobre producción y comercio, varios años, en <<http://faostat.fao.org/>>, año de consulta 2007.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa), Sistema de Información Agropecuaria de Consulta, varios años, en <<http://www.siap.gob.mx/>>, año de consulta 2007.

SECRETARÍA DE ECONOMÍA, SISTEMA DE INFORMACIÓN ARANCELARIA VÍA INTERNET (SIAVI), varios años, en <<http://www.economia.gob.mx/?P=2261>>, año de consulta 2007.

SERVICIO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP), en <<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/fordV/panel.5/13.pdf>>.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA), Data and Statistics, en <[http://www.nass.usda.gov/Data\\_and\\_Statistics/index.asp](http://www.nass.usda.gov/Data_and_Statistics/index.asp)>, año de consulta 2007.



ESTRATEGIAS DE LA UNIÓN AGRÍCOLA  
REGIONAL DE FRUTICULTURA-CHIHUAHUA  
BAJO EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO  
DE AMÉRICA DEL NORTE

*Rita C. Favret Tondato\**

RESUMEN

Este trabajo corresponde a un avance de investigación sobre la Unión Agrícola Regional de Fruticultores (Unifrut) del estado de Chihuahua, la cual organiza a los productores de manzana para que concurren al mercado nacional. Se destacan las respuestas de estos actores sociales locales que resisten en forma activa el proceso de globalización; específicamente compiten con los productores de Washington (Estados Unidos) y han denunciado las prácticas comerciales desleales por parte de las compañías exportadoras e importadoras de manzana de mesa a precios *dumping*.

Este sector pagó un alto costo social con la desaparición de aproximadamente dos mil productores, durante la implementación de las políticas neoliberales que privilegiaron al sector exportador y la apertura comercial, sin los apoyos que compensaran la competencia desigual. En consecuencia: *a*) la asociación promovió entre sus agremiados la planeación estratégica de sus empresas, la modernización del proceso productivo y de poscosecha, al destacar la importancia económica regional de esta cadena productiva que genera alrededor de 60 por ciento de la producción nacional; y *b*) principalmente, defendiendo la venta de su producto en el mercado interno denunciando la competencia comercial ilegal por medio de juicios lentos y costosos.

\* Profesora e investigadora del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro. Correo electrónico: <rfavretuaaan@hotmail.com>.

## INTRODUCCIÓN

La integración de México al bloque económico de América del Norte difundió temor entre la mayor parte de los productores agrícolas; los dirigentes de las asociaciones fueron instruidos para realizar la evaluación de cada uno de los sectores productivos por cultivo, con el fin de documentar su situación ante la apreciación de que serían afectados por un tratado de libre comercio con Estados Unidos y, en menor medida, con Canadá. Sin embargo, las negociaciones siguieron avanzando impulsadas por el gobierno y un reducido número de productores exportadores cuyo fuerte poder económico se incrementaría con este acuerdo (Puga, 2004:104, 116).

Con las reformas neoliberales realizadas en la década de 1990, ocurrieron cambios económicos y en la política agrícola se abandonó la autosuficiencia alimentaria por la importación; también se transformó el sistema político y el Estado en su relación con las organizaciones sociales al surgir nuevos actores (Carton de Grammont y Mackinlay, 2005:11). Al mismo tiempo se operó un cambio en la relación de los funcionarios públicos con los empresarios y sus organizaciones, porque la apertura comercial perjudicó a una parte de estos productores cuando, a mediados de los años noventa, el Estado mexicano estableció su alianza con los grandes empresarios exportadores y las grandes agroindustrias (Carton de Grammont y Mackinlay, 2005:14). En consecuencia, los empresarios que producían para el mercado interno se sintieron desplazados y debieron redefinir sus estrategias en defensa de la actividad, y sus organizaciones fueron fundamentales como intermediarias para diseñar nuevas estrategias y elevar las demandas de los agremiados ante las autoridades.

Los procesos de globalización son construidos socialmente y constantemente renegociados entre los distintos actores que provienen de múltiples trayectorias históricas, cuyos resultados son una mezcla de efectos intencionales y no intencionales (Llambí, 1997:340-341). En este sentido es importante destacar la función de la membresía local y las relaciones de reciprocidad entre los miembros de las asociaciones para afrontar esta etapa de globalización. Los actores locales, en su interacción, van interpretando las situaciones y generando las respuestas de cómo comportarse. También son trascendentes las relaciones de apoyo entre los grupos locales y sus miembros ante los nuevos procesos socioeconómicos (Bonano, 2006:246).

La producción agrícola en los países que integraron el bloque de América del Norte se concentra en determinadas regiones por las características ecológicas. El manzano es un frutal perenne de clima templado con un volumen de producción importante en Estados Unidos, país que ocupa los primeros lugares en exportación de manzana fresca de mesa en el nivel mundial. En el estado de Washington se produce un porcentaje considerable de la manzana estadounidense; tanto los fruticultores como las compañías emparadoras-comercializadoras cuentan con una larga tradición. Desde principios del siglo XX, los colonos con pequeñas huertas irrigadas comenzaron a exportar su fruta. El periodo de expansión se inició después de la década de 1950 debido a que introdujeron cambios tecnológicos en el proceso productivo y en la refrigeración de la manzana, con fuerza de trabajo de mexicanos y de mexicano-estadounidenses. A partir de la década de los años ochenta se incrementaron la extensión de las huertas; la producción y las exportaciones pasaron de diez millones de cajas a cerca de 30 millones de cajas en 1994-1995. El fomento a las exportaciones estuvo a cargo de la Comisión de las Manzanas de Washington; luego el Departamento de Agricultura de Estados Unidos entregó un subsidio de 1.4 millones de dólares en 1986, que se fue incrementando hasta 3.2 millones de dólares en 1997 (Sonnenfeld *et al.*, 1998:154, 162-163, 167).

La manzana se destaca por su valor nutritivo, el sabor y la posibilidad de ser refrigerada hasta por dos años, condiciones que favorecen su importancia en cuanto al valor de las transacciones comerciales internacionales. La importación de frutas de clima templado se ha incrementado y desplaza a la producción nacional en el mercado mexicano (Echánove y Steffen, 2005:21).

En México, las regiones propicias para el cultivo del manzano son escasas y se concentran en el estado de Chihuahua, que genera 60 por ciento de la producción nacional (Siacon, Sagarpa). Así, más que una confrontación de país a país, es una competencia de región a región entre los fruticultores de Chihuahua y los de Washington. Una parte de los productores y su organización también construyeron una estrategia de respuesta a los factores de la globalización que los afectarían, como ocurrió en otros lugares del mundo donde ciertas regiones se fortalecieron (Ohmae, 2006:105-107). La consideración del espacio y las relaciones sociales permiten analizar los grupos productivos, sus organizaciones y la intervención del Estado en estos procesos complejos y heterogéneos que ocurren con la globalización (Bendini, 2006:230).

Los dirigentes de la Unión Agrícola Regional de Fruticultores de Chihuahua (Unifrut-Chihuahua) lideraron a los productores manzaneros nacionales durante las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y fueron los encargados de integrar el diagnóstico del sector. Su presidente participó como asesor en lo que se denominó el “cuarto de junto” para constatar la fuerte presión que realizaron los dirigentes de los productores y funcionarios estadounidenses, experiencia que luego comunicó a los miembros de la organización y a los dirigentes de las otras asociaciones nacionales con el objetivo de promover la reestructuración y defensa del sector que no tenía acceso a créditos (Bautista, 2006).

Tal vez en lo único en lo que ellos tenían esperanza era en que las operaciones comerciales legales desalentaran el contrabando y la subfacturación, prácticas que se acrecentaron desde la apertura comercial; sin embargo, esto no sucedió.

Los productores de manzana de Chihuahua pagaron un alto costo social con la desaparición de aproximadamente dos mil productores durante la implementación de las políticas neoliberales, las cuales privilegiaron al sector exportador y la apertura comercial sin que ellos contaran con los apoyos que compensaran la competencia desigual. En consecuencia: *a)* la asociación promovió entre sus agremiados la planeación estratégica de sus empresas, la modernización del proceso productivo y de poscosecha, y destacaron la importancia económica regional de esta cadena productiva; y *b)* principalmente, pugnar por la defensa de vender su producto en el mercado interno denunciando la competencia comercial ilegal por medio de juicios lentos y costosos.

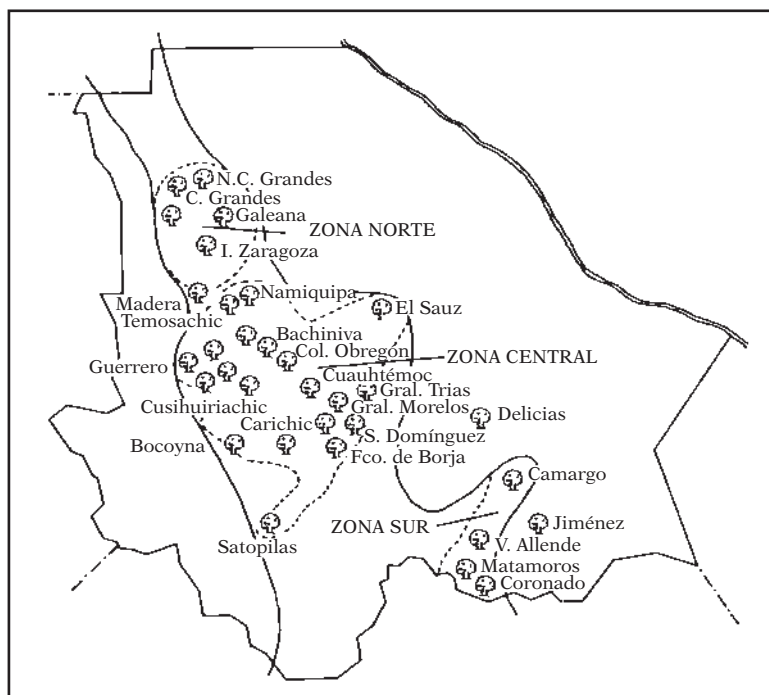
#### DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD MANZANERA

Hacia la década de 1970, la fruticultura chihuahuense estaba consolidada en los primeros lugares en el nivel nacional; había ganado las tierras hacia el oeste para el cultivo del manzano y el durazno, mientras que el nogal sustituyó al algodón en los distritos de riego. El manzano se concentró en la región de Cuauhtémoc, Bachíniva y Guerrero, y la producción de durazno en Casas Grandes y en la capital del estado (véase el mapa 1). Las grandes inversiones en el mejoramiento tecnológico habían dado sus frutos pues



aumentó el volumen de la producción y el rendimiento por árbol.<sup>1</sup> Luego, en 1980, la superficie manzanera de 23 447 hectáreas contaba con riego de pozo o pertenecía a un distrito de riego, y sólo 480 de éstas eran de temporal (Aboites, 1995:74; Favret, 2006:265).

MAPA 1  
REGIÓN MANZANERA DE CHIHUAHUA



FUENTE: Ramírez y Cepeda (1990:34).

También en la década de los setenta se extendió la plantación de manzanos hacia las tierras donde los ejidatarios cultivaban trigo, como fue el caso del ejido Namiquipa. En este municipio fueron

<sup>1</sup> El incremento en la plantación de árboles de manzano pasó de 1 236 571 en el año de 1972 a 5 715 005 en 1980. Los durazneros de 549 860 a 1 437 030, y los nogales de 160 640 a 1 019 705 en el mismo periodo.

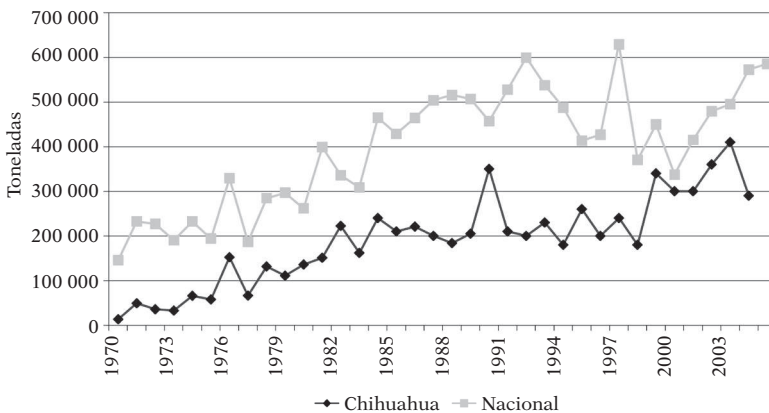
los comerciantes de fruta de Jalisco los que invirtieron en grandes huertas de manzanos después de 1970 (Nugent, 1993:118).

Hacia 1989, la superficie dedicada a la producción de manzanos en el estado fue de 25 299 hectáreas y un tercio estaba en desarrollo. Los productores mejoraron parte del proceso productivo en 60 por ciento del área que correspondía a la propiedad privada. Esto ocurrió porque aumentaron la densidad de árboles por hectárea y compraron equipo para la protección contra los fenómenos climáticos de heladas, granizo y sequía; el otro 40 por ciento correspondía a tierras ejidales donde la mayoría de los pequeños productores no pudieron acceder a la tecnología (CNF, 1990:7-8).

También fue muy importante la construcción de infraestructura de poscosecha y comercialización, como los frigoríficos con capacidad para almacenar 170 602 toneladas en atmósfera convencional y 25 480 toneladas en atmósfera controlada, y 41 bodegas de particulares y de cooperativas en los más importantes centros de consumo (28 en la ciudad de México, ocho en Guadalajara, tres en Monterrey, una en Hermosillo y otra en Celaya). En la zona se instalaron siete agroindustrias para procesar más de 120 mil toneladas de fruta en jugo, puré, sidra, vinagre y deshidratados (CNF, 1990:27).

La producción fue aumentando hasta obtener un volumen récord de 409 778 toneladas en 2005 (Siacon, Sagarpa). Sin embargo,

GRÁFICA 1  
PRODUCCIÓN DE MANZANAS



FUENTE: Sagar-Cea-Secofi (1927-1992), Sagarpa-Siacon (1993-2006).

las fluctuaciones son la tendencia, pues el cultivo presenta alternancia con un año de buena producción y al siguiente de baja, así como por la incidencia de los fenómenos climáticos.

La nueva etapa que definió el TLCAN condicionó a los productores a realizar mayores inversiones en reestructurar el proceso productivo y de poscosecha, para obtener una manzana de mejor calidad y competir con la fruta importada. También surgió la necesidad de abatir costos mediante un mayor rendimiento de manzana de calidad por hectárea. Las mayores inversiones empresariales se realizaron en fertirrigación, mallas antigranizo y en frigoríficos de atmósfera controlada, en parte con el programa de Alianza para el Campo (luego Alianza Contigo) ofrecido por el gobierno federal y el gobierno estatal (Unifrut, 2003).

En 2005, el personal de Unifrut se encargó de reunir los datos sobre su sector: además de los 2 500 productores afiliados a esa asociación (principalmente medianos y grandes), existían aproximadamente otros 500 que eran independientes o pertenecían a otras organizaciones. Se calculó una superficie de entre 26 mil y 30 mil hectáreas con manzano, casi todo con riego; 12.9 millones de árboles (65 por ciento de la variedad *Golden*, 30 por ciento *Red Delicious* y cinco por ciento de *Gala* y *Rome Beauty*). Para el manejo de la fruta en poscosecha existían 44 empacadoras y 98 frigoríficos; 70 por ciento era fruta fresca de mesa y el resto se industrializaba. El sector generó 12 mil empleos directos y un millón de jornales durante la cosecha de agosto a octubre (*El Diario*, 2005:3-4G). En 2005, el valor de la producción fue de más de 1 451 millones de pesos, y en este rubro ocupaba el primer lugar de todos los cultivos del estado (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2005).

Chihuahua no cuenta con las condiciones ecológicas óptimas para el cultivo del manzano comparado con Washington, pero son las mejores dentro del territorio nacional. Esta situación impacta en los costos de producción por la instalación de equipos de protección para controlar los factores climáticos, pero los salarios son más bajos que en Estados Unidos y éstos representan un porcentaje importante de los mismos.

Otro contraste corresponde a los subsidios que recibieron los productores de Washington frente a la crisis por sobreproducción y precios bajos que pagaron las cooperativas empacadoras-comercializadoras a los productores. En 1996, estos fruticultores perdieron 1.5 billones de dólares y 500 millones en la cosecha de 2000, por eso el congreso estadounidense aprobó un subsidio de 100 millo-

nes de dólares aplicables a las cosechas de 1998 y 1999<sup>2</sup> (*Unifrut*, 2001, núm. 3). Además recibieron un subsidio de 29 centavos de dólar por cada kilogramo comercializado (Declaraciones de Jorge Suárez, presidente de la Unifrut, *El Diario*, 2006).

#### ORGANIZACIÓN DE LA UNIFRUT-CHIHUAHUA

Al mismo tiempo que se desarrolló la producción manzanera, en los años 1956 y 1957, los productores se organizaron en asociaciones locales y en una confederación regional que en 1972 se transformó en la Unión Agrícola Regional de Fruticultores de Chihuahua, y se formalizaron legalmente las asociaciones de productores de manzana, nogal, durazno, pera, membrillo y ciruela. Por último, en 1979 se registró como una asociación civil: Unifrut-Chihuahua con la integración de 20 asociaciones locales,<sup>3</sup> y una moderna estructura administrativa con gerencias.<sup>4</sup> Cada asociación elige un representante que asiste a la asamblea general anual, eligen a sus dirigentes para los cargos de presidente, secretario, tesorero y vocales.

Los primeros consejos directivos establecieron que cada socio pagara una cuota por caja de manzana vendida, aunque en la práctica fue una aportación voluntaria, como ocurre en la actualidad (Bautista, 2006). Esos fondos se invirtieron en crear las tiendas de venta de insumos a menor precio y contratar ingenieros en fruticultura para asesorar a los socios (actualmente cuenta con una casa matriz en Cuauhtémoc y cuatro sucursales en Guerrero, La Junta, Bachíniva y Namiquipa). También construyeron los laboratorios que brindan los servicios de análisis de suelo, foliares y de patógenos; y aquellos que reproducen insectos benéficos. Asimismo, las asociaciones realizaron donaciones para reparar la infraestructura en algunas localidades.

<sup>2</sup> Washington: superficie con manzanos 20 110 acres, huertos abandonados: 2 700, y superficie de 1 250 acres no cultivada por falta de agua (*Unifrut*, 2001, núm. 3).

<sup>3</sup> Asociaciones: Colonia Álvaro Obregón, Bachíniva, Basuchil, Carichi, Coyachi, Cruces, Cuauhtémoc, Cusiuhiriáchi, Guerrero, Ignacio Zaragoza, La Junta, Maguarichi, Matachi, Namiquipa, Nuevo Casas Grandes, San Diego del Monte, San Francisco de Borja, Temeichi, Temosachi, Yepomera.

<sup>4</sup> Decreto 88 de la Legislatura del Estado, 18/1/1957, Ley de Asociaciones Locales de Productores de Manzana de Chihuahua. Actas Constitutivas 26/8/1972, 26/9/1978 y 26/1/1979.

A fines de 1992 y todo 1993, en los eventos donde se reunía a los fruticultores se pronosticaba que la actividad manzanera no subsistiría con el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, por lo cual la dirigencia de la Unifrut manifestó:

La opinión [incluida algunos segmentos de la banca] era que el Sector estaba deprimido y con nulas o escasas expectativas para el futuro. Aunque con todos los programas implementados por Unifrut se lograron: precios razonables y un rápido desplazamiento de cosecha.

[...]

Hoy más que nunca debemos estar convencidos que sólo la unidad y armonía en torno a nuestras organizaciones nos permitirán seguir sorteando los problemas que hoy enfrentamos y que en un futuro se presentarán. Sólo organizados podemos enfrentarnos a los retos que implica el Comercio Internacional (*Unifrut*, 1995, núm. 1).

La unión de productores intentó resolver los problemas de financiamiento con la formación de la Unión de Crédito Agrícola (Unicref), que sólo operó en 1992 y 1993. Para solucionar otro problema sensible, como la venta de la manzana, se creó una empresa comercializadora con 46 socios de la unión de crédito, la Empresa Integradora de Sociedad Limitada, de acuerdo con las normas de calidad establecidas ante Secofi, que comenzó con la venta de 3 500 toneladas de manzana seleccionada y empacada en frigoríficos que contrataron; aunque sólo operó en 1994 y 1995 (*Unifrut*, 1992, núm. 1 y 1994, núm. 3).

La organización participó en el comité para erradicar la mosca mexicana de la fruta y se logró que el estado se declarara libre de esa plaga en 1995, dando así uno de los primeros pasos fitosanitarios para exportar.

Una ventaja que los fruticultores chihuahuenses obtuvieron del TLCAN fue la apertura para comprar tecnología, por esto comenzó a operar el Servicio de Importaciones de la Unión, que apoyó a los productores en la introducción de material vegetativo, maquinaria y equipo para la producción, y refrigeración de la fruta.

El área de investigación se abrió con la creación del Laboratorio de Reproducción de Insectos Benéficos para el control biológico de las plagas, y se promovió la investigación en fruticultura en la Universidad Autónoma de Chihuahua mediante una estrecha vinculación.

La Unifrut-Chihuahua y la Asociación de Productores de Manzana de Cuauhtémoc organizaron simposios internacionales para que los productores tuvieran acceso a los conocimientos técnicos más avanzados, inducirlos a modernizar el proceso productivo y definir nuevas estrategias de comercialización, con la participación de especialistas locales, nacionales y de Estados Unidos. En los últimos años con el proceso de globalización, la convocatoria se amplió a profesionistas de otros países productores de frutales de clima templado: chilenos, españoles y argentinos, con lo que se crea un ambiente intercultural, como ocurre en las ferias de otros sectores productivos (García, 2006:14-15).

La preocupación por la capacitación de los productores fue constante. Ellos recibieron cursos técnicos, de actualización fiscal, estudio de planeación estratégica modelo DAFO y de calidad; pues consideraron que “La calidad es lo fundamental entre perder o ganar en la actividad” (*Unifrut*, 1994, núm. 4).

Entre 1992 y 2003, con la publicación de la *Revista Unifrut* se difundió la problemática del sector, promovió el mejoramiento tecnológico e informó sobre las tareas realizadas por la organización. Actualmente cuenta con su portal en la Internet: <<http://www.unifrut.com.mx>>.

Chihuahua se consolidó como el primer estado productor de manzana en el nivel nacional con más de 60 por ciento de la producción del país, el mejor nivel tecnológico y las asociaciones de productores mejor organizadas, cuyos líderes han ocupado también los puestos de la dirigencia nacional del gremio en la Confederación Nacional de Fruticultores, y desde 2004, en el Consejo Nacional de Productores de Manzana. También se establecieron fábricas de maquinaria y equipos agrícolas, de máquinas seleccionadoras de manzanas, entre otras, así como diferentes empresas que proveen los insumos.

Hacia 1991 se iniciaron las conversaciones sobre un tratado de libre comercio con Estados Unidos. Los dirigentes de la Unifrut comprendieron que la tendencia a la apertura comercial y la integración del bloque de América del Norte era inevitable. Por lo tanto, ellos, como directivos de la Confederación Nacional de Fruticultores, demandaron a las autoridades reestructurar el servicio de aduanas con personal honesto y capacitado, pero también dotado de laboratorios para realizar los estudios correspondientes. Además, solicitaron créditos oportunos y baratos para mejorar la producción y poscosecha. Mientras tanto, los manzaneros debían corregir el proceso de producción y comercialización con las si-

guientes medidas: mayor inversión, mejor nivel tecnológico, el uso eficiente del agua, mejorar la calidad de la fruta, abrir nuevos canales de comercialización e industrialización.

Para contrarrestar los altos niveles de corrupción en las aduanas, la Unifrut creó el Programa de Aduanas que depende de la Gerencia de Importaciones y Servicios, contrató sus propios inspectores para capturar los datos de los documentos de importación y alimentar un sistema de registro, cuyo procesamiento permite analizar el comportamiento de las importaciones y detectar prácticas ilegales,<sup>5</sup> además de realizar gestiones ante las autoridades y movilizarse (Quintana, 2005).

Por último, la Unifrut demostró ser una organización fuerte, con capacidad para desarrollar diagnósticos del sector, planeación hacia el futuro con la meta de cubrir 75 por ciento del mercado nacional en los próximos años y con poder de convocatoria, como lo demostró durante la marcha-mitin del 21 de febrero de 2005. Éste tuvo lugar frente a la Delegación de la Secretaría de Economía, en la ciudad de Chihuahua, con motivo de la suspensión del cobro de la cuota compensatoria por precios *dumping* a los exportadores estadounidenses. Los periodistas locales contabilizaron unos tres mil asistentes entre productores y trabajadores de las huertas y frigoríficos; también acudieron representantes de los tres partidos políticos más grandes: PRI, PAN y PRD; de El Barzón, del Frente Democrático Campesino, de la Confederación Nacional Campesina y de la Aerodinámica Nacional. La principal demanda fue la de restablecer la cuota compensatoria, por lo que continuarán luchando por la vía jurídica; también denunciaron que los exportadores de Estados Unidos no respetaron los precios de referencia acordados, y evidenciaron el comportamiento de los funcionarios de la Secretaría de Economía (*El Diario y El Heraldo de Chihuahua*, 2005). Como resultado, lograron que esta secretaría pospusiera por 90 días la aplicación de la resolución y ofreció apoyos económicos a los proyectos que presentaran dentro de los programas federales de equipamiento; sin embargo, decidieron solicitar una auditoría al área de Prácticas Comerciales Internacionales.

Meses después publicaron un desplegado dirigido al presidente electo, donde la Unifrut-Chihuahua denuncia:

<sup>5</sup> Supervisión de las aduanas: Reynosa y Nuevo Laredo, Tamaulipas; Manzanillo, Colima; Lázaro Cárdenas, Michoacán; Nogales y San Luis Río Colorado, Sonora; Tijuana y Mexicali, Baja California; Colombia, Nuevo León, y Ciudad Juárez, Chihuahua.

Confiado siempre en la autoridad y ante lo evidente de las irregularidades, los productores mexicanos teníamos la certeza de que la Secretaría de Economía contaba con los elementos suficientes para ordenar las importaciones y poner fin al abuso que los norteamericanos cometen contra la producción nacional. Pero no ha sido así, los productores mexicanos vemos con rabia y con tristeza cómo la Secretaría de Economía y quienes han estado al frente de ella se han sometido a los intereses de los exportadores norteamericanos dejando a su suerte a la producción nacional.

[...]

Ante tantas irregularidades, para nosotros cobra gran certidumbre la información que de tiempo recibimos por parte de diversos productores norteamericanos, quienes se dirigieron a la Unión de Fruticultores para hacer de nuestro conocimiento, que se acercaron a ellos para ofrecer a diversas empacadoras norteamericanas la obtención de una cuota compensatoria entre cero y uno por ciento, y dentro de su ofrecimiento afirmaron tener un acuerdo con funcionarios de la Secretaría de Economía para obtener lo ofrecido (*El Heraldo de Chihuahua*, 2006).

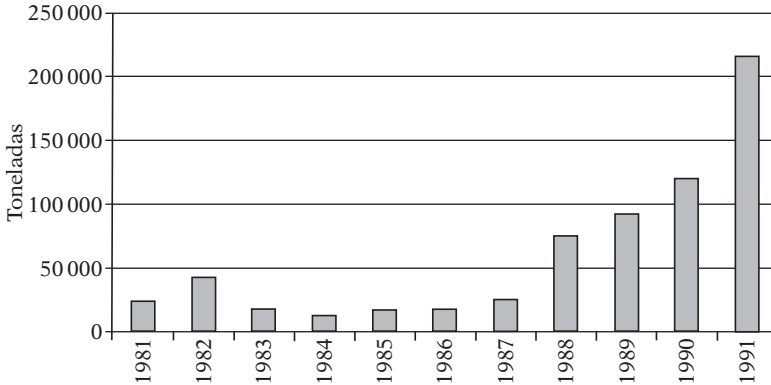
#### COMPORTAMIENTO DE LAS IMPORTACIONES

La producción nacional de manzanas no satisfizo la demanda de un mercado interno en crecimiento, cuyo volumen y valor de la transacción comercial resultó sumamente atractivo para los exportadores de otros países y los importadores mexicanos. Las importaciones aumentaron después de la apertura comercial en 1986 hasta la entrada en vigencia del TLCAN; cayeron drásticamente en 1995 como consecuencia de la fuerte devaluación del peso por la crisis de diciembre de 1994 y comenzaron a repuntar en 1996 para mantenerse en una meseta hasta 1999, sobre todo debido al cobro de la cuota compensatoria por la resolución provisional de la denuncia por precios *dumping* interpuesta por la Unifrut. Por último, a partir del año 2000, volvieron a tener un crecimiento significativo cuando los exportadores logran la tasa cero y en 2003 desapareció la protección de la salvaguarda..

La mayor cantidad de manzana que ingresó al país provino de Estados Unidos, especialmente de Washington, en menor proporción de Chile (casi la mitad de la estadounidense), en muy pequeños volúmenes de Canadá y el cuarto lugar lo ocupan otros países como Nueva Zelanda, Argentina, Sudáfrica, un solo año Alemania

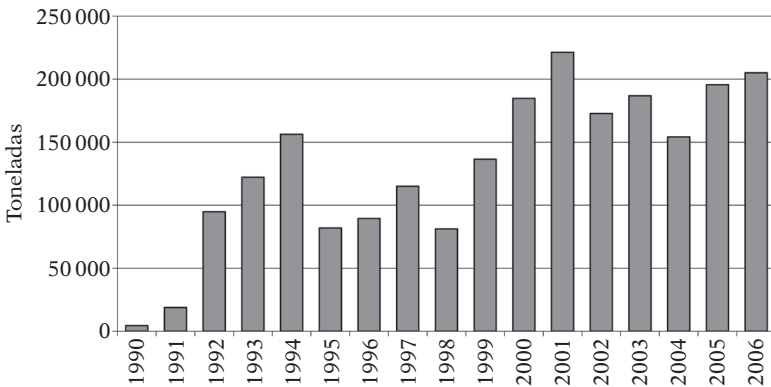


GRÁFICA 2  
IMPORTACIONES DE MANZANAS (1981-1991)



FUENTE: Culebro (1995:63).

GRÁFICA 3  
IMPORTACIONES DE MANZANAS (1990-2006)

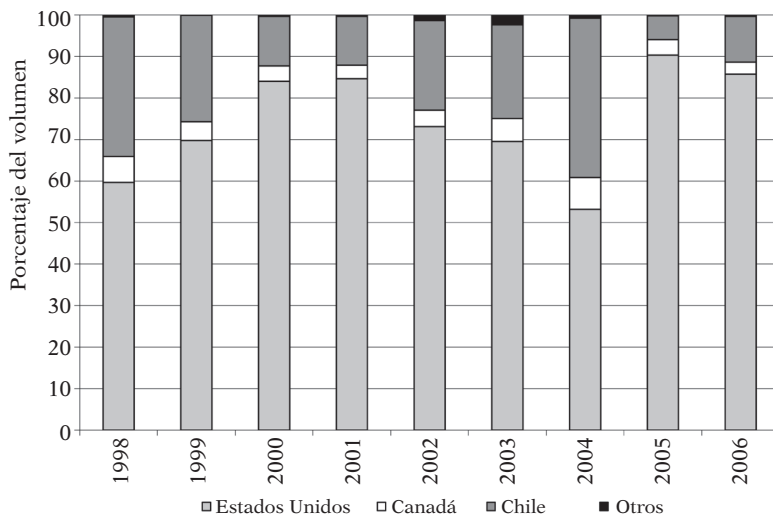


FUENTE: Unifrut, Gerencia de importaciones y servicios (mayo de 2003).

y, en 2006, China y Belice. China es el país que tiene la mayor área de plantación y producción mundial.

Observamos que las importaciones de Estados Unidos entre 1998-2006 son mayores a 60 por ciento del volumen que ingresa al país. Sólo fue menor en el año 2004, cuando representó 53.19 por ciento. En cambio superó con 80 por ciento en 2000, 2001, 2005 y 2006.

GRÁFICA 4  
PAÍS DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES



FUENTE: Unifrut, Gerencia de importaciones y servicios (mayo de 2003).

## ESTRATEGIA JURÍDICA

### *La apertura comercial*

A partir del año 1986, México pasó a un sistema comercial más abierto con el ingreso al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles. El gobierno de la República redujo fuertemente el gravamen a las importaciones como muestra de buena voluntad (Trápaga, 1990:976). La nueva situación permitió el ingreso de mayor cantidad de manzanas procedentes de Estados Unidos en forma legal, pero también de manera ilegal como se detalla más adelante. Por lo tanto, fue necesario que las organizaciones de fruticultores se consolidaran y recurrieran a la denuncia ante las autoridades para defender su actividad, como se manifestó en sus circulares y documentos.

Transcurría el mes de junio de 1986 cuando la Confederación Nacional de Fruticultores envió a todas las uniones regionales una propuesta de estatutos para su análisis y observación. Asimismo, destacó la necesidad de que cada unión estuviese formalmente

constituida y aportara una cuota para sostener al Comité de Vigilancia contra el Contrabando de Fruta. La confederación debió contar con una figura jurídica para poder ejercer la protección legal frente a la amenaza del contrabando y así poder concurrir ante las instancias legales; además necesitaba de un mayor ingreso económico, porque hasta ese momento era sostenida por los fruticultores de Chihuahua, por ello propuso que cada unión aportara el cinco por ciento de su ingreso (CNF, circular del 26 de julio de 1986).

Aunque esta situación no fue totalmente nueva, porque anteriormente los dirigentes denunciaron la presencia de manzana y pera que ingresaron de contrabando en los centros de abasto de Monterrey, Guadalajara y La Merced —en el Distrito Federal—, además de la amenaza sanitaria de estos cargamentos por la presencia de la mosca del mediterráneo en Estados Unidos.

Así, con el oficio del 30 de julio de 1984, un miembro de la Unión Regional de Fruticultores del estado de Chihuahua denunció el ingreso de contrabando de fruta por las aduanas de Tijuana, Mexicali, Nogales, Santa Rosalía y La Paz, por lo cual la confederación demandó a las autoridades mayor vigilancia aduanal. Al año siguiente, el gerente de la Unifrut-Chihuahua solicitó la colaboración de las uniones regionales para detectar la fruta que entraba en forma ilegal, así como el pago de publicaciones en periódicos para sensibilizar a los gobernantes y a la opinión pública. Por último, en 1986, la Comisión Anticontrabando de la confederación envió varias cartas a las autoridades correspondientes, además de efectuar publicaciones en diarios de circulación nacional y seguir los canales legales para enfrentar el contrabando.

En la asamblea celebrada el 14 de noviembre de 1990 se acordó contratar los servicios profesionales de un despacho de abogados para presentar una denuncia por amenaza de daño y establecer un impuesto compensatorio a la fruta importada cuando los precios de venta del producto fueran inferiores a los costos de producción. También se realizó un estudio del impacto del daño en el sector.

La importación de manzana, a partir del 1 de junio de 1991, se realizó sin un permiso previo y con un arancel de 20 por ciento, aunque se aplicarían impuestos compensatorios si la Confederación Nacional de Fruticultores demostraba la existencia de precios *dumping*. Desde el punto de vista fitosanitario se permitió el ingreso de manzana de diez condados del estado de Washington y tres del estado de Oregón, únicamente por las aduanas de Tamaulipas:

Reynosa, Nuevo Laredo y Matamoros, y la refrigeración en origen por noventa días a 3.3° centígrados o cuarenta días a cero grados centígrados (CNF, 1992:4).

Las reglas del mercado cambiaron de la semiprotección de la actividad productiva manzanera a la apertura comercial, donde la introducción ilegal de manzana utilizó los mismos canales de contrabando y subfacturación pero en ese momento en volúmenes mayores, enmascarados por el incremento de las importaciones legales. En este sentido, la Unifrut-Chihuahua informó el resultado del estudio sobre la manzana importada de Estados Unidos y que arrojó una evasión fiscal de 12 798 millones de pesos que correspondían a la fruta que ingresó por Reynosa, Nuevo Laredo y Matamoros (Unifrut, circular del 11 de noviembre de 1992). Esta lucha por el respeto a las nuevas reglas de juego fue consolidando más la relación entre las uniones regionales dentro de la Confederación Nacional de Fruticultores, cuyo liderazgo siguió estando en la Unifrut-Chihuahua.

Lo más irritante para los productores fue que la apertura comercial declarada por el gobierno federal se realizó sin la elaboración de estudios objetivos de cada sector, pues no tenían la fortaleza para competir y no se previeron las consecuencias. Por ejemplo: *a*) las asociaciones de productores carecían de la solidez adecuada para enfrentar su defensa; *b*) falta de infraestructura para producir; *c*) créditos insuficientes, oportunos y a tasas internacionales; *d*) un servicio aduanal honesto que frenara la introducción ilegal de la fruta (CNF, 1992:2; Bautista, 2006).

El gobierno de México firmó convenios bilaterales con otros países productores de manzana, como el acuerdo con Chile en el año de 1991, cuya cosecha era complementaria a la mexicana por acontecer en el mes de marzo. Pero el mayor volumen de manzana de mesa importada en ese año provino de Estados Unidos y ascendió a unas 56 861 toneladas equivalentes a más de diez por ciento de la producción nacional (CNF, 1992, Sagar-Secofi).

### *Inicia demanda por precios dumping*

Durante las negociaciones del TLCAN y debido a la fuerte desventaja que presentó el sector manzanero, se acordó una salvaguarda especial para su protección de 55 mil toneladas en el año 1994, con un incremento de tres por ciento cada año respecto al inmediato anterior hasta el año 2002. La importación de fruta por encima de esa

cuota debía pagar un arancel de 20 por ciento *ad valorem*<sup>6</sup> que se desgravaría en dos puntos porcentuales por año para finalizar en una tasa cero en 2003 (DOF, 1997:27).

Las importaciones de manzana constantemente sobrepasaron esos volúmenes de protección y los inspectores de la Unifrut-Chihuahua en las aduanas reportaron la información de las facturas que evidenciaron precios menores a los costos de producción. Los miembros de esta organización reunidos en asamblea analizaron la situación y decidieron afrontarla por la vía legal. Así, el 4 de diciembre de 1996 solicitaron a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (Secofi) que se iniciara la investigación *antidumping* y la aplicación de cuotas compensatorias para remediar el daño producido por las importaciones de manzana de mesa de Estados Unidos de las variedades *Red Delicious* —y sus mutaciones— y *Golden Delicious*, durante el periodo comprendido entre los meses de enero y junio de 1996. Se solicitó la investigación de diez importadores nacionales y nueve exportadores de Estados Unidos (DOF, 1997:26 y 28).

En el capítulo XIX del TLCAN se establecieron los lineamientos para resolver las controversias *antidumping* y su resolución mediante la aplicación de cuotas compensatorias. Además, en el capítulo XX se reglamentó la conformación de paneles y comités binacionales para dirimir las controversias. La aplicación de esta norma dentro del territorio nacional se realizó de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior y su correspondiente reglamento.

Durante la época de la cosecha de manzana en Chihuahua, en los meses de agosto a octubre, es cuando la manzana estadounidense se pone en cuarentena como medida sanitaria antes de exportarse a México. El primer semestre del año está fuera de la temporada de cosecha y los precios de los productos agrícolas suelen aumentar. Éste es el momento esperado por los productores que tienen la posibilidad de refrigerar sus manzanas; sin embargo, tienen que competir con la manzana importada.

El texto de las resoluciones de los juicios se convierte en una fuente de información por las pruebas que aportó cada parte, con la advertencia que éstas argumentaron en su propia defensa ante la autoridad. Además, de la información generada por la investigación que realizó la Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales de la propia secretaría. En este caso obtenemos los siguientes da-

<sup>6</sup> Tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación, fracción arancelaria 0808.10.01.

tos comparando el periodo de investigación de los años 1994, 1995 y 1996.

CUADRO 1  
SALVAGUARDA Y MANZANA IMPORTADA DE ESTADOS UNIDOS

Año	Cuota de salvaguarda (tn)	Volumen de manzana importada (tn)	Volumen de importación respecto periodo del año anterior (%)	Participación de manzana importada en el Consumo Nacional Aparente (%)
1994	55 000	148 907	44.7	73.8
1995	56 650	81 156	- 47.5	44.1
1996	58 350	66 149	6.2	51.5

FUENTE: *DOF* (1997:27, 39 y 44).

En la investigación se observó que el precio de la manzana estadounidense fue seis por ciento menor que el dirigido a otros países y 25 por ciento menos, puesto en la frontera y pagando todos los trámites aduanales y de flete (*DOF*, 1997:41).

Por otro lado, la secretaría aceptó:

- A. Que la Unifrut ejerciera la representación del sector al producir 60 por ciento del volumen nacional, que fue comprobado con los Certificados del Departamento de Sanidad Vegetal del estado para movilizar la producción.
- B. Que los canales de comercialización eran los mismos para la fruta nacional e importada; por ejemplo en 1996, 39 por ciento de las ventas nacionales se realizaron a cadenas de supermercados y el resto a comisionistas, intermediarios regionales y comerciantes mayoristas.
- C. Que la comercialización en condiciones de discriminación de precios (precios *dumping*) produjeron daño al sector, al considerar que en 1996 no se realizaron inversiones en frigoríficos con atmósfera controlada, mientras que la misma, en 1995-1996, había crecido en 83.4 por ciento; la inversión en fertirrigación fue apenas 20 por ciento de lo programado (3 554 hectáreas de un total de 15 000); el empleo disminuyó en 27.2 por ciento (*DOF*, 1997:46-47).

La resolución provisional de este juicio por comercializar en condiciones de discriminación de precios se publicó en menos de un

año, con la imposición de una cuota compensatoria de 101.1 por ciento sobre el valor declarado en aduana, para la manzana importada de las empresas demandadas (DOF, 1997:48). Luego, el 4 de diciembre de 1997 se prorrogó por seis meses más.

Este resultado, que podría beneficiar a los productores nacionales para que avanzaran en la reestructuración productiva, no se prolongó, pues las empresas de importadores mexicanos y exportadores estadounidenses recurrieron a sus organizaciones para proponer precios de referencia, eliminar las cuotas compensatorias y ampararse en contra de la investigación *antidumping*, dando origen a juicios cuya secuencia se observa en el cuadro 2.

CUADRO 2  
CRONOLOGÍA DE JUICIOS *ANTIDUMPING* Y PRECIOS DE REFERENCIA

<i>Fecha de inicio o publicación en el DOF</i>	<i>Tipo de trámite</i>
06, mayo, 1997	Secofi acepta iniciar investigación <i>antidumping</i> .
01, septiembre, 1997	Resolución preliminar establece cuota compensatoria de 101.1 por ciento sobre el valor en aduana.
01, junio, 1998-09, agosto, 2002	Precios de referencia.
12, agosto, 2002	Resolución definitiva: a) Cuota cero por ciento para Price Cold Storage & Company, Inc. y Washington Fruit and Produce Co. b) Cuota compensatoria de 46.58 por ciento para demás empresas.
03, septiembre, 2002	Inicia juicio de amparo promovido por Northwest Fruit Exporters (NFE).
03, enero, 2003	Juez determina que NFE no aportó pruebas, no demostró interés y declara el juicio sobreesido.
05, agosto, 2003	NFE interpone recurso de revisión.
28, octubre, 2003	Se revoca sentencia anterior para amparar y proteger a NFE.
18, marzo, 2004	Juez ordena reponer procedimiento.
17, mayo, 2004	a) Se extiende la resolución de amparo y protección de NFE a todos sus miembros. b) A las otras empresas se mantiene cuota de 46.58 por ciento.

CUADRO 2 CONTINUACIÓN

<i>Fecha de inicio o publicación en el DOF</i>	<i>Tipo de trámite</i>
29, diciembre, 2004	Se publica la suspensión de aplicar la cuota compensatoria definitiva y se acata como "insubsistente el procedimiento administrativo" y la reposición del mismo. Lista de 99 miembros de NFE. Transitorio: se acepta compromiso de precios de referencia.
26, mayo, 2005	Se da cumplimiento a la resolución del 28 octubre 2003 aplicando las cuotas compensatorias definitivas: a) Cuota cero por ciento para Price Cold Storage & Company, Inc. y Washington Fruit and Produce Co. b) Cuota compensatoria de 46.58 por ciento para demás empresas.
29, septiembre, 2005	Resolución preliminar de la reposición de la investigación <i>antidumping</i> referente al periodo enero 1994-junio 1996, e impone cuotas provisionales a Allan Bros Incorporated de 10.53 por ciento; Price Cold Storage and Parking Co, Inc. de cero por ciento; Zirkle Fruti Co. de 2.01 por ciento; y demás empresas exportadoras de NFE de 44.67 por ciento.
12, septiembre, 2006	Resolución de revisión: se revoca cuota compensatoria, se cancelan las garantías y se devuelven los pagos con los intereses acumulados para la empaadora Holtzinger Fruit Company, Inc., quedando con cuota cero por ciento.
02, noviembre, 2006	Resolución final para Washington Export, L.L.C. con cuota cero por ciento.

### *Precios de referencia*

Todas las empresas exportadoras estadounidenses autorizadas por México que operaban con la producción de 84 a 99 fruticultores se asociaron en Northwest Fruit Exporters (NFE) y presentaron un Certificado de Exportación expedido por el gobierno de Estados Unidos para representar a sus miembros, regular la exportación y celebrar acuerdos con gobiernos extranjeros. La NFE y los importadores mexicanos asociados a la Confederación Nacional de Agrupaciones de Comerciantes de Centros de Abastos A. C. (Conacca)



solicitaron a la Secofi eliminar las cuotas compensatorias a cambio de establecer un compromiso de precios; permuta que fue aceptada por la secretaría. La solicitud fue sometida a investigación y la resolución publicada en el *Diario Oficial de la Federación* del 15 de mayo de 1998 para permanecer vigente hasta el 1 de abril de 2003, con la devolución de la cuota pagada más los intereses correspondientes acumulados desde el 2 de septiembre de 1997 hasta ese momento.

Los exportadores se comprometieron a vender al precio de referencia o superior a éste; el precio FOB era de 0.72 dólares por kilogramo y de 13.72 dólares/caja de 19.05 kilogramos o Costo Libre a Bordo (LAB) en las instalaciones de tratamiento sanitario de la manzana lista para exportar. El mismo se estableció por el promedio ponderado de tres años 1995-1996, 1996-1997 y 1997-marzo de 1998, que fueron publicados en *Washington Growers Clearing House*.

El 29 de diciembre de 2004 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* la siguiente resolución de carácter transitorio y con vigencia por cinco años, desde el 28 de febrero de 2005 para suspender la cuota compensatoria a los miembros registrados de NFE (86, la mayoría de Washington, sólo tres de Oregon y tres de Ohio); también registraron a 13 productores más de Washington que no operarían durante 2004-2005. Esta medida también beneficiaría a los importadores asociados a la Unión Nacional de Importadores y Exportadores de Productos Agrícolas A.C. (Uciepa), al pactarse los siguientes precios de referencia por periodos y puestos en la entrada de una aduana de la frontera:

- PERIODO 1 DE SEPTIEMBRE-31 DE ENERO
  - a) Precio igual o superior a 16.15 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.85/kilogramos) puesto en las aduanas de Tijuana, San Luis Río Colorado y Mexicali.
  - b) Precio igual o superior a 16.35 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.86/kilogramos) puesto en las aduanas de Nogales y Ciudad Juárez.
  - c) Precio igual o superior a 17.43 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.91/kilogramos) puesto en las aduanas de Reynosa, Matamoros, Nuevo Laredo y Manzanillo.
- PERIODO 1 DE FEBRERO-31 DE AGOSTO
  - d) Precio igual o superior a 14.77 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.78/kilogramos) puesto en las aduanas de Tijuana, San Luis Río Colorado y Mexicali.

- e) Precio igual o superior a 14.97 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.79/kilogramos) puesto en las aduanas de Nogales y Ciudad Juárez.
- f) Precio igual o superior a 15.94 dólares/caja de 19.05 kilogramos (\$0.84/kilogramos) puesto en las aduanas de Reynosa, Matamoros, Nuevo Laredo y Manzanillo (DOF, 2004).

### *Resoluciones definitivas*

El 12 de agosto de 2002 se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* la resolución final de la investigación *antidumping*, que inició en 1996 y que luego fue suspendida por acordarse los precios de referencia hasta el 9 de agosto de 2002.

En la misma se definió que un producto era objeto de discriminación de precios cuando su precio de exportación era menor que su valor normal; por lo tanto, en las visitas a domicilio de las empresas estadounidenses, se comparó ese precio con el de venta al mercado interno. También se investigó el precio LAB del producto colocado en las bodegas de la Central de Abasto del Distrito Federal, que en el primer semestre de 1995 fue 34.4 por ciento inferior al precio de la manzana nacional, y en el mismo periodo de 1996 fue 3.5 por ciento menor que en el año anterior (DOF, 2002:89).

Durante la investigación la Secofi observó que al eliminar el volumen de las importaciones sin discriminación de precios, en el resto la disminución de precios en promedio fue de 14 por ciento para el primer semestre de 1996 respecto del año anterior. Además, que el aumento de estas importaciones en 8.1 por ciento estuvo en relación con dicha disminución de precios. También se analizó el comportamiento de las ventas y su impacto en el Consumo Nacional Aparente.

Respecto al daño que causó la venta de manzanas de Estados Unidos a precios *dumping* sobre la producción de Chihuahua, en el periodo de la investigación se observó que disminuyó en la participación del Consumo Nacional Aparente, y que los productores debieron vender la manzana en tiempo de cosecha, aunque permaneciera subutilizada, por la competencia desleal y la capacidad instalada de atmósfera controlada.

Además, en 1996, los estados financieros de los productores fueron menos favorables respecto a 1995, ya que tenían 81 centavos de deuda por cada peso de inversión patrimonial; mientras que en el año anterior fue de 60 centavos por cada peso (DOF, 2002:94).

CUADRO 3  
COMPORTAMIENTO DE LA VENTA DE MANZANAS

Año	Comportamiento ventas Unifrut (%)	Participación producción nacional en CNA (%)	Participación producción Chihuahua en CNA (%)	Participación manzanas de Estados Unidos en CNA (%)	Participación manzanas de Estados Unidos sin discriminación de precios en CNA (%)	Participación manzanas de Estados Unidos con discriminación de precios en CNA (%)
1995	85.3	55.2	31.2	36.5	--	--
1996	-17.3	47.0	28.3	46.4	2.9	43.5

FUENTE: *DOF* (2002:92-93).

CUADRO 4  
VENTA DE MANZANAS DE LA UNIFRUT  
EN EL PERIODO DE POSCOSECHA

Año	Venta manzanas en periodo de poscosecha (%)	Venta manzana refrigerada en atmósfera controlada (%)	Utilización de capacidad instalada con atmósfera controlada (%)
1993/1994	53.4	12	73
1994/1995	65.3	16	62
1995/1996	64.4	26	71

FUENTE: *DOF* (2002:95-96).

Los productores también dejaron de invertir en la construcción de frigoríficos de atmósfera controlada y el programa de fertirrigación fue menor a lo esperado, así como en el programa sobre el control de la mosca mexicana de la fruta (*DOF*, 2002:96).

Por otra parte, la Secofi investigó la situación específica de los precios de las empresas importadoras, con el propósito de aplicar una cuota inferior a la establecida en la resolución provisional que fue de 101.1 por ciento, y llegó a la conclusión que ésta sería de 46.58 por ciento para reparar el daño a la producción nacional de manzanas, mientras que mantuvo la cuota cero para Price Cold Storage & Company, Inc. y Washington Fruit and Produce Co. (*DOF*, 2002: 98 y 100).

A pesar de que la Unifrut tuvo que esperar siete años para contar con una resolución definitiva, ésta fue revocada porque el funcionario de la Secofi no contaba con la firma autorizada, y se ordenó

la reposición del procedimiento. Los resultados se publicaron en el *Diario Oficial de la Federación* el 29 de septiembre de 2005 como una resolución preliminar: se retomó toda la información acumulada en este juicio, aunque adjuntaron la generada durante las visitas a domicilio de las empresas exportadoras de Washington, sus costos y el precio específico en que vendieron en Estados Unidos. De esta forma no se comparó con el precio promedio publicado en *Washington Growers Clearing House*, como ocurrió en la primera resolución preliminar. Se registró que la capacidad de exportación de Estados Unidos fue de 40 por ciento de su producción, con los siguientes datos relevantes:

CUADRO 5  
EXPORTACIONES DE ESTADOS UNIDOS  
HACIA MÉXICO Y LA DISMINUCIÓN  
DE PRECIOS EN EL PRIMER SEMESTRE

Año	Participación en las exportaciones totales (%)	Disminución de precios (%)
1994	35.9	8.4
1995	17.4	14.4
1996	23.1	27.4

FUENTE: *DOF* (2005:54).

También en la resolución se reconoció el daño producido al sector nacional y se establecieron cuotas específicas por empresa, según el porcentaje de discriminación de precios con las siguientes cuotas provisionales: Allan Bros Incorporated de 10.53 por ciento; Price Cold Storage and Parking de cero por ciento; Zirkle Fruit Co. de 2.01 por ciento; y demás empresas exportadoras agremiadas en NFE de 44.67 por ciento (*DOF*, 2005:55-56).

Bajo este procedimiento, otras empresas solicitaron la revisión de la cuota compensatoria y en consecuencia la Unifrut no puede bajar la guardia y continúa revisando los pedimentos de las importaciones en las aduanas, para seguir acumulando pruebas. Estos juicios largos y costosos fueron cubiertos con las cuotas voluntarias de los socios (Bautista, 2006). Los productores inconformes de ambos países, los desacuerdos entre ellos sobre las sentencias finales que establecieron las cuotas compensatorias encaminaron el proceso hacia los amparos y luego a los Mecanismos Alternativos

de Solución de Controversias: los paneles binacionales que revisarán si las resoluciones se apegaron a la ley interna (Vega, 1999: 35-36).

### CONCLUSIONES

Los procesos de globalización son contruidos socialmente y de forma constante renegociados por los actores sociales que operan en distintas dimensiones espaciales de lo local como la unidad productiva, localidad, región, nación y las otras regiones, países y bloques económicos en la competencia a escala global.

¿En qué momento de la trayectoria histórica se encontraban los fruticultores de Chihuahua y sus organizaciones en el comienzo y desarrollo de la globalización? Los fruticultores conformaban un grupo altamente heterogéneo y los productores que no tuvieron acceso a la tecnología fueron excluidos; sin embargo, los fruticultores que invirtieron en nuevas tecnologías de producción y poscosecha permanecieron y en algunos casos sus empresas crecieron.

La producción de manzana de Chihuahua equivale a 60 por ciento del volumen nacional y en los próximos años proyectan llegar a 75 por ciento. Esta fruta se comercializa en el mercado interno; por lo tanto, los fruticultores no contaron con los privilegios que el gobierno brindó a los exportadores en esta etapa de apertura comercial y la firma de tratados de libre comercio, pero decidieron defender su mercado.

La Unifrut-Chihuahua asumió la dirección del sector para defender la comercialización de su fruta en el mercado interno y evaluó, ante los nuevos retos, las fortalezas, consciente de las debilidades que se debían corregir al cambiar el entorno, para lo cual los productores necesitaban tiempo; las asociaciones locales también estaban lo suficientemente consolidadas como instituciones de referencia en su relación con otros grupos sociales y el Estado. Se destacó la capacidad de aprendizaje de los dirigentes y la contratación de asesores en aspectos especializados. También fue evidente el apoyo que recibieron de otros grupos locales organizados en partidos políticos, asociaciones campesinas, trabajadores agrícolas, funcionarios municipales y estatales.

Dentro de las fortalezas se considera el profesionalismo de los productores, el grado de desarrollo tecnológico y la consolidación de la organización en forma horizontal y vertical, con una estructura moderna y flexible.

Como debilidades destacan la falta de financiamiento y los altos intereses; deficiencias en el mejoramiento genético de las plantaciones, en tecnología avanzada en equipos de protección contra fenómenos meteorológicos, y en tecnología para el uso racional del agua y de refrigeración de la fruta; asimismo, falta de canales de comercialización adecuados para evitar el excesivo intermediarismo.

Las ventajas están en que producen una manzana de mejor sabor, más dulce y con un mercado establecido que han defendido.

La mayor amenaza de la actividad manzanera está en el comercio desleal. El mayor volumen de las importaciones proviene de Estados Unidos, país que exporta 40 por ciento de su producción y ejerce una fuerte presión en el mercado mexicano al bajar los precios porque reciben subsidios. La mayor parte de las importaciones tienen su origen en el estado de Washington; en consecuencia, la tensión competitiva es de región a región entre los productores de Chihuahua y los de Washington a través de las compañías emparadoras-comercializadoras que realizan las exportaciones.

Unifrut cuenta con una Gerencia de Importaciones y Servicios que administra un programa de supervisión de aduanas para detectar las prácticas comerciales ilegales. La obtención de pruebas es fundamental para sostener la estrategia de defensa por la vía jurídica que fue efectiva durante algunos años. Las barreras sanitarias al poner en cuarentena la fruta americana obligan al productor chihuahuense a vender desde el momento de la cosecha.

Los mayores obstáculos están en la práctica del personal de las aduanas, las leyes nacionales, la práctica del sistema de justicia lento y oneroso, y el comportamiento de ciertos funcionarios que no tienen conciencia del impacto regional del sector manzanero en el estado de Chihuahua.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ABOITES, L. (1995), "Agricultura chihuahuense. Trayectoria productiva 1920-1990", en *Historia general de Chihuahua*, t. V, Chihuahua, Gobierno del Estado de Chihuahua.
- BENDINI, M. (2006), "Modernización y resistencias en el campo latinoamericano", en *Alasru*, núm. 4, pp. 221-241.
- BONANO, A. (2006), "La globalización agro-alimentaria: elementos empíricos y reflexiones teóricas", en *Alasru*, núm. 4, pp. 243-263.

- CARTON DE GRAMMONT, H. y H. MACKINLAY (2005), "Las organizaciones sociales y la transición política en el campo mexicano", en *Memorias del Quinto Congreso de AMER, 25-28 de mayo*, Oaxaca.
- CONFEDERACIÓN NACIONAL DE FRUTICULTORES (CNF) (1986), circular del 26 de julio.
- \_\_\_\_\_ (1990), "Situación actual y perspectivas de la fruticultura nacional", Chihuahua, mecanoscrito.
- \_\_\_\_\_ (1992), "El comercio internacional", Chihuahua, mecanoscrito, 17 de septiembre.
- CULEBRO, O. (1995), "La industria de la manzana y el jugo concentrado en la Región de la Sierra de Arteaga, Coahuila, y sus posibilidades de mercado", trabajo de observación de Ingeniero en Administración Agropecuaria-UAAAN.
- DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (DOF) (1993), Ley de Comercio Exterior, 27 de julio. Reformada (2003), 13 de marzo y (2006) 21 de diciembre.
- \_\_\_\_\_ (1997), 1 de septiembre.
- \_\_\_\_\_ (2002), 12 de agosto.
- \_\_\_\_\_ (2004), 29 de diciembre.
- \_\_\_\_\_ (2005), 29 de septiembre.
- ECHÁNOVE F. y C. STEFFEN (2005), *Globalización y reestructuración en el agro mexicano. Los pequeños productores de cultivos no tradicionales*, México, Plaza y Valdés.
- El Diario* (2005), Chihuahua, 9 de febrero.
- \_\_\_\_\_ (2006), Chihuahua, 10 de octubre.
- El Heraldo de Chihuahua* (2005), 22 de febrero.
- \_\_\_\_\_ (2006), 16 de octubre.
- FAVRET, R. (2006), *Arteaga, tierra de manzanos. Configuración de una región agrícola de Coahuila (1940-1990)*, México, UAAAN/Plaza y Valdés.
- GARCÍA, N. (2006), *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*, Barcelona, Gedisa.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE CHIHUAHUA, CENTRO DE INFORMACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (CIES) (2005), *Prontuario de indicadores socioeconómicos*, Chihuahua.
- LLAMBÍ, L. (1997), "Reestructuraciones rurales y globalización. El debate entre economía política y posmodernismo en sociología rural", en *Agricultura y Sociedad*, núm. 84, Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, septiembrediciembre, pp. 325-344.

- NUGENT, D. (1993), *Spent Cartridges of Revolution. An Anthropological History of Namiquipa, Chihuahua*, Chicago, University of Chicago.
- OHMAE, K. (2006), *El próximo escenario global. Desafíos y oportunidades en el mundo sin fronteras*, México, Norma.
- PUGA, C. (2004), *Los empresarios organizados y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, México, FCPYS-UNAM/Miguel Ángel Porrúa.
- QUINTANA, V. (2005), “Los productores de Chihuahua resisten a los golpes del Gobierno Federal y el TLCAN”, en <<http://www.irca-mericas.org/>>, consultado el 21/6/2007.
- RAMÍREZ, H. y M. CEPEDA (1990), *El manzano*, México, Trillas/UAAN.
- SAGAR-CENTRO DE ESTADÍSTICA AGROPECUARIA Y SECOFI-SIC-M, *Serie histórica manzana y perón, 1927-1992*, mecanoescrito, 2 hojas.
- SAGARPA, Sistema Agropecuario de Consulta (Siacon) (1993-2006), en <<http://www.sagarpa.gob.mx>>.
- SARH-Chihuahua (1970-1981), “Serie histórica de Producción de manzana (1984-1992)”, Dirección General de Economía Agrícola-Delegación Chihuahua.
- SONNENFELD, D. *et al.* (1998), “Globalization of the Washington Apple Industry: Its Evolution and Impacts”, en *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, vol. 17, pp. 151-180.
- TRÁPAGA, Y. (1990), “El GATT y los desafíos de la reorganización agrícola internacional”, en *Comercio Exterior*, vol. 40, núm.10, pp. 976-986.
- TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE (TLCAN) (1994), México, Secofi.
- UNIFRUT (1992), circular del 11 de noviembre, mecanoescrito.
- \_\_\_\_\_ (1992), núm. 1.
- \_\_\_\_\_ (1994), núm. 3.
- \_\_\_\_\_ (1995), núm. 1.
- \_\_\_\_\_ (2001), núm. 3.
- \_\_\_\_\_ (2003), “Reseña de *Unifrut*”, en <<http://www.unifrut.com.mx>>.
- \_\_\_\_\_, Gerencia de importaciones y servicios (2007), “Estadística de importaciones. Años 1990-2006”, mecanoescrito.
- VEGA, G. (1999), “Solución de controversias en el TLCAN. Balances y perspectivas”, en G. de la Reza y R. Conde (coord.), *Nuevas*



*dimensiones de la integración. Del TLCAN al regionalismo hemisférico, México, UAM-I/Plaza y Valdés.*

*Entrevista*

BAUTISTA, Enrique, presidente de Unifrut 1996-2006, 9/XI/2006.



TERCERA SECCIÓN  
EL MERCADO PECUARIO



## EL MERCADO DE CARNES EN MÉXICO: RETOS ANTE LA GLOBALIZACIÓN

*Apolinar Oliva Velas\**

### RESUMEN

El presente trabajo describe el comportamiento del mercado de carnes (1990-2004) y pretende mostrar cómo la apertura comercial va afectando el comportamiento interno de precios, así como la oferta y la demanda.

Al analizar los índices de consumo porcentual de la canasta de carnes se encuentra que las de bovino, cerdo y ovino son complementarias porque los índices de correlación son positivos. Este grupo de carnes son sustitutas del pollo y pavo, cuyos índices de correlación son negativos. Al correr un modelo de regresión entre índices porcentuales de consumo de carne de bovino y ovino frente a precios internos y externos, los signos de los coeficientes de regresión corroboran esta afirmación.

Se encuentra que los precios nacionales e internacionales se correlacionan positivamente. De 1991 a 1999, los precios externos de las carnes importadas tendieron a la baja, presionando los precios reales internos. A partir del año 2000 la tendencia se revierte, debido al aumento de los precios internacionales de cereales y granos forrajeros, así como a la demanda de China. Ambos factores incrementan los precios internos. La prospectiva indica que los precios internos de las carnes tenderán a estabilizarse, o a subir. El impacto negativo de la apertura comercial parece haber tocado fondo, por lo que en el corto y mediano plazos, tenderá a ser rentable la inversión en el sector ganadero bajo pastoreo.

\* Investigador del Centro Universitario de Investigación y Transferencia de Tecnología de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo electrónico: <aoliva@montebello.unach.mx>.

## INTRODUCCIÓN

La ganadería ha sido, a lo largo de gran parte de la historia productiva del país, una actividad relevante. Durante un largo periodo, la ganadería bovina fue la principal oferente de carne; sin embargo, ésta se ha diversificado.

Con la Revolución Verde en los años sesenta y setenta del siglo pasado se generó una gran oferta de granos que permitió el desarrollo de la avicultura y porcicultura a los niveles actuales; sin embargo, la tradición en la cocina mexicana ha mantenido de manera relevante el consumo de carne de bovino.

Las carnes de las diferentes especies se consideran sustitutos cercanos de acuerdo con los parámetros culturales de cada sociedad. En el caso de la sociedad mexicana, sus patrones culturales le permiten sustituir a la carne de res con carne de cerdo o aves, principalmente pollo, y en menor medida carne de ovino y caprino.

El mercado de un bien sustituto afecta el nivel de oferta y demanda del bien al que puede sustituir, ya que si los precios del bien sustituto bajan o el precio del bien de referencia sube, la demanda se desplaza hacia el bien sustituto y ocurre que la demanda se traslada hacia el bien de referencia cuando el precio del bien sustituto sube o el precio del bien de referencia baja.

En el plano nacional, la ganadería ha presentado dos periodos:

1. Uno de rápida expansión que va de 1960 a 1980, cuando se da un proceso de “ganaderización de la agricultura”. Este proceso, señala Pérez Espejo (1993) se debe: *a*) al incremento de la superficie ocupada con cultivos cuya finalidad es la alimentación animal, tales como sorgo, alfalfa, distintos tipos de forraje y en gran parte la soya y el cártamo; *b*) al crecimiento de los inventarios, principalmente de ganadería intensiva en aves y cerdos; *c*) al incremento de la superficie ocupada por la ganadería de bovinos; *d*) a la creciente participación de la ganadería en el comercio exterior, no sólo mediante la exportación tradicional de ganado, sino en cortes y canales.
2. La fase de desaceleración de 1980 a la fecha ha sido afectada por dos fenómenos de mercado, curiosamente contrapuestos, que afectan la rentabilidad y la oferta. Primero, fue la fijación de “precios controlados” de los alimentos de origen pecuario que atentaba contra las tasas de rentabilidad y, después, fue la “liberalización de precios en el

contexto de la apertura comercial” que puso a competir de manera desventajosa al sector agropecuario nacional contra otros países, con mayor productividad y mayores subsidios estatales.

En la reestructuración productiva posterior a 1988, las especies más afectadas son porcinos y bovinos, en la que se dan reducciones en los inventarios de animales, sobre todo de porcinos, mientras que el bovino pierde su importancia como la carne de mayor consumo per cápita en el año de 1991.

En el desarrollo del trabajo de investigación se observa cómo se comporta el mercado de carnes en el periodo 1990-2004 para tratar de identificar algunos efectos del proceso de apertura enfrentados por México en el contexto del cambio estructural, en el que se han modificado los mecanismos de tenencia de la tierra, participación gubernamental, acceso al crédito, prioridad de la política económica en el control de la inflación y equilibrio de sector externo y finanzas públicas, lo que ha afectado los procesos de producción y patrones de consumo.

Se analiza un periodo en el que se observa el comportamiento de la demanda de carne de pollo, bovino, cerdo, ovino y pavo, la participación de carnes nacionales e importadas en la composición de la demanda, así como la evolución de los precios internos y externos. Para ello se utilizó la base de datos estadísticos de la FAO (2006), la Sagarpa (2006) y el INEGI (2006).

Con estos datos se plantea un modelo de correlación de demanda para analizar si existen procesos de sustitución de demanda de una carne por otra. Planteamos como hipótesis que la variable explicativa es el comportamiento de los precios internacionales que están influyendo, de manera relevante, sobre el precio interno que afecta el nivel de la demanda.

#### COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO DE CARNES EN MÉXICO

La disponibilidad per cápita de carne ha crecido de manera importante en el periodo de 1990 a 2004, al pasar de 32.9 kilogramos por persona a 56.9 por persona (véase el cuadro 1). Esto significa un crecimiento de 60 por ciento. Sin embargo, el crecimiento de la oferta de la carne, en buena medida, se ha dado por la vía de las importa-

ciones, auspiciadas primero por la apertura unilateral a partir de 1989 y después en el marco del TLC (Sagarpa, 2006; INEGI, 2006).

CUADRO 1  
ESTIMACIÓN DE LA DISPONIBILIDAD EN KILOGRAMOS PER CÁPITA DE  
CARNES EN MÉXICO (1990-2004)

<i>Año</i>	<i>Bovino</i>	<i>Porcino</i>	<i>Ave</i>	<i>Ovino</i>	<i>Caprino</i>	<i>Pavo</i>	<i>Total</i>
1990	11.8	10.8	9.0	0.5	0.4	0.3	32.9
1991	13.8	11.6	10.3	0.7	0.5	0.5	37.4
1992	14.8	11.6	10.9	0.7	0.5	0.8	39.3
1993	13.4	11.3	12.5	0.7	0.5	0.9	39.2
1994	15.0	12.3	13.3	0.8	0.4	0.9	42.7
1995	13.5	11.5	14.7	0.5	0.4	0.9	41.6
1996	14.4	11.3	14.4	0.5	0.4	1.1	42.2
1997	15.0	11.6	16.4	0.6	0.4	1.2	45.2
1998	15.8	12.3	18.1	0.7	0.4	1.3	48.5
1999	15.7	12.6	19.2	0.7	0.4	1.3	50.0
2000	15.9	13.4	20.2	0.9	0.4	1.3	52.0
2001	16.2	13.7	21.3	0.9	0.4	1.4	53.9
2002	16.9	14.1	22.1	0.9	0.4	1.2	55.6
2003	15.6	14.4	23.6	0.8	0.4	1.5	56.3
2004	15.2	15.5	23.9	0.8	0.4	1.2	56.9

FUENTE: Elaborado con base en datos de Sagarpa, 2006 y FAO, 2006.

Como se puede apreciar en gráfica 1, la carne cuya disponibilidad ha tenido mayor crecimiento ha sido la de pollo. El promedio de éste pasa de 9.0 kilogramos en 1990, a 23.9 en 2004; ocurre un crecimiento de 125 por ciento, cifra que indica la importancia adquirida por este bien en el mercado de las carnes.

La disponibilidad de carne de bovino ha crecido también al pasar de 11.8 kilogramos en 1990, a 15.2 en 2004, lo que significa un crecimiento de 28.81 por ciento. Sin embargo, la tasa de crecimiento del consumo ha evolucionado de manera más lenta que otras carnes, de modo que en la cesta de productos cárnicos, el bovino ha perdido importancia relativa, ya que mientras en 1990 representaba 35.87 por ciento en la canasta de carnes, en 2004 representa tan sólo 26.71 por ciento.

El consumo promedio de carne ovina y de pavo ha tenido incrementos importantes en términos porcentuales en el periodo 1990-2004. La carne de ovino subió 60 por ciento y la de pavo se elevó 300 por ciento. No obstante, el consumo per cápita es bastante ba-

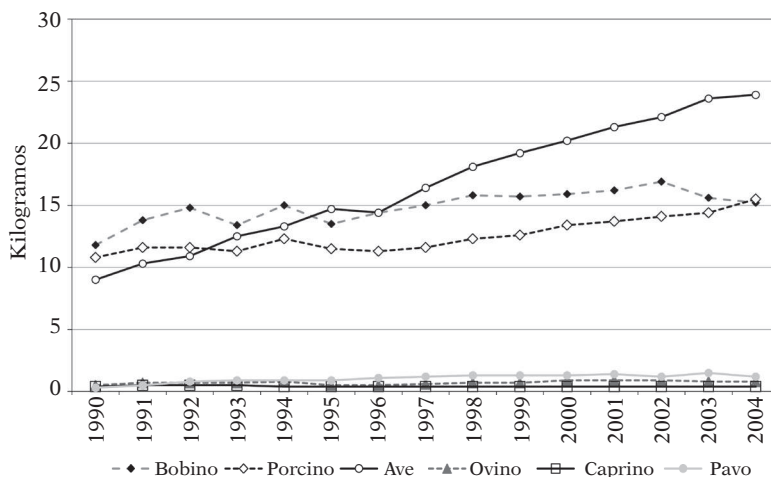


jo en la canasta de carnes al representar la carne ovina sólo 1.41 por ciento, mientras que la de pavo es 2.10 por ciento para 2004.

La tendencia a incrementar el consumo de carnes se dio por una disminución en los precios reales, debido a que la apertura comercial propició la entrada de carne, con lo que la oferta subió y trajo como consecuencia el descenso de precios. Por otra parte, la misma liberalización comercial ha permitido la importación de granos subsidiados que son base de las raciones, situación que ancló los precios de los productos cárnicos.

La carne de pollo, debido a que es de las más baratas, aunada a ser una carne blanca, además de su rapidez para la cocción, ha generado que los consumidores tiendan a elegirla en mayor cantidad que los otros tipos de carnes.

GRÁFICA 1  
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMO PER CAPITA DE CARNES EN MÉXICO  
(1900-2004)



FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

Como puede observarse en el cuadro 2, la tasa de crecimiento per cápita de carne de pollo es la que aumenta con mayor rapidez y de manera sostenida; sólo en el año de 1996 presenta una ligera caída de 2.35 por ciento y aun en la crisis y recesión de 1995, la carne de pollo es la única que presenta una tasa de crecimiento positiva mientras que disminuye su consumo per cápita, debido a que las

CUADRO 2  
TASA DE CRECIMIENTO PORCENTUAL RESPECTO AL PERIODO  
ANTERIOR DE LA DISPONIBILIDAD PER CÁPITA DE DIFERENTES CARNES

<i>Año</i>	<i>Bovino</i>	<i>Porcino</i>	<i>Ave</i>	<i>Ovino</i>	<i>Caprino</i>	<i>Pavo</i>	<i>Total</i>
1990							
1991	16.95	7.41	14.44	40.00	25.00	66.67	13.68
1992	7.25	0.00	5.83	0.00	0.00	60.00	5.08
1993	-9.46	-2.59	14.68	0.00	0.00	12.50	-0.25
1994	11.94	8.85	6.40	14.29	-20.00	0.00	8.93
1995	-10.00	-6.50	10.53	-37.50	0.00	0.00	-2.58
1996	6.67	-1.74	-2.04	0.00	0.00	22.22	1.44
1997	4.17	2.65	13.89	20.00	0.00	9.09	7.11
1998	5.33	6.03	10.37	16.67	0.00	8.33	7.30
1999	-0.63	2.44	6.08	0.00	0.00	0.00	3.09
2000	1.27	6.35	5.21	28.57	0.00	0.00	4.00
2001	1.89	2.24	5.45	0.00	0.00	7.69	3.65
2002	4.32	2.92	3.76	0.00	0.00	-14.29	3.15
2003	-7.69	2.13	6.79	-11.11	0.00	25.00	1.26
2004	-2.56	7.64	1.27	0.00	0.00	-20.00	1.07

FUENTE: Elaborado con base en datos de Sagarpa, 2006 y FAO, 2006.

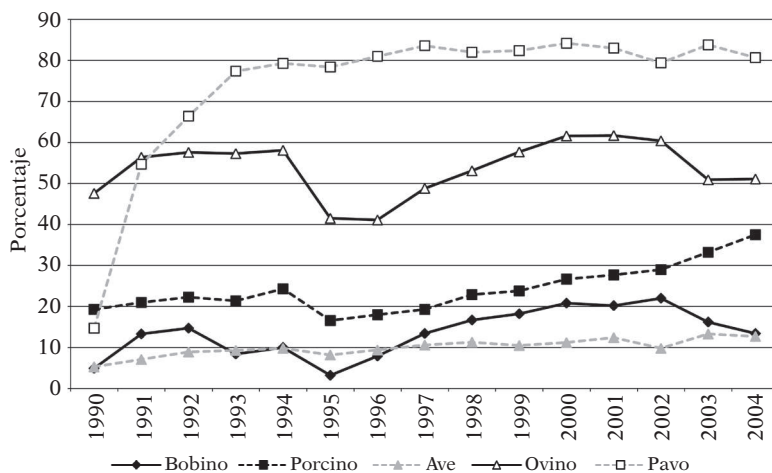
importadas suben de precio por la devaluación de más de 100 por ciento de diciembre de 1994 a diciembre de 1995, aunado a la disminución de ingresos por pérdida de empleo y la caída del ingreso real por el efecto inflacionario.

#### EFFECTOS DE LA APERTURA COMERCIAL EN EL MERCADO INTERNO DE CARNES EN MÉXICO

Dentro del modelo de economía abierta, se plantearon como problemas centrales el equilibrio del sector externo, que implicaba estabilizar la balanza de pagos, sobre todo por la vía de captación de inversión extranjera directa. Esto cubriría los déficit de cuenta corriente, tanto por el lado del comercio de bienes y servicios como por el de la remuneración de los factores y el pago de intereses de la deuda externa. Por otra parte, se decidió equilibrar las finanzas públicas y controlar la inflación.

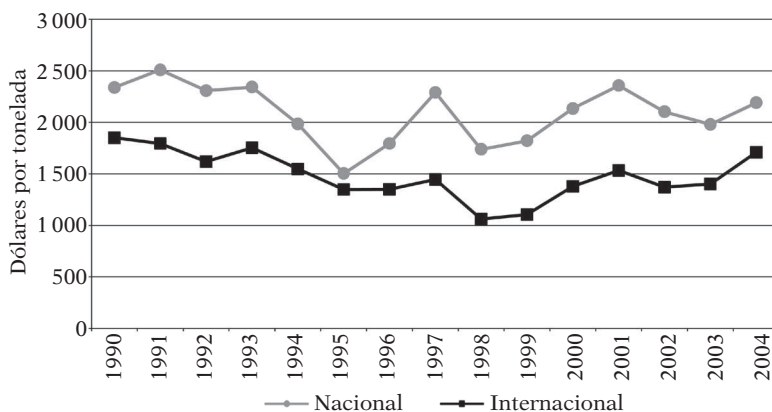
El control inflacionario se planteó bajar el costo de los bienes salariales donde los alimentos forman una parte importante del gasto de los trabajadores y ante la imposibilidad, a corto plazo, de

GRÁFICA 2  
PORCENTAJE DE CARNES IMPORTADAS DEL CONSUMO  
NACIONAL APARENTE



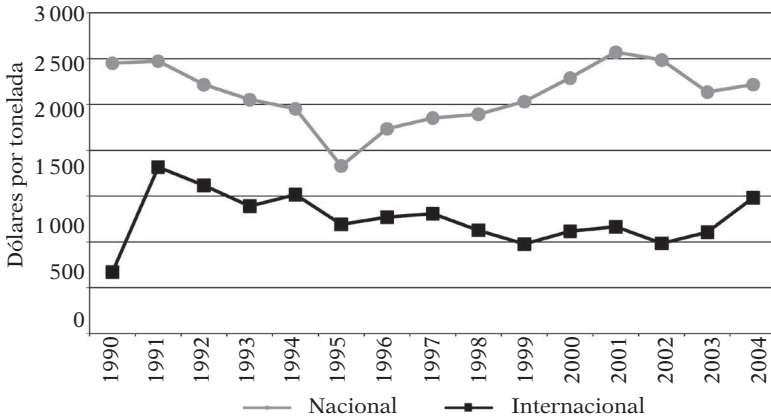
FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

GRÁFICA 3  
COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE CARNE DE CERDO  
NACIONAL E INTERNACIONAL IMPORTADA POR MÉXICO (1990-2004)



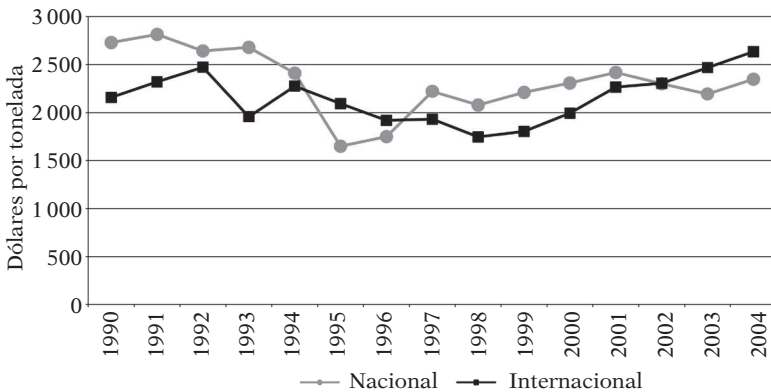
FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

**GRÁFICA 4**  
**COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE CARNE DE PAVO**  
**NACIONAL E INTERNACIONAL IMPORTADA POR MÉXICO (1990-2004)**



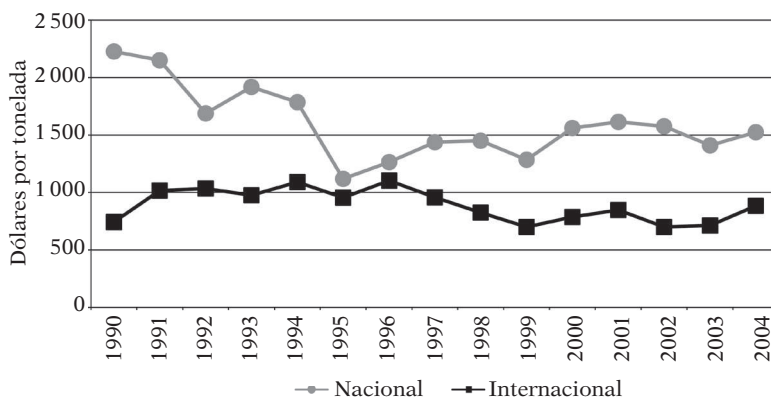
FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

**GRÁFICA 5**  
**COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE CARNE DE BOVINO**  
**NACIONAL E INTERNACIONAL IMPORTADA POR MÉXICO (1990-2004)**



FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

GRÁFICA 6  
COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE CARNE DE AVE  
NACIONAL E INTERNACIONAL IMPORTADA POR MÉXICO (1990-2004)



FUENTE: elaborada con base en datos de Sagarpa, 2006, y FAO, 2006.

producir los alimentos que requería el país, se abrieron las fronteras de manera unilateral. Después, México se adhirió al Acuerdo General de Comercio y Aranceles (GATT) y, finalmente, se firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Además, se pensó que la reforma al Artículo 27 Constitucional abriría paso a la transformación de la estructura agraria y a un caudal de inversiones privadas hacia el sector agropecuario, lo que permitiría en el mediano y largo plazos producir alimentos que competirían con las importaciones (Ramírez, 2001).

El resultado de estas políticas es conocido: no fluyó la inversión extranjera en los volúmenes esperados y la economía urbana en industrias y servicios ha tenido un lento crecimiento, lo cual ha generado poco empleo y, por otra parte, la estructura agraria del país tampoco ha tenido grandes cambios en el nivel de inversión y modernización.

Como puede verse en la gráfica 2, la apertura comercial provocó que la participación de los productos cárnicos importados alcanzara cada vez un mayor porcentaje, en casos extremos como en la carne de pavo llega a ser de 80 por ciento.

Como se ve en las siguientes gráficas, los precios de las carnes importadas están por debajo del precio de las del mercado interno, lo que provocó una presión a la baja de los precios internos, sobre todo durante el periodo 1991-1995.

Es importante aclarar que en muchos casos las carnes importadas son de menor calidad que las nacionales, debido a que, como se verá más adelante, gran porcentaje de las importaciones son despojos y cortes de bajo valor comercial en los países de origen.

#### MERCADO DE CARNE DE BOVINO

La producción de carne de bovino en México ha evolucionado a un menor ritmo tecnológico que la avicultura y la porcicultura, debido a que gran parte de la producción se realiza bajo condiciones de pastoreo extensivo o semiintensivo y, sobre todo, a que los sistemas de engorda en corrales tienen un desarrollo muy regionalizado en las partes centro, occidente y norte del país.

Durante la última década, la ganadería bovina en México ha enfrentado prácticamente un estancamiento en la producción debido a dos problemas: 1) el factor climatológico ha afectado a las regiones productoras por las largas sequías que han padecido y 2) la competencia que ha representado la apertura comercial, sobre todo la desgravación arancelaria en el marco del Tratado de Libre Comercio.

CUADRO 3  
MÉXICO: INVENTARIO  
GANADERO BOVINO NACIONAL

<i>Año</i>	<i>Nacional cabezas</i>
1990	32 054 300
1991	31 822 776
1992	31 158 115
1993	31 974 240
1994	31 769 164
1995	31 319 928
1996	30 294 900
1997	30 771 666
1998	31 059 500
1999	30 177 135
2000	30 491 503
2001	30 620 933
2002	31 406 955
2003	31 476 600
2004	31 247 734

FUENTE: Sagarpa-SIAP, 2006.

El hato y la producción se han mantenido en esta década en alrededor de 30 a 32 millones de cabezas y la producción de carne en alrededor de 1 350 000 toneladas de carne, lo que ha significado un fuerte estancamiento de esta actividad.

La caída del inventario ganadero a partir de 1991 demuestra los impactos de la apertura comercial, ya que México continúa siendo un exportador de becerros para ser finalizados en los estados del sur de Estados Unidos, pero, al mismo tiempo, México se transforma en un fuerte importador de carne en canal.

La crisis económica de 1995 afectó de manera profunda a los productores endeudados, lo que obligó a la venta de animales para enfrentar problemas de liquidez.

Así que la ganadería bovina está enfrentando cuatro problemas de características diferentes: *a)* de competencia con el exterior; *b)* de diseño tecnológico para afrontar largas sequías, *c)* impactos ecológicos que disminuyen la productividad de los agostaderos y *d)* de financiamiento.

En las zonas áridas y semiáridas del norte del país, la ganadería depende, en gran medida, del pastoreo, el acceso a raciones y fuentes de agua ubicada de manera estratégica para alimentar y dar de beber a los animales en largos periodos críticos. Esto no está contemplado en el diseño tecnológico y, por lo tanto, estas unidades productivas ubicadas en estas zonas enfrentan graves riesgos sobre todo con los recurrentes efectos del fenómeno meteorológico de El Niño.

La competencia de las importaciones provenientes de Estados Unidos es un grave problema para los ganaderos mexicanos, pese a que los datos de la FAO (2006) para 2003 y 2005 muestran precios 40 por ciento más elevados en Estados Unidos para la carne en canal. A simple vista, esta condición debería representar un atractivo para los productores mexicanos; el problema es que en el vecino país, los consumidores prefieren ciertos cortes especiales y el resto del canal bovino es considerado desecho y se vende a muy bajo precio. Ésa es la carne que compite con la producción mexicana en nuestro país.

Como puede observarse en el cuadro 4, en el periodo 1990-2004, las exportaciones prácticamente se estancan con una caída importante en los años 1996, 1997 y 1998, mientras las importaciones crecen a altas tasas, sobre todo, en el periodo que corresponde de 1998 a 2001.

Los años de 1995 y 1996 tienen un comportamiento irregular debido a la crisis que enfrenta el país por la devaluación de 1994, la

CUADRO 4  
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE DE CARNE DE BOVINO EN MÉXICO  
(1990-2004)

Año	Composición en volumen (toneladas)			CNA	Composición porcentual		
	Producción	Importaciones	Exportaciones		Producción	Importaciones	Total
1990	1 113 919	50 819	134 424	1 030 314	95.1	4.9	100.0
1991	1 188 687	163 073	123 727	1 228 034	86.7	13.3	100.0
1992	1 247 195	196 754	104 341	1 339 609	85.3	14.7	100.0
1993	1 256 478	103 385	129 624	1 230 239	91.6	8.4	100.0
1994	1 364 711	140 203	104 701	1 400 213	90.0	10.0	100.0
1995	1 412 336	41 784	166 988	1 287 133	96.8	3.2	100.0
1996	1 329 947	110 402	47 366	1 392 983	92.1	7.9	100.0
1997	1 340 071	197 558	66 835	1 470 793	86.6	13.4	100.0
1998	1 379 768	262 996	72 089	1 570 676	83.3	16.7	100.0

NOTA: el consumo nacional aparente es el consumo nacional de carne estimado a partir de la producción interna más las importaciones menos las exportaciones.

FUENTE: Sagarpa (2006).



grave recesión de 1995 y la crisis de deuda que provoca caída en las importaciones, así como el sacrificio de animales para enfrentar el pago de deuda ante el incremento de las tasas de interés.

La apertura comercial y la crisis de 1995 han hecho que se produzca una disminución en las exportaciones de becerros y se incremente la importación de cortes y carne deshuesada, lo que ha empeorado la balanza comercial del producto bovino.

Sin embargo, en los últimos años el mercado de carne de bovino se ha estancado en los volúmenes comercializados, en parte por el precio de la carne (ya que el precio de la carne de bovino es más alto que el de sus sustitutos cercanos como son carne de pollo y carne de cerdo) y por la tendencia mundial a consumir menor cantidad de carnes rojas y sustituirla por carnes blancas de aves que contienen menor cantidad de colesterol y ácido úrico que afecta la salud de los consumidores.

La carne de bovino enfrentó la crisis de confianza que generaron los casos de la encefalopatía espongiforme (“vacas locas”), enfermedad producida por un virus que ataca al ganado bovino y que puede transmitirse al humano. Algunos casos se presentaron en el Reino Unido y provocó una disminución de la demanda en la Unión Europea.

Para el año 2003 se presentó en Estados Unidos un caso de vacas locas, lo que provocó el cierre de la frontera mexicana a la carne estadounidense, que ocasionó una disminución en las importaciones y presentó un crecimiento de la producción interna, como respuesta al incremento de la demanda y de los precios.

La carne en canal subió de precio 20 por ciento en México en 2004, mientras que en Estados Unidos disminuyó en diez por ciento, lo que favoreció de manera importante a los productores y comercializadores de carne nacional.

La producción mundial se ha estancado en alrededor de 49 millones de toneladas de carne, siendo los países productores más importantes: Estados Unidos, 23.7 por ciento; Unión Europea, 15.7; Brasil, 12.3; China, 10.9; Argentina, 5.2; Rusia, 4.7 y México, 3.6. En conjunto estos países producen alrededor de 37.5 millones de toneladas, las cuales representan alrededor de las tres cuartas partes de la producción mundial (FAO, 2006).

La oferta y la demanda se han mantenido estables. Sin embargo, en los últimos años la oferta anual siempre ha superado a la demanda, lo que ha generado excesos de oferta que se transforman en inventarios.

México ha firmado acuerdos comerciales con Estados Unidos y Canadá, así como con algunos países de América Latina, mientras que con el resto del mundo se mantiene un arancel de “nación más favorecida” acordada en la Tarifa del Impuesto General de Importaciones de la Organización Mundial de Comercio.

La tarifa arancelaria de exención en las fracciones del TLCAN para carne de bovino y la eliminación de los permisos previos ha afectado de manera importante la balanza comercial referente al producto de bovinos, hasta transformarse en deficitaria por una creciente importación, sobre todo de Estados Unidos de carne (des-huesada y cortes), refrigerados o congelados. La facilidad con que las importaciones estadounidenses han podido penetrar el mercado nacional se fundamenta en la hiperconcentración de la producción y el capital de las empresas productoras de carne en Estados Unidos (tres empresas controlan el sacrificio en el país, dos de las cuales también controlan el sacrificio en Canadá, lo que les confiere un enorme poder económico y una gran capacidad de competencia en el mercado). En segundo término, las estrategia comercial instrumentada por estas empresas, las prácticas desleales (*dumping* y subsidio al comercio), así como los patrones de consumo y preferencias del consumidor en Estados Unidos, inclinados por ciertos cortes que constituyen 30 por ciento de la canal (sirloin y lomo), entonces el restante 70 por ciento tiene menor valor comercial y se orienta principalmente hacia la exportación (Ruiz Flores, 2001).

México en contrapartida es exportador hacia Estados Unidos de becerros en pie, que son engordados con base en una dieta de cereales y forraje cortado en procesos de engorda intensivos, bajo condiciones de estabulación en los estados sureños, sobre todo en Texas.

El cuadro 5 nos indica la composición de las importaciones; estos cortes provienen principalmente del país del norte, cuya participación es de 78.66 por ciento, y Canadá, que representa 19.15 por ciento; además se importan 74 271 toneladas de despojos comestibles.

Estos elementos muestran la estructura de la competencia que deben enfrentar, en el ámbito interno, los productores agropecuarios que tienen una cadena productiva escasamente integrada, donde los participantes tienen intereses diferentes: productores y comercializadores no tienen intereses comunes, mientras que los oligopolios exportadores de carne tienen una estructura fuerte de comercialización y encuentran posibilidades de vender los cortes y la carne deshuesada en dos mercados con hábitos de consu-

CUADRO 5  
COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE CARNE DE BOVINO  
Y DE DESPOJOS COMESTIBLES DE BOVINO EN EL AÑO 2005

<i>Tipo de producto</i>	<i>Frescos o refrigerados (tm)</i>	<i>Congelados (tm)</i>	<i>Otros (tm)</i>	<i>Total (tm)</i>
Canales y medias canales	53.00	53.00		106.00
Cortes sin deshuesar	67.09	850.08		917.17
Deshuesada	215 454.12	20 020.00		235 474.12
Lenguas			19 266.0	19 226.00
Hígados			9 875.9	9 875.90
Otros despojos			45 420.0	45 420.00

FUENTE: INEGI (2006).

mo complementario, una con alto poder de compra para ciertos tipos de cortes, mientras que el otro mercado, pese a tener menor poder de compra, consume los cortes de bajo precio.

Como menciona el documento de FIRA (1999), la situación de la industria de la carne de bovinos en Estados Unidos se ejemplifica con un embudo, en el que los extremos son, por un lado, los más de 900 mil ganaderos productores de becerros para engorda y, por el otro, los más de 258 millones de consumidores. Los principales operadores entre los extremos mencionados son 5 700 intermediarios entre los ganaderos y los 690 corrales que manejan 90 por ciento de los animales finalizados y cuatro empacadoras que sacrifican 70 por ciento de los novillos. En la distribución de la carne existen 20 empresas que manejan 40 por ciento de la producción estadounidense. La tendencia a la concentración de la industria de la carne de res en Estados Unidos trae consigo ventajas y desventajas. Las más importantes ventajas son las siguientes: *a)* ha propiciado la expansión del mercado de la carne de res; *b)* ha permitido mayor integración de las empacadoras, tanto hacia los mercados como hacia la engorda; *c)* con el desarrollo de nuevos productos se ha incrementado la competencia comercial que se refleja en la presión por ganar mejores espacios en los supermercados; *d)* la oferta se ajusta más rápidamente a las necesidades y deseos de los consu-

midores, y e) por las economías de escala, se tienen menores costos y se logra mayor competitividad internacional.

Por otra parte, las importaciones provenientes de los países centroamericanos con quienes se han firmado tratados de libre comercio, como Costa Rica y Nicaragua, han entrado en fases de desgravación arancelaria que llegan a tasa cero en 2008. Éstas, en el futuro, serán otra fuente de competencia para la ganadería mexicana, y pueden decidir la estrategia de exportar los cortes de manera diferenciada o acceder primordialmente al mercado mexicano ante las barreras no arancelarias que levanta Estados Unidos.

Estas condiciones globales se han reflejado en el mercado interno con la reducción de precios para el ganado en pie, debido a la tendencia a la baja en el precio de la carne, provocada por los factores de entrada de productos cárnicos de importación que desplazan los productos nacionales de los mercados más dinámicos, como son las tiendas de autoservicio y los restaurantes.

#### MERCADO DE CARNE DE POLLO

Como puede observarse en el cuadro 6, la disponibilidad de la carne de pollo se da tanto por el crecimiento de la producción como de las importaciones: entre el año de 1990 y el 2004 la producción crece en 196.44 por ciento, mientras que la importación lo hace en 680.34 por ciento. Esto demuestra que el dinamismo de la demanda ha impulsado tanto la producción interna como las importaciones.

La carne de pollo se revela como un competidor importante sobre las otras carnes, tanto porque los precios son más bajos debido a las tecnologías productivas utilizadas de mejoramiento genético, condiciones de manejo y alimentación, que han hecho crecer la productividad, por presentarse menores problemas sanitarios (aunque la amenaza de la gripe aviar transmisible a humanos es un peligro que pende sobre este producto) y por ser una carne de rápida cocción que permite a las personas más ocupadas preparar de manera rápida sus alimentos.

Por otra parte, los oligopolios nacionales que producen y comercializan el pollo establecen cadenas eficientes, tanto en la producción como en la distribución del producto con puntos de producción y procesamiento de alta tecnología y mecanismos de distribución con rutas bien definidas, atacando a una red de distribuidores reconstruida por los oligopolios a partir de mi-

CUADRO 6  
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE DE CARNE DE POLLO  
1990-2004

Año	Composición en volumen (toneladas)			CNA	Composición porcentual		
	Producción	Importaciones	Exportaciones		Producción	Importaciones	Total
1990	750 427.0	41 529.2	5 813.7	786 142.5	94.7	5.3	100.0
1991	857 947.0	64 781.2	5 162.7	917 565.5	92.9	7.1	100.0
1992	898 495.0	87 155.5	4 144.4	981 506.1	91.1	8.9	100.0
1993	1 040 029.0	106 540.6	0.6	1 146 569.1	90.7	9.3	100.0
1994	1 126 008.0	122 417.1	90.9	1 248 334.2	90.2	9.8	100.0
1995	1 283 867.0	114 020.8	1 288.8	1 396 599.0	91.8	8.2	100.0
1996	1 264 366.0	131 466.7	1 668.0	1 394 164.7	90.6	9.4	100.0
1997	1 441 905.0	169 959.8	2 382.4	1 609 482.4	89.4	10.6	100.0
1998	1 598 921.0	203 604.2	2 661.2	1 799 864.0	88.7	11.3	100.0
1999	1 731 538.0	203 541.6	3 747.2	1 931 332.4	89.5	10.5	100.0
2000	1 825 249.0	230 083.7	799.3	2 054 533.4	88.8	11.2	100.0
2001	1 928 022.0	273 214.9	1 407.5	2 199 829.3	87.6	12.4	100.0
2002	2 075 757.9	225 601.7	288.9	2 301 070.7	90.2	9.8	100.0
2003	2 155 581.0	331 559.8	1 274.8	2 485 866.0	86.7	13.3	100.0
2004	2 224 588.0	324 070.5	542.8	2 548 115.7	87.3	12.7	100.0

NOTA: el consumo nacional aparente es el consumo nacional de carne estimado a partir de la producción interna más las importaciones menos las exportaciones.

FUENTE: Sagarpa (2006).

noristas preexistentes, cadenas de supermercados y creación de nuevos minoristas.

Como se puede apreciar en el cuadro 7, en la composición de las importaciones se observa el mismo fenómeno y son partes de bajo valor económico en Estados Unidos lo que se exporta a México, que en el caso de pollo es el principal proveedor.

CUADRO 7  
COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN TONELADAS MÉTRICAS  
DE CARNE DE AVE REALIZADA POR MÉXICO EN EL AÑO DE 2005

<i>Tipo de carne</i>	<i>Fresca o refrigerada</i>	<i>Congelada</i>	<i>Total</i>
Sin trocear	10 551.97	685.43	11 237.40
Mecánicamente deshuesada	112 583.15	52 239.59	164 822.74
Carcasas	13 014.00	3 746.99	16 760.99
Piernas y muslos	56 227.82	71 037.7	127 265.52
Demás	19 268.19	35 237.04	54 505.23

FUENTE: INEGI (2005).

#### MERCADO DE CARNE PORCINA

La carne de porcino ha tenido un crecimiento sostenido de la producción y las importaciones en el periodo 1990-2004: la producción crece en 39.72 por ciento y las importaciones en 241.62. En la composición porcentual del consumo nacional aparente, el componente importado al igual que en las otras carnes ha ido ganando terreno puesto que pasa de 19.3 por ciento en 1990 a 37.2 por ciento en 2004.

En el mercado de carne de cerdo los sistemas de producción y comercialización aún no son controlados por oligopolios y existe un mercado con mucho más agentes, pero con un menor poder de mercado para gestionar una mayor proporción del mercado interno. Así, pese a que la producción de cerdos se basa en un paquete tecnológico similar al de aves, existe menor poder de mercado en manos de agentes económicos nacionales, ya que los circuitos de comercialización no son controlados por empresas con altos niveles de penetración a comercializadores finales.

Por otro lado, debido al poder de mercado de las empresas comercializadoras de Estados Unidos, han penetrado el mercado nacional por el consumo complementario de canales, consumiendo cortes

CUADRO 8  
ESTIMACIÓN DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE DE CARNE DE CERDO  
(1990-2004)

Año	Composición en volumen (toneladas)			CNA	Composición porcentual		
	Producción	Importaciones	Exportaciones		Producción	Importaciones	Total
1990	757 351.0	180 548.9	510.8	937 389.1	80.7	19.3	100.0
1991	811 899.0	216 092.9	1 130.9	1 026 861.0	79.0	21.0	100.0
1992	819 782.0	234 270.1	3 681.9	1 050 370.2	77.7	22.3	100.0
1993	821 580.0	223 159.5	3 690.5	1 041 049.0	78.6	21.4	100.0
1994	872 907.0	279 142.3	3 678.3	1 148 371.0	75.7	24.3	100.0
1995	921 576.0	182 262.2	6 318.1	1 097 520.1	83.4	16.6	100.0
1996	910 290.0	196 044.2	14 184.2	1 092 150.0	82.0	18.0	100.0
1997	939 245.0	219 848.3	22 755.3	1 136 338.0	80.7	19.3	100.0
1998	960 689.0	279 272.2	21 809.4	1 218 151.8	77.1	22.9	100.0
1999	994 186.0	301 906.2	25 605.7	1 270 486.5	76.2	23.8	100.0
2000	1 029 955.0	363 376.7	31 710.8	1 361 620.9	73.3	26.7	100.0
2001	1 057 843.0	392 171.4	36 189.0	1 413 825.4	72.3	27.7	100.0
2002	1 070 246.3	427 228.2	23 869.2	1 473 605.3	71.0	29.0	100.0
2003	1 035 308.0	503 517.9	23 176.0	1 515 650.0	66.8	33.2	100.0
2004	1 058 205.0	616 792.5	29 974.8	1 645 022.6	62.5	37.5	100.0

NOTA: el consumo nacional aparente es el consumo nacional de carne estimado a partir de la producción interna más las importaciones menos las exportaciones.

FUENTE: Sagarpa (2006).

CUADRO 9  
COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES MEXICANAS DE  
CARNE Y DESPOJOS COMESTIBLES DE CERDO (2005)

<i>Tipo</i>	<i>Toneladas</i>
Canales y medias canales	19 070
Piernas, paletas y trozos sin deshuesar	209 864
Demás carnes	75 532
Cueros	73 391
Otro tipo de despojos	82 251
Total	460 108

FUENTE: INEGI (2005).

sin gran valor comercial en Estados Unidos, pero que pueden entrar a precios altamente competitivos a México.

Aquí podemos observar también las condiciones de negociación del TLC, donde no se consideraron aranceles para cierto tipo de cortes y despojos que compiten ventajosamente contra la producción nacional y que realmente provocan un comercio desleal, debido a que Estados Unidos aporta aproximadamente 85 por ciento de las importaciones y Canadá alrededor de 15 por ciento.

#### MERCADO DE CARNE DE PAVO

El pavo es una carne con gran tradición en México. Esta ave es originaria de América; además fue domesticada en la región mesoamericana. Sin embargo, su consumo es altamente estacional, sobre todo en las festividades de fin de año. El mercado nacional no ha desarrollado un sistema que abastezca de manera permanente el mercado y de forma especial cubra la demanda estacional, así que en esta especie tampoco se han desarrollado muchas empresas con poder de mercado que compitan con las grandes empresas productoras estadounidenses.

Por otra parte, en el medio rural el pavo que existe es un material genético original de las especies domesticadas desde los tiempos prehispánicos y, por lo tanto, es de lento crecimiento y baja productividad. Criados básicamente para el autoconsumo en las fiestas religiosas locales o festejos familiares, parte importante del inventario nacional lo constituye este tipo de animales, los cuales evidentemente son un producto altamente diferenciado de los pavos criados de manera intensiva en las granjas.



CUADRO 10  
CARNE DE PAVO. COMPOSICIÓN DEL CONSUMO NACIONAL APARENTE (1990-2004)

Año	Composición en volumen (toneladas)			CNA	Composición porcentual		
	Producción	Importaciones	Exportaciones		Producción	Importaciones	Total
1990	21 906.0	3 765.6	0.0	25 671.6	85.3	14.7	100.0
1991	20 978.0	25 360.4	0.0	46 338.4	45.3	54.7	100.0
1992	23 343.0	46 060.5	0.0	69 403.5	33.6	66.4	100.0
1993	17 936.0	61 600.4	0.0	79 536.4	22.6	77.4	100.0
1994	18 368.0	70 230.6	0.0	88 598.6	20.7	79.3	100.0
1995	19 544.0	70 690.3	19.1	90 215.2	21.6	78.4	100.0
1996	19 596.0	83 366.0	0.0	102 962.0	19.0	81.0	100.0
1997	18 951.0	95 275.3	293.9	113 932.4	16.4	83.6	100.0
1998	22 412.0	102 225.1	17.1	124 620.0	18.0	82.0	100.0
1999	22 951.0	107 107.3	14.7	130 043.6	17.6	82.4	100.0
2000	23 485.0	110 415.3	2 821.8	131 078.5	15.8	84.2	100.0
2001	24 147.0	118 157.8	0.2	142 304.6	17.0	83.0	100.0
2002	25 575.0	98 385.5	0.1	123 960.4	20.6	79.4	100.0
2003	25 387.0	130 901.0	46.1	156 241.9	16.2	83.8	100.0
2004	24 011.0	100 000.0	50.0	123 961.0	19.3	80.7	100.0

NOTA: el consumo nacional aparente es el consumo nacional de carne estimado a partir de la producción interna más las importaciones menos las exportaciones.

FUENTE: Sagarpa (2006).

El pavo se ha integrado a la dieta cotidiana de manera procesada, como jamón o salchichas de pavo, así como pechugas ahumadas, debido a que la carne de pavo para ser cocinada requiere de una preparación más sofisticada: guajolote en mole, pavo al horno, etc., que demanda tiempo para su preparación.

Así que dada la estructura de mercado, la producción en el periodo 1990-2004 apenas ha crecido 9.06 por ciento, mientras que las importaciones subieron en este mismo periodo 2 555.56 por ciento. Esto es mientras que la producción en el periodo pasó de 21 906 toneladas a 24 011, las importaciones pasaron de 3 765.6 a 100 mil toneladas.

Según los datos anteriores, en 2004 el consumo nacional aparente es cubierto con 80.7 por ciento de importaciones, esto es, la participación en el mercado nacional de los productores internos es mínima e indica de manera clara cómo la apertura ha sido devastadora para los productores nacionales de pavo.

#### MERCADO DE CARNE DE OVINO

El mercado de esta carne ha tenido un crecimiento dinámico y presenta una expectativa de crecimiento futuro, debido a que se parte de un consumo aparente bajo, de tan sólo 0.5 kilogramos por persona al año en 1990, para ubicarse en 0.8 en 2004.

Esta especie, a partir del crecimiento de la demanda, ha crecido. El crecimiento de la población ovina ha pasado de 3.7 millones de cabezas, en 1994, a 6.4 millones en 2003, y pese a la importación masiva que actualmente cubre alrededor de 52 por ciento por ciento del consumo nacional, en 2004 los precios internos no han caído por la alta demanda nacional (Salas, 1996).

En el crecimiento de la oferta interna, las regiones tropicales han tenido un papel importante debido al aumento de la población ovina de pelo, ya que ante la caída de los precios de la lana, los rebaños de los principales países productores de lana han reorientado su producción a ovinos de carne, lo que también ha ocurrido en México.

Como mencionan Gonzalo (2000) y Rodríguez (1993), el ovino de pelo tiene un futuro promisorio por el buen comportamiento productivo que presenta, además por el conjunto de trabajos de investigación que se desarrollan (Arciga *et al.*, 1991); se plantea que los ovinos de pelo responden de manera satisfactoria a dietas altas en energía y proteínas que permite un sistema rentable bajo

CUADRO 11  
CONSUMO NACIONAL APARENTE DE CARNE DE OVINO (1990-2004)

Año	Composición en volumen (toneladas)			CNA	Composición porcentual		
	Producción	Importaciones	Exportaciones		Producción	Importaciones	Total
1990	24 695.0	22 403.9	0.0	47 098.9	52.4	47.6	100.0
1991	26 262.0	33 963.3	0.0	60 225.3	43.6	56.4	100.0
1992	27 872.0	37 903.1	0.0	65 775.1	42.4	57.6	100.0
1993	28 672.0	38 553.6	0.0	67 225.6	42.7	57.3	100.0
1994	30 274.0	41 982.4	18.9	72 237.5	41.9	58.1	100.0
1995	29 887.0	21 098.9	150.4	50 835.5	58.5	41.5	100.0
1996	29 443.0	20 454.1	97.1	49 800.0	58.9	41.1	100.0
1997	30 161.0	28 663.1	96.8	58 727.2	51.2	48.8	100.0
1998	30 466.0	34 400.8	71.2	64 795.6	46.9	53.1	100.0
1999	30 785.0	41 814.1	71.8	72 527.2	42.3	57.7	100.0
2000	33 390.0	53 556.0	44.3	86 901.7	38.4	61.6	100.0
2001	36 221.0	58 398.8	24.1	94 595.7	38.3	61.7	100.0
2002	38 195.8	58 296.4	38.4	96 453.8	39.6	60.4	100.0
2003	42 166.0	43 736.9	1.0	85 901.9	49.1	50.9	100.0
2004	42 140.0	44 000.0	1.0	86 139.0	48.9	51.1	100.0

NOTA: el consumo nacional aparente es el consumo nacional de carne estimado a partir de la producción interna más las importaciones menos las exportaciones.

FUENTE: Sagarpa (2006).

condiciones de producción intensiva. Arteaga (2000) señala que la población nacional de borregos de pelo se ha incrementado, mientras que la de lana ha decrecido. El crecimiento de los ovinos de pelo se ha dado por un incremento de los precios de carne debido a la creciente demanda de barbacoa y de corderos en algunas regiones del país, la disminución de los precios de carne de bovino que ha provocado la sustitución de hatos bovinos por rebaños ovinos, apoyos gubernamentales y la organización de los productores.

La producción ovina en regiones tropicales se había desarrollado como una actividad complementaria en las unidades empresariales y en las unidades campesinas como un mecanismo de ahorro en activos físicos (Ramírez y Cuéllar, 1995). Sin embargo hoy observamos que existen unidades agropecuarias empresariales que incursionan en la ovinocultura como actividad principal.

Además, el precio internacional de la carne ovina sube ante la disminución de los inventarios de canales congelados por ajuste en los sistemas productivos de los grandes productores internacionales. Según datos de la FAO (2006) el valor promedio de las importaciones mexicanas por tonelada de carne, en 1993, fue de 1 015 dólares frente a 1 776 dólares en 2003; lo anterior genera oportunidades para los productores nacionales, al no competir frente a importaciones más baratas.

En los últimos diez años la demanda de carne de ovino ha crecido a tasas altas, pero parte sustancial de esta demanda se ha satisfecho con importaciones puesto que actualmente 62 por ciento de la demanda nacional aparente es aportada por el mercado externo. Según datos de la FAO (2006), las importaciones de carne de cordero pasan de 20 783 toneladas, en 1993, a 40 274 toneladas en 2003.

CUADRO 12  
COMPOSICIÓN DE LAS IMPORTACIONES EN MÉXICO  
DE CARNE DE OVINO EN 2005

<i>Tipo</i>	<i>Fresca o refrigerada (Tm)</i>	<i>Congelada (Tm)</i>	<i>Total (Tm)</i>
Canales y medias canales de cordero	84.93	2 797.00	2 881.93
Canales y medias canales	---	5 408.00	5 408.00
Cortes sin deshuesar	54.46	29 454.00	29 508.00
Cortes deshuesados	3.49	203	206.49
Total			38 003.93

FUENTE: INEGI (2005).

Este tipo de carne, a diferencia de la de bovino, cerdo, ave y pavo, no tiene como principal oferente a Estados Unidos y en su lugar, países como Australia y Nueva Zelanda son exportadores de este tipo de carne. Por ejemplo, la carne sin deshuesar congelada —que es el componente más importante en volumen—, para 2005 lo aporta Nueva Zelanda (57.5 por ciento), Australia (31.71 por ciento) y Estados Unidos (el restante 10.79 por ciento).

#### INTERRELACIÓN EN LA DEMANDA DE CARNE DE LAS DIFERENTES ESPECIES

Analizando la serie de datos de 1990-2004, encontramos que en los índices de participación de cada especie en la canasta de carnes existe una correlación alta y positiva entre las carnes de bovino con cerdo y ovino ( $r = 0.698$  y  $r = 0.375$ ) y negativa con ave y pavo ( $r = -0.959$  y  $r = -0.512$ ), lo que significa que cuando sube el consumo de cerdo u ovino sube también el consumo de bovino, pero cuando sube el índice de consumo de ave y pavo, disminuye el consumo de bovino. Las mismas tendencias se observan en los índices de consumo de ovino: son positivos para cerdo y bovino ( $r = 0.375$  y  $r = 0.387$ ) y negativo para pollo y pavo ( $r = -0.425$  y  $r = -0.350$ ).

Los resultados anteriores nos indican la complementariedad entre las carnes de bovino, cerdo y ovino, y la sustitución de éstas con pollo y pavo. Encontramos que en la evolución del consumo de productos cárnicos que ha ido a la alza en el periodo, el grupo de carnes rojas evoluciona de manera similar; cuando sube el consumo de carnes blancas de pollo y pavo disminuye la participación de carnes rojas. El comportamiento del consumidor nos está indicando que se ha movido del consumo de carnes rojas hacia carnes blancas debido a dos factores: el tiempo de preparación es menor que el de las carnes rojas y el precio es menor que el de las carnes rojas.

Con base en estos resultados, se realizan modelos de regresión lineal, donde planteamos la sustitución de carnes rojas por carne de aves de acuerdo con los siguientes supuestos de la teoría económica neoclásica:

Sobre el precio partiremos de la propuesta neoclásica de que el precio está determinado por las funciones de la oferta y la demanda.

La función de la demanda se construye en función de las curvas de indiferencia, aunado a las restricciones presupuestarias y considerando que la función de la demanda es bastante estable en el tiempo, debido a que los consumidores no reflejan cambios importantes en sus preferencias y, por otro lado, las restricciones presupuestarias permanecen constantes.

La función de la oferta total está determinada por la sumatoria de la oferta de las empresas, la cual estaría constituida por la parte de costos marginales con pendiente positiva con la restricción de que el precio sea al menos igual al costo variable medio en el corto plazo.

Así que en el corto plazo, el nivel de producción variará de acuerdo con los volúmenes de costos variables en que se incurra, dadas las condiciones de tecnología utilizada, considerada la óptima en términos económicos y de acuerdo con las condiciones agroecológicas.

Para el análisis del mercado, consideraremos un mercado segmentado ya que suponemos que la función de la demanda del mercado externo es diferente a la del mercado interno.

Otros supuestos son que las curvas del costo marginal para el mercado interno y externo son diferenciadas, debido a las condiciones de calidad diferenciada de cada tipo de bien y que los precios observados son precios de equilibrio.

La elasticidad de la curva de demanda en ambos mercados deberá tender a ser bastante inelástica, debido a la condición del tipo de bien, que es un alimento; pese a que el porcentaje de precios baje de manera considerable, el consumo no puede sobrepasar cierto nivel y, por lo tanto, los movimientos en precios de un periodo a otro, están básicamente afectados por la función de oferta que, en el tiempo, es afectada por la cantidad de bienes de capital con que se cuente, lo que estaría fuertemente influido por la cantidad de tierra.

El precio actual está afectado por decisiones de producción que se adoptaron en función de los precios observados en el pasado, lo que decidió incrementar o reorientar la producción hacia el mercado, donde se observaron mejores precios en el pasado.

El modelo de análisis planteado es el siguiente, de acuerdo con Hirshleifer (1988):

$$Q_{db} = f(P_{ib}, P_{xb}, P_{ip}, P_{xp})$$

$$Q_{db} = \beta_0 - \beta_1 P_{ib} - \beta_2 P_{xb} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp}$$

$$Q_{do} = f(P_{io}, P_{xo}, P_{ip}, P_{xp})$$

$$\begin{aligned} Q_{do} &= \beta_0 - \beta_1 P_{io} - \beta_2 P_{xo} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp} \\ Q_{dc} &= f(P_{ic}, P_{xc}, P_{ip}, P_{xp}) \\ Q_{dc} &= \beta_0 - \beta_1 P_{ic} - \beta_2 P_{xc} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp}. \end{aligned}$$

Donde  $\beta_1$  son los coeficientes que relacionan las variables:  $Q_{db}$ , demanda de carne de bovino;  $Q_{do}$ , demanda de carne de ovino;  $Q_{dc}$ , demanda de carne de cerdo;  $Q_{dp}$ , demanda de carne de ave;  $P_{ib}$ , precio interno de carne de bovino;  $P_{xb}$ , precio de las importaciones de carne de bovino;  $P_{ip}$ , precio interno de carne de pollo;  $P_{xp}$ , precio de las importaciones de carne de pollo;  $P_{ic}$ , precio interno de carne de cerdo;  $P_{xc}$ , precio de las importaciones de carne de cerdo;  $P_{io}$ , precio interno de carne de ovino y  $P_{xo}$ , precio de las importaciones de carne de ovino.

En este modelo se considera que la demanda de una especie es una función lineal inversa al precio de la carne de la misma especie, mientras que los precios de otras carnes, al ser bienes sustitutos, se comportan de manera directamente proporcional. Se consideró a cada carne roja (bovino, cerdo y ovino) frente a la de pollo debido a que según la primera parte del análisis, existe un coeficiente negativo de correlación, de nivel medio y estadísticamente significativo.

Para eliminar el efecto de crecimiento poblacional sobre la función de demanda se consideró el consumo promedio nacional de cada carne.

$$\begin{aligned} Q_{db} &= f(P_{ib}, P_{xb}, P_{ip}, P_{xp}) \\ Q_{db} &= \beta_0 - \beta_1 P_{ib} - \beta_2 P_{xb} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp}. \\ Q_{db} &= 16.16 + 0.0035 P_{ib} + 0.000405 P_{xb} - 0.005491 P_{ip} - \\ &\quad 0.0019 P_{xp}. \\ R^2 &= 0.4938. \end{aligned}$$

De acuerdo con el modelo previsto, los resultados tienen signos contrarios y sólo el coeficiente  $\beta_3$  es significativamente diferente de cero. La explicación se puede encontrar en que la función de demanda no fue estable en el tiempo, sobre todo por la crisis de 1995, donde caen los precios internos en términos de dólares, pero también por el efecto de la caída en el ingreso, la demanda disminuye, después suben los precios y también la demanda por efecto de recuperación de ingresos.

$$\begin{aligned} Q_{do} &= f(P_{io}, P_{xo}, P_{ip}, P_{xp}) \\ Q_{do} &= \beta_0 - \beta_1 P_{io} - \beta_2 P_{xo} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Qdo &= 0.000428 P_{io} - 0.00017P_{xo} - 0.00049 P_{ip} - 0.0000004 \\ &\quad P_{xp} \\ R2 &= 0.5958 \end{aligned}$$

De manera análoga, los resultados tienen dos signos contrarios, sólo el precio internacional tiene el signo esperado y sólo el coeficiente  $\beta_3$  es significativamente diferente de cero. La explicación sería igual que en el caso anterior; es provocada por un comportamiento atípico de una crisis, además de cambios en los gustos de los consumidores.

$$\begin{aligned} Qdc &= f(P_{ic}, P_{xc}, P_{ip}, P_{xp}) \\ Qdc &= \beta_0 - \beta_1 P_{ic} - \beta_2 P_{xc} + \beta_3 P_{ip} + \beta_4 P_{xp}. \\ Qdc &= 15.90 + .001931P_{ic} + 0.002318 P_{xc} - 0.00375 P_{ip} - \\ &\quad 0.0054 P_{xp}. \\ R2 &= 0.4725 \end{aligned}$$

De acuerdo con el modelo previsto, los resultados tienen signos contrarios esperados y sólo el coeficiente  $\beta_4$  es significativamente diferente de cero. La explicación sería igual que en el caso anterior, provocada por un comportamiento atípico de una crisis y cambios en los patrones de consumo.

### CONCLUSIONES

1. La demanda de carne en los últimos 15 años ha tenido un fuerte crecimiento, al pasar el consumo per cápita de 32.9 kilogramos, en 1990, a 56.9 kilogramos en 2004. La demanda ha tenido un crecimiento promedio anual en el periodo de 3.7 por ciento en términos per cápita; esto impacta a la demanda total a la que hay que agregarle el crecimiento poblacional, por lo que estos datos podrían ser un indicador del auge en que se deberían de encontrar los productores nacionales. Paradójicamente, la realidad nos muestra una situación difícil y complicada para los productores nacionales que enfrentan una dura competencia con el mercado internacional por conservar el mercado interno.

2. Las políticas macroeconómicas de apertura comercial, que abrieron de manera abrupta las fronteras a productos agropecuarios importados con el fin de controlar la inflación mediante la importación de alimentos baratos y aprovechando los subsidios de los gobiernos desarrollados a sus productores y/ o la mayor



productividad sectorial, ha impactado en el nivel de precios internos de manera desfavorable para los productores nacionales.

3. Los precios internacionales para todos los productos cárnicos han estado por debajo de los precios nacionales, lo que ha presionado a la baja a los precios nacionales aunque los productos cárnicos del mercado internacional han sido de baja calidad.

4. La complementariedad con el mercado de Estados Unidos, donde consumen sólo parte de las canales y exportan a bajos precios parte de ellas debido a que tienen bajo valor comercial, ha provocado una competencia desleal que los comercializadores nacionales utilizan para presionar a la baja los productos nacionales e incrementar sus márgenes de utilidad.

5. El poder de mercado de las grandes empresas internacionales exportadoras de productos cárnicos ha permitido ganarle segmentos importantes de mercado (sobre todo las grandes cadenas de tiendas minoristas) a los productores nacionales, quienes están involucrados en cadenas de comercialización ineficientes por los altos costos de transacción y escaso poder de mercado, salvo el caso del mercado de carne de pollo que cuenta con empresas con un fuerte poder de mercado.

6. En el periodo analizado ha prevalecido la tendencia a sustituir las carnes rojas, sobre todo bovino y cerdo, por pollo en la canasta de cárnicos; esto se debe a factores de salud, por el menor contenido de ácido úrico y colesterol, por el menor precio y la rapidez de cocción. Sin embargo, ante la amenaza de la gripe aviar transmisible a los humanos, esta situación podría, en el mediano y largo plazos, dar un vuelco importante.

7. El consumo de carnes de ovino y pavo han tenido fuertes tasas de crecimiento, pero al ser, en términos absolutos, muy bajo el consumo y las cadenas productivas y de comercialización poco eficientes, el mercado internacional ha llenado en gran parte la demanda nacional.

8. Para enfrentar con mayor éxito la apertura comercial, es urgente modernizar y hacer más eficiente las cadenas de comercialización, sobre todo en ganado bovino, ovino y cerdo, para generar productos diferenciados en calidad que compitan con los productos importados.

9. Se observa en los últimos cuatro años un crecimiento de los precios de los productos cárnicos en el mercado internacional, tanto por un incremento en los precios de los granos forrajeros en el mercado internacional, como por la aparición de China como comprador de cortes baratos en el mercado internacional, lo que

ha incrementado la demanda y por lo tanto, presionado los precios a la alza.

10. Las funciones de demanda no han sido estables en el tiempo. El efecto de la apertura comercial y la crisis de 1995 generaron un comportamiento atípico de la demanda. En principio la apertura comercial disminuyó los precios e incrementó la demanda, pero la crisis de 1995 deprimió los precios internos medidos en dólares e hizo caer la demanda por el efecto de disminución de los ingresos. Posteriormente a la crisis, los precios internos tienen incrementos y la demanda también se incrementa por recuperación en el nivel de ingresos.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ACERO, M. (2005), "El comercio mundial de la carne ovina", en *El Borrego*, núm. 37, noviembre-diciembre, en <<http://www.borrego.com.mx/archivo/n37/f37comerc.php>>, consultado el 8 de mayo.
- ARCIGA *et al.* (1991), "Comportamiento de borregos de pelo alimentados con diversas proporciones de rastrojo de maíz y granos de sorgo", en *Memorias del IV Congreso de Producción Ovina de AMTEO*, México, AMTEO.
- ARTEAGA, J. D. (2000), "Problemática de la ovinocultura en México", en *Memorias de Chapingo*, México, UACH.
- CALVA, J. L. (1997), "El nuevo modelo de desarrollo agropecuario impulsado mediante la Ley Agraria y el TLC", en J. L. Calva (coord.), *Alternativas para el campo mexicano*, México, Friedrich Ebert Stiftung/UNAM/Fontamara, pp. 171-192.
- ENRÍQUEZ, E. (1991), "La ganadería en México: problemática y alternativas (el caso de la ganadería lechera)", en J. P. Arroyo Ortiz (coord.), *Perspectivas en el sector agropecuario en el futuro de la economía mexicana*, México, Fundación Friedrich Naumann/ Facultad de Economía-UNAM/Colegio Nacional de Economistas, pp. 86-89.
- FAO (2006), "Base estadística de datos FAOSTAT", en <<http://faostat.fao.org/faostat/collections?version=ext&hasbulk=0&language=ES>>, consultado el 25 de junio.
- FIRA (1999), *Elementos de análisis de las cadenas productivas: carne de bovino*, documento técnico, México, FIRA.
- GARCÍA, L. A. (1991), "Consideraciones en torno al concepto de ganaderización", en J. Arroyo (coord.), *Perspectivas en el sector*

- agropecuario en el futuro de la economía mexicana*, México, Fundación Friedrich Naumann/Facultad de Economía-UNAM/Colegio Nacional de Economistas, pp. 94-98.
- GONZALO, A. (2000), "Evaluación de comportamiento reproductivo en ovinos de razas de pelo en las regiones tropicales de México", en *Memorias de Chapingo*, México, UACH.
- GUJARATI, D. (2004), *Econometría*, México, McGraw Hill.
- HIRSHLEIFER, J. (1988), *Microeconomía: teoría y aplicaciones*, México, Prentice Hall.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (1996), *La ganadería en Chiapas*, México, INEGI.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Anuario estadístico de comercio exterior del 2005*, México, INEGI.
- PÉREZ ESPEJO, R. (1991), "La ganadería en México: características y perspectivas", en J. Arroyo (coord.), *El sector agropecuario en el futuro de la economía mexicana*, México, Fundación Friedrich Naumann/Facultad de Economía-UNAM/Colegio Nacional de Economistas, pp. 75-86.
- \_\_\_\_\_ (1993), "Productores pecuarios: situación actual y perspectivas", en J.L. Calva (coord.), *Alternativas para el campo mexicano*, México, Friedrich Ebert Stiftung/UNAM/Fontamara, pp. 15-42.
- RAMÍREZ, C. y J. CUÉLLAR (1995), "La producción ovina en la región oriente del estado de Tabasco, México", en *Memorias del VIII Congreso de AMTEO*, México, AMTEO.
- \_\_\_\_\_ (2001), "Diagnóstico del sector agrícola", en B. Mata García y C. Villanueva Verduzco (coords.), *México rural: políticas para su reconstrucción*, México, Universidad Autónoma Chapingo, pp. 135-200.
- RODRÍGUEZ, O. (1993), "Recopilación y análisis de parámetros productivos y reproductivos de borregos pelibuey en México", en *Memorias del VI Congreso de AMTEO*, México, AMTEO.
- RUIZ, A. et al. (2001), "Diagnóstico productivo del campo mexicano", en B. Mata García y C. Villanueva (coords.), *México rural: políticas para su reconstrucción*, México, Universidad Autónoma de Chapingo, pp. 135-260.
- SALAS, J. J. (1996), "Comercialización del ganado ovino en México", en *Memoria del Tercer Congreso de AMTEO*, México, AMTEO.
- SÁNCHEZ, R. et al. (1997), "Tendencias y oportunidades de desarrollo de la lechería en México", en *Boletín Informativo*, México, FIRA.

- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa) (2003), *Situación actual y perspectiva de la producción de carne de bovino en México (1990-1998)*, en <<http://www.sagarpa.gob.mx/>>, consultado el 15 de junio de 2003.
- \_\_\_\_\_ (2006), SIAP-Población ganadera, en <<http://www.siap.sagarpa.gob.mx/>>, consultado el 10 julio de 2006.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Base estadística de datos*, en <<http://www.sagarpa.gob.mx/>>, consultado el 15 de julio de 2006.
- VILABOA, J. *et al.* (2006), “Indicadores económicos de dos sistemas de producción ovina en el Estado de Veracruz”, en <[http://www.engormix.com/S\\_articles](http://www.engormix.com/S_articles)>, consultado el 20 de mayo de 2006.

ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA  
DE LOS PORCICULTORES MEXICANOS:  
EL CASO DEL GRUPO PORCÍCOLA MEXICANO, YUCATÁN

*Taeko Hoshino\**

RESUMEN

Desde la perspectiva del abastecimiento de alimentos y el aseguramiento de empleos e ingresos en el campo, uno de los desafíos ante el avance de la liberalización del comercio internacional es cómo sobreviven las industrias agropecuarias a las que les falta competitividad. Una de las estrategias puede ser la exportación. La porcicultura mexicana se desarrolló en la década de 1970 bajo una política protectora gubernamental. La suspensión de subsidios y la apertura del mercado, después de la crisis de los años ochenta, tuvo un doble impacto en la industria: incremento en los costos y mayor competencia de los productos importados. Ello provocó el desplazamiento de muchos productores en virtud de sus altos costos. Aun con esta complejidad, algunos productores han podido crecer haciendo de la exportación su estrategia básica de supervivencia. Posicionados en el segmento de productos de alto valor agregado para el mercado internacional, en particular el japonés, han fincado su competitividad en la ventaja comparativa de México: mano de obra barata. Mediante esta estrategia, aseguran la rentabilidad del negocio equilibrando la utilidad y la composición de mezcla de productos entre la exportación y la venta doméstica. No obstante, no todos los productores pueden aplicar esta estrategia, porque hay barreras difíciles de superar, tales como el financiamiento, la capacidad administrativa y la experiencia del negocio en el ámbito internacional. En este ensayo se analizan los requisitos para los ex-

\* Senior Executive Research Fellow of Area Studies Center, Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization. Correo electrónico: <hosino@ide.go.jp>.

portadores, considerando el caso del Grupo Porcícola Mexicano (GPM), en Yucatán, una subsidiaria del Grupo Industrial Desc.

## INTRODUCCIÓN

¿Qué le sucede a un sector agropecuario al que le falta competitividad, cuando se abre el mercado?, ¿cómo puede un productor agropecuario sobrevivir a una competencia intensa, resultante de la apertura comercial? y, por último, ¿cuáles son las características de los productores que han sobrevivido a la competencia? El presente trabajo es un intento por responder a estas preguntas desde el caso de la industria del cerdo<sup>1</sup> en México, específicamente el de la empresa Grupo Porcícola Mexicano (GPM) de Yucatán.

La experiencia de la porcicultura mexicana es un caso típico de una industria que se vio expuesta a la repentina apertura del mercado, después de haber crecido bajo una política de protección gubernamental. La porcicultura mexicana creció en la década de los años setenta auspiciada en una política de subsidios a los alimentos para ganado, y restricciones a la importación de ganado y carne de cerdo. Este crecimiento se detuvo en la siguiente década por un cambio radical de política, consistente en la suspensión de subsidios y la apertura del mercado nacional. Por el doble golpe del aumento en el costo de alimentos y de la competencia de los productos importados, muchos productores han salido del mercado (Kato y Suárez, 1996; Pérez Espejo, 1996; Sagarnaga *et al.*, 2000).

A pesar de este panorama general tan deprimido, existen dos entidades de la república en donde los poricultores han crecido con paso firme. Son los estados de Sonora y de Yucatán. Este estudio se enfoca en GPM, porque es el principal agente de crecimiento de la industria de cerdo en Yucatán, y es un caso típico de los productores que emergieron durante el proceso de la reestructuración de esta industria en los años noventa. En cuanto a Sonora, hay estudios de Hernández Moreno (2001) y Hernández

<sup>1</sup> En este trabajo el término “la industria del cerdo” incluye diversos sectores relacionados con la producción y la distribución de carne de cerdo, tales como el mejoramiento genético, la reproducción y la cría de cerdo, la producción de alimentos, el sacrificio de cerdo y el procesamiento y la distribución de carne. En cambio “la porcicultura” se refiere solamente a la reproducción y la cría de ganado porcino.

Moreno y Maya (2002). Ellos señalan que los porcicultores de Sonora adoptaron una estrategia de exportación de productos de alto valor agregado, aprovechando el bajo costo de la mano de obra que, como ya se mencionó, es la ventaja comparativa de México. Al igual que los porcicultores de Sonora, el GPM también exporta productos de alto valor agregado. Estos hechos parecen indicar la viabilidad de la exportación de alto valor agregado como estrategia de supervivencia para la porcicultura mexicana. En este estudio se indagan los requisitos para la exportación que se desprenden del análisis del sistema productivo del GPM y las condiciones de venta al mercado exterior y, con base en ello, se trata de evaluar la posibilidad y los límites de la exportación como estrategia de supervivencia.

El documento se compone de cuatro partes. En la primera, después de describir el panorama general del sector en estas dos décadas, se analiza el impacto de la apertura en los porcicultores mexicanos, considerando los impactos diferenciados según el grado de modernización de los porcicultores. En la segunda se examina el cambio de peso relativo de los principales estados productores de cerdo en el proceso de la reestructuración ante la apertura. Se muestra la emergencia de Yucatán como un nuevo estado productor de cerdo. En la tercera, se analiza el proceso de desarrollo del sistema productivo, la organización corporativa y la condición de exportación del GPM. En la última parte, a manera de conclusión, se evalúan las posibilidades y los límites de la exportación como estrategia de supervivencia para la porcicultura mexicana.

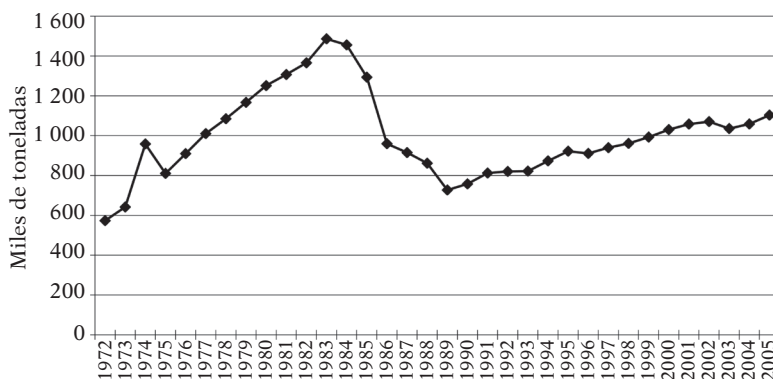
#### APERTURA DEL MERCADO Y REESTRUCTURACIÓN DE LA PORCICULTURA MEXICANA

##### *Panorama general de la industria en las recientes dos décadas*

La gráfica 1 muestra la producción de carne de cerdo de 1972 a 2005. Se nota una caída muy brusca entre 1983 y 1989, y una muy lenta recuperación después del año 1990. El principal factor de este movimiento de la producción fue la abolición de la política de protección del gobierno. En 1985 se suprimió el subsidio a alimentos para ganado como parte integrante de una política de austeridad de gasto público. Estos alimentos constituyen la mayor parte del costo de producción de cerdo y en 2005 representaban entre 50 por ciento y 70 por ciento del costo, dependiendo del gra-

do de modernización de las granjas (Sagarpa, 2006:18). Por esta razón, la suspensión del subsidio afectó seriamente la condición económica de las granjas. Luego se abrió el mercado a las importaciones. En 1986 México entró al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT), y en 1988 se abrogó el permiso previo de importación y los aranceles a la mayoría de los productos ganaderos, incluyendo el cerdo, con el fin de abatir la inflación. Aunque se introdujeron aranceles de nuevo, ante la caída de precios del cerdo causada por la creciente importación de Estados Unidos, se adoptaron no la tasa máxima de 50 por ciento aprobada por el GATT, sino tasas reducidas de entre diez por ciento y 20 por ciento (Pérez Espejo 1996:381). A principios de 1994 entró en vigencia el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). No obstante que en la negociación del TLCAN se acordó un periodo de desgravación a diez años y salvaguardas, a partir de 2003 empezó la apertura total a la importación de productos de cerdo provenientes de Estados Unidos y de Canadá.

GRÁFICA 1  
PRODUCCIÓN DE CARNE DE CERDO EN MÉXICO



NOTA: el año 2005 es la cifra preliminar.

FUENTE: Sagar (1998:58); Sagarpa (2006:50).

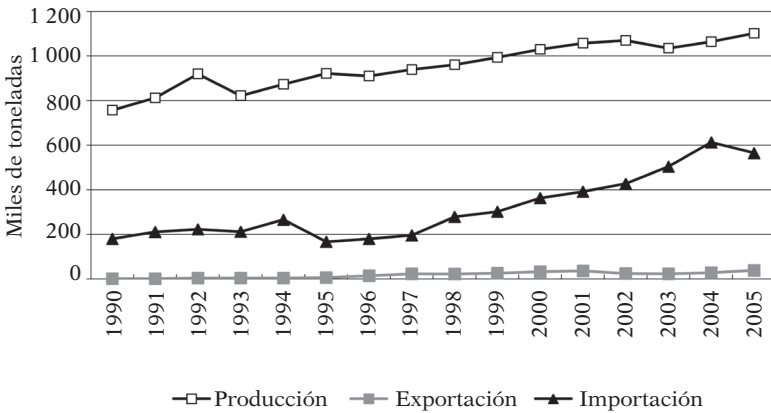
Ahora analizamos la evolución del comercio de cerdo. La gráfica 2 muestra la producción, la exportación y la importación de cerdo de 1990 a 2005. En ella es posible observar que la importación de cerdo ya había alcanzado un poco más de 20 por ciento de la producción nacional al principio de los años noventa, es decir, antes



de la entrada en vigor el TLCAN, debido a la abrogación del permiso previo de importación y a la reducción de tasas arancelarias. Al contrario, la importación cayó en los años de 1994 a 1997 por la medida transitoria del TLCAN y la devaluación del peso mexicano provocada por la crisis monetaria de 1994, que afectó desfavorablemente las importaciones. Fueron los años posteriores a 1998 cuando la importación empezó a crecer a ritmo más acelerado que la producción nacional. A medida que creció la importación, la tasa de autosuficiencia de carne de cerdo en México cayó de 80.8 por ciento en 1990, a 65.3 por ciento en 2005 (Sagar, 1998:67; Sagarpa, 2006:55). El origen de las importaciones fue principalmente Estados Unidos.

Estados Unidos es el segundo productor de carne de cerdo del mundo. Su producción en 2002 fue 8 720 toneladas, la cual es ocho veces más grande que la producción de México (FAO, 2002:237-239).

GRÁFICA 2  
PRODUCCIÓN, EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN DE CERDO



NOTA: el año 2005 es la cifra preliminar.  
FUENTE: Sagar (1998:67); Sagarpa (2006:55).

Anteriormente, la carne de cerdo producida en Estados Unidos se consumía principalmente en mercado doméstico. No obstante, por la mayor eficiencia debido a la integración del sistema productivo, los productores adquirieron capacidad de exportación en

los años ochenta. Al principio de la primera década del siglo XXI, la fracción de exportación dentro de la producción nacional de cerdo en Estados Unidos ya había aumentado a alrededor de diez por ciento (portal USDA).

La exportación de cerdo de Estados Unidos tiene las siguientes particularidades.

Primero: existe la tendencia a exportar cerdo en piezas específicas. En 2005, el rubro de piernas y espaldillas ocupó la proporción mayoritaria de las importaciones mexicanas, con 69.0 por ciento de éstas (Sagarpa, 2006:35-41). El alto porcentaje de pierna y espaldilla se explica por la diferencia relativa de su precio en los dos países, debido a la diferencia del gusto de los consumidores (véase el cuadro 1).

CUADRO 1  
COMPARATIVO DE LA DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL  
DE LOS MERCADOS PORCÍCOLA EN MÉXICO Y  
ESTADOS UNIDOS (2004)\*

<i>Pieza del cerdo</i>	<i>Estados Unidos</i>	<i>México</i>
Lomo	33	21
Tocino	32	18
Pierna	19	35
Espaldilla	6	15
Cabeza de lomo	8	9
Resto	2	2

\* Calculado con base en los ingresos aportados por cada segmento del mercado del cerdo en piezas.

FUENTE: Confederación de Porcicultores Mexicanos (2004).

Las principales importadoras de pierna y espaldilla han sido las empresas fabricantes de jamón y salchichón de México.

Segundo: la fluctuación de las exportaciones a México ha sido grande según los altibajos de los precios de cerdo en los mercados de Estados Unidos y de otros países. Por ejemplo, entre 1997 y 1998 la exportación de Estados Unidos a México creció porque la importación de cerdo por parte de los países asiáticos cayó debido a la crisis económica en Asia, y los productores estadounidenses desviaron la exportación hacia México (Hernández Moreno, 2001:4). Otro ejemplo es la disminución de exportación a México en 2005. Ello se explica por la suspensión de la exportación de ganado vacuno por el

problema del BSE, la cual generó una creciente demanda de cerdo como sustituto de la carne de res en los mercados exteriores (Sagarpa, 2006:4). La escala de producción de cerdo en Estados Unidos es tan grande que la porcicultura mexicana empezó a sacudirse por las condiciones del mercado afuera de México.

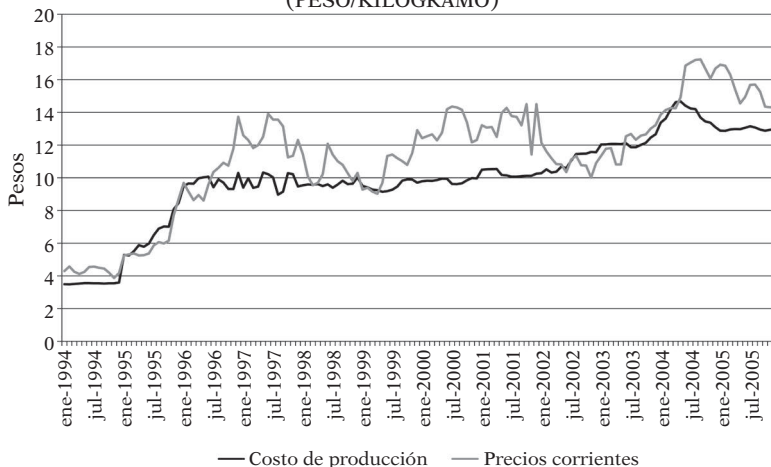
*Impacto de la apertura del mercado en los porcicultores*

¿Cómo ha afectado a los porcicultores la creciente importación de cerdo de Estados Unidos? La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) clasifica a los productores en tres tipos: tecnificados, semitecnificados y de traspatio. Las principales diferencias entre ellos son el grado de adaptación de tecnología avanzada, así como el grado de integración del sistema productivo. Los porcicultores más avanzados en ambos aspectos se denominan tecnificados y a los menos avanzados se les denominan de traspatio. Los semitecnificados se ubican en medio (Sagar, 1998:12-14). La adaptación de tecnología moderna por parte de los semitecnificados es parcial, así que su productividad es baja comparada con la de los tecnificados. Además, por no integrar los sectores relacionados, como por ejemplo la producción de alimentos, los semitecnificados tienen que depender para sus suministros del mercado, lo cual hace que suba el costo de producción.

Ahora analicemos las condiciones financieras de los porcicultores después de la apertura del mercado. Los datos que se utilizan aquí son la estimación del costo de producción de los porcicultores publicada por la Sagarpa cada año, en cuanto a los tecnificados y a los semitecnificados, y del precio de cerdo en canal en granja. Por desgracia, la producción de traspatio no está incluida en el análisis por falta de datos.

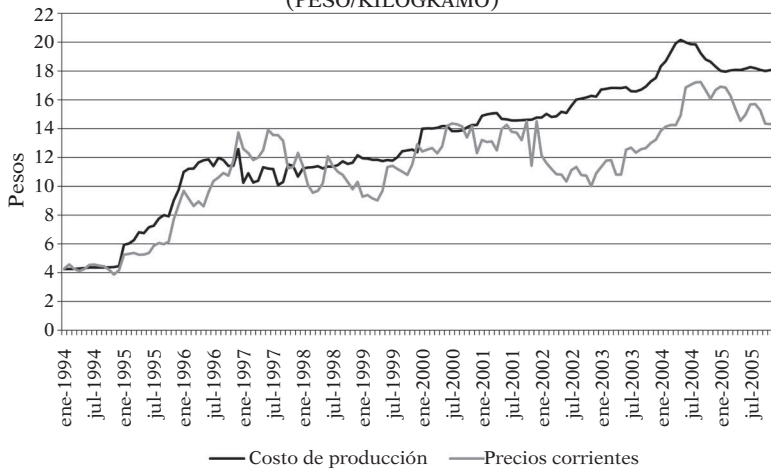
Las gráficas 3 y 4 indican los movimientos de las estimaciones del costo de producción tecnificada y semitecnificada, y el precio del cerdo en canal en granja. Las dos gráficas muestran que los movimientos del costo no coinciden con los del precio. En principio se observan dos periodos de desplome de precios. La primera caída se registra de principios de 1988 a mediados de 1999; y la segunda, desde inicios de 2002 a mediados de 2003. Ambas fueron causadas por el crecimiento de la importación del ganado y de carne de cerdo de Estados Unidos. La caída de precios en Estados Unidos impulsó la exportación a México, en donde se ofreció un mejor precio.

GRÁFICA 3  
 COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SISTEMA TECNIFICADO Y PRECIOS  
 CORRIENTES DE LA CARNE DE PORCINO EN CANAL  
 (PESO/KILOGRAMO)



FUENTE: Sagar (1998:72, 2000:25); Sagarpa (2003:29, 2006:48-49).

GRÁFICA 4  
 COSTO DE PRODUCCIÓN DEL SISTEMA SEMITECNIFICADO  
 Y PRECIOS CORRIENTES DE LA CARNE DE PORCINO EN CANAL  
 (PESO/KILOGRAMO)



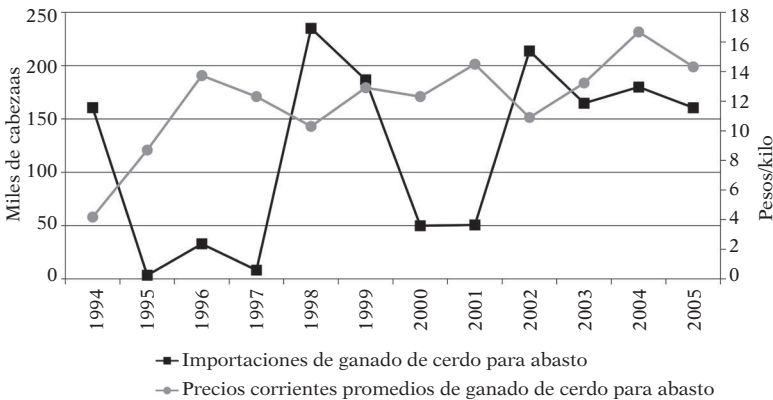
FUENTE: Sagar (1998:73, 2000:25); Sagarpa (2003:29, 2006:48-49).

En el primer periodo, la recuperación del precio en México se dio por la recuperación del precio en Estados Unidos y por la imposición de sanciones a los productores estadounidenses, resultado de la demanda de *dumping* interpuesta por los porcicultores mexicanos (Sagar, 1999:30-31, 2000:13-14; Sagarpa, 2004:15-17). En el segundo periodo, la recuperación del precio en México se dio por el aumento del precio en Estados Unidos debido al crecimiento de demanda de cerdo, como la carne sustituta de la de res.

El impacto de las importaciones de Estados Unidos en el precio del mercado mexicano se puede observar en las gráficas 5 y 6. La gráfica 5 muestra el comportamiento de importación de ganado de cerdo para abasto y el precio de cerdo en canal en granja utilizado en las gráficas 3 y 4. Las dos líneas representan trayectorias contrarias, es decir, cuando sube la importación, baja el precio, y viceversa. Por otro lado, la gráfica 6 muestra la importación y el precio de carne de cerdo. Aunque no tan claramente como en el caso del ganado de cerdo, se observan movimientos contrarios de las dos líneas. Estos hechos significan que los precios de la carne de cerdo en el mercado doméstico de México empezaron a ser afectados seriamente por la importación de Estados Unidos.

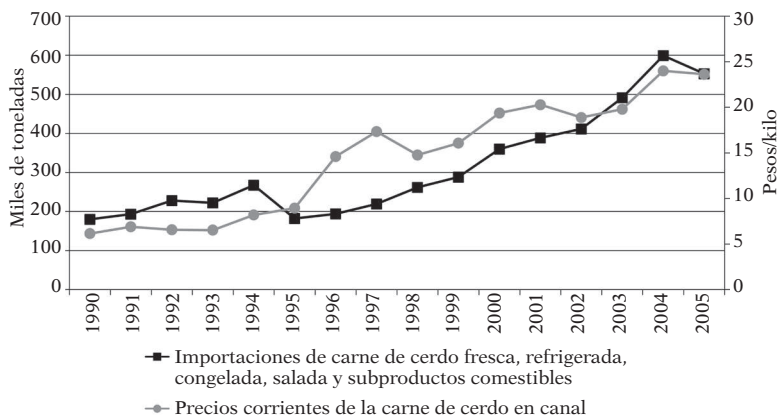
Entre los porcicultores, los más afectados han sido los del tipo semitecnificado. La gráfica 4 indica que el costo de producción se-

GRÁFICA 5  
IMPORTACIONES Y PRECIOS CORRIENTES DEL GANADO DE CERDO PARA ABASTO



FUENTE: Sagar (1999:48, 52); Sagarpa (2006:52, 55).

GRÁFICA 6  
IMPORTACIONES Y PRECIOS CORRIENTES DE CARNE DE CERDO



FUENTE: Sagar (1999:48-49, 53); Sagarpa (2006:52-53, 56).

mitecnificada ha sido siempre superior al precio de la carne después de 1998. Parece que la producción semitecnificada no puede responder adecuadamente a la caída de precio causada por el aumento de la importación. Se supone que por ser producción de alto costo, la semitecnificada está acumulando pérdidas y está en camino de desaparecer.

Al igual que la producción semitecnificada, las utilidades de la tecnificada se deterioraron por el aumento de las importaciones. La exportación fue la estrategia diseñada por algunos porcicultores para responder a esta crítica situación.

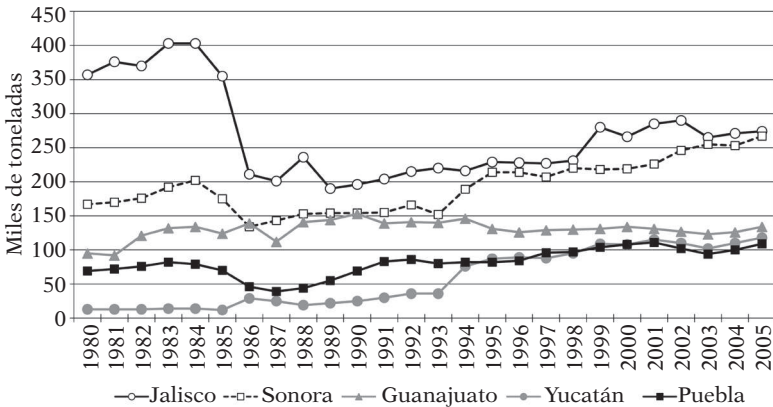
#### CRECIMIENTO DE YUCATÁN COMO NUEVO ESTADO PRODUCTOR DE CERDO

##### *Fortalecimiento de Sonora y Yucatán como estados productores de cerdo*

A pesar de que la situación general es muy difícil, hay dos estados cuyas producciones de cerdo han crecido de manera constante. La gráfica 7 indica la producción de ganado de cerdo de los primeros cinco estados productores entre 1980 y 2005. En este último año la producción agregada de ellos fue 63.2 por ciento del total nacio-

nal. La gráfica muestra el cambio de posición entre ellos en estos 26 años. El estado de Sonora, que tuvo éxito en mitigar el deterioro de los años ochenta, empezó a crecer a mediados de los noventa, y en 2005 llegó a competir con Jalisco por la primera posición. Por otra parte, Yucatán, que aún tenía una producción muy reducida en los años ochenta, empezó a crecer también a mediados de los años noventa, y en 2005 subió a la cuarta posición. Los principales agentes de crecimiento de estos dos estados fueron los productores que adoptaron la exportación como estrategia de supervivencia.

GRÁFICA 7  
PRODUCCIÓN ESTATAL DE PUERCO, GANADO EN PIE



FUENTE: Sagarpa (2006 y 2006a).

*Ventaja comparativa de Yucatán como estado productor de cerdo*

Además de las estrategias empresariales, que revisaremos más adelante, hay dos factores que favorecieron a Yucatán en el desarrollo de la industria del cerdo. El primero son las condiciones del mercado. En México hay una marcada diferencia en el consumo de carne de cerdo según la región. En 2005, fue de 15.3 kilogramos el promedio nacional del consumo anual de cerdo por habitante (Sagarpa, 2006:19). En cambio, el promedio del estado de Yucatán fue de 24 kilogramos (entrevista al presidente de Asociación Ganadera Local de Porcicultores de Mérida, el 1 de febrero de 2006). El alto consumo en Yucatán es tradicional y se complementa por la cre-

ciente demanda de la industria turística regional, que ya es de prestigio internacional. A los productores de Yucatán les ha favorecido su gran mercado local, condición inexistente en Sonora.

El segundo factor es el sistema preventivo de epidemias, que es indispensable para expandir el mercado fuera del estado. Hay algunas condiciones para establecer el sistema, tales como la geográfica, el esfuerzo colectivo de los productores y el apoyo por parte del gobierno. El estado de Yucatán tiene una condición geográfica favorable para controlar las epidemias porque, al estar delimitado por tres lados por mar y selva, sus accesos son restringidos, así que la vigilancia del movimiento de ganados y carne de cerdo es relativamente sencilla. Además, los productores hicieron colectivamente mucho esfuerzo para combatir las epidemias porcinas por medio de la vacunación del ganado y, con apoyo gubernamental, el mejoramiento sanitario de granjas y rastros. Debido a estos esfuerzos, Yucatán se declaró estado libre de la fiebre porcina clásica en 1993 y de la enfermedad de Auzesky en 1998.

Un sistema preventivo de epidemias es una de las condiciones indispensables para expandir el mercado. Por ejemplo, los pocos estados que pueden exportar los productos de cerdo a Japón, que es en la actualidad el destino principal de las exportaciones, son Sonora, Sinaloa, Chihuahua, Baja California y Yucatán, porque han sido declarados libre de la fiebre porcina clásica, según el Reglamento de Vigilancia Sanitaria Animal del gobierno japonés. El establecimiento del sistema preventivo de epidemias es importante no solamente para la exportación, sino para la venta en el mercado nacional, debido a que por las normas sanitarias federales, se prohíbe el movimiento de ganado y carne de cerdo de los estados que no estén libre de ciertas epidemias a los que sí lo están. Por estas razones, los productores del estado de Yucatán tienen opciones más amplias de mercado que los de los estados no libres de epizootias.

#### CRECIMIENTO DEL GRUPO PORCÍCOLA MEXICANO EN YUCATÁN

Este grupo subsidiario de Desc<sup>2</sup> es uno de los grandes grupos industriales de México. Su negocio en la actualidad se compone de los

<sup>2</sup> En 2007, Desc reestructuró su negocio y cambió su denominación al Grupo Kuo. Por estar difundido más ampliamente, se usa la antigua denominación en este trabajo.



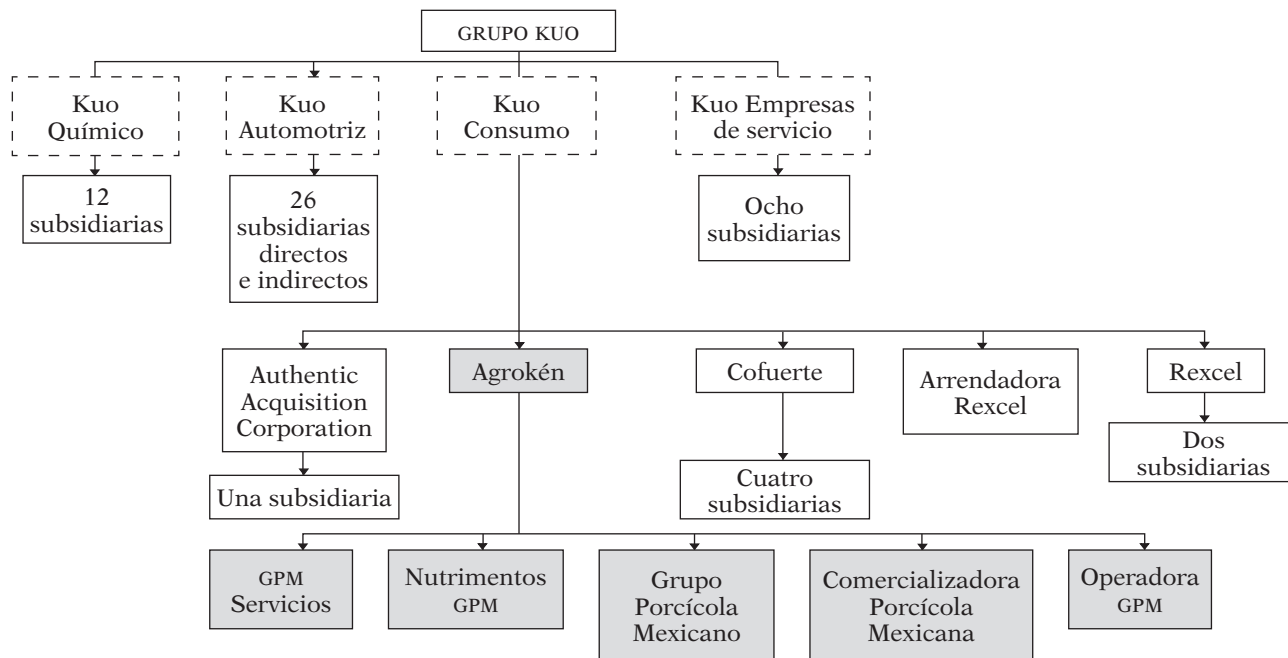
sectores de autopartes, de productos químicos y alimentarios, al que pertenece la producción de carne de cerdo que nos ocupa. Dentro del organigrama del grupo, que se muestra en la gráfica 8, el Grupo Porcícola Mexicano (GPM) y otras subsidiarias relacionadas con el negocio de carne de cerdo se muestran en gris.

El GMP se formó en 1991, es decir, después de la apertura comercial. No obstante, Desc tenía antecedentes en el negocio porcícola. En la época de auge petrolero de las décadas de 1970 y 1980, Desc invirtió en porcicultura, avicultura y fabricación de alimentos bajo una estrategia de diversificación de negocios. Los tres sectores fueron seleccionados porque los sistemas de producción avícola y porcícola son muy parecidos, y definen el mercado de alimentos. El negocio de cerdo fue coinversión conjunta con una empresa inglesa, y se dedicó a la reproducción, cría y engorda de los cerdos padres para proveer a las granjas que producían los cerdos de sacrificio. Este negocio se canceló en 1986 por ser poco remunerador. En 1991, Desc entró de nuevo a la porcicultura, porque Yucatán parecía tener futuro como lugar de producción de cerdo, y existía la disposición política del gobierno estatal para promover el desarrollo de industrias rurales sustitutivas de la decaída industria del henequén. En esta misma época, el grupo empresarial local Cásares empezó también la operación de granjas de cerdo en gran escala, las cuales fueron adquiridas después por Desc (Desc, 1998: 291; Gobierno Constitucional del Estado de Yucatán *et al.*, 1992:34; INEGI, 1997:3-4).

Desde un principio, el GPM contó con un sistema productivo de integración moderno, constituido por granjas de mejoramiento genético, granjas de reproducción, cría y engorda de cerdos padres y de sacrificio, y planta de fabricación de alimentos, esta última con 50 por ciento de coinversión de Cargill, la empresa multinacional de grano (Suzuki, 1997:443-446). En 1992 se inició la construcción del rastro TIF (Tipo Inspección Federal), así que la integración dio paso al sacrificio y procesamiento de carne. El negocio de rastro TIF se inició como coinversión con el ya citado grupo Cásares.

En 2004, GPM contaba con aproximadamente 35 mil vientres (Desc, 2005:37). Eso significa que tenía capacidad de producir alrededor de 700 mil cabezas de cerdo de sacrificio al año, si se considera que la productividad de un vientre es de alrededor de 20 cerdos al año con el proceso tecnificado. Además de sus propias granjas, se provee de las granjas de contrato de aparcería, aunque su porcentaje dentro de producción total no es grande (entrevista al director general del GPM, el 1 de febrero de 2006). En 2005, el nú-

GRÁFICA 8  
ESTRUCTURA CORPORATIVA DEL GRUPO KUO Y POSICIÓN DEL NEGOCIO DE CERDO (2007)



FUENTE: Grupo Kuo (2007:54-58).

mero de cerdos sacrificados en México fue de 14 300 000 cabezas, así que la participación del GPM dentro de la producción nacional fue alrededor de cinco por ciento.

Aunque el GPM es uno de los mayores productores de cerdo en México, es de escala relativamente pequeña si se compara con los grandes productores de Estados Unidos. Por ejemplo, Smithfield Foods, que es el primer productor de cerdo en el mundo, tiene 750 mil vientres y 27 por ciento de la participación de la producción estadounidense. Las empresas de Estados Unidos comparables en tamaño al GPM se ubican en ese país en posiciones de la décima a la vigésima (USMEF, 2003:6). El GPM empezó a exportar en 1998. En el mercado externo, el GPM tiene que competir con los productores de mayor tamaño. ¿Cómo están las condiciones de exportación? y ¿cuál es la estrategia de exportación del GPM?

#### *Estrategia del GPM ante las condiciones de exportación*

- Condiciones de exportación a Japón

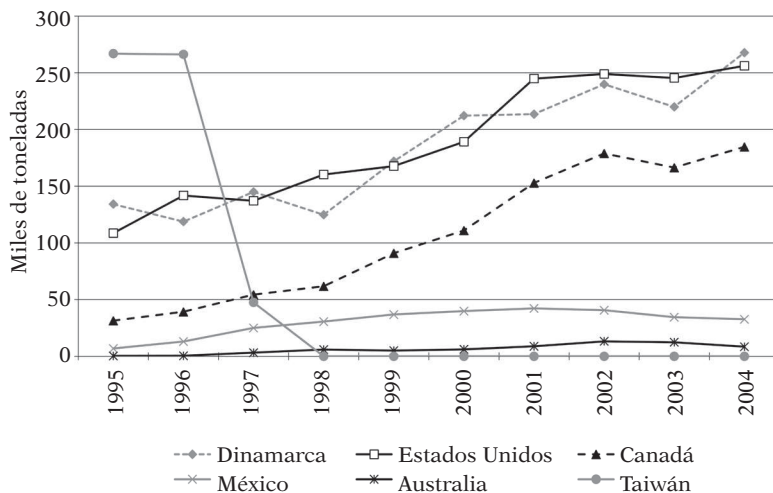
En la actualidad, el GPM exporta 20 por ciento de su producción y el principal destino es Japón (entrevista al director general del GPM, el 1 de febrero de 2006). Según un estudio de Sierra May *et al.* (2005:353), en 2003, la producción de carne de cerdo del estado de Yucatán fue 81 200 toneladas, de las cuales se exportó 7.5 por ciento. El GPM es el único exportador de carne de cerdo del estado, así que el volumen de exportación del GPM es de aproximadamente seis mil toneladas. En 2003, Japón importó de México 34 mil toneladas de carne de cerdo, lo cual significa que el GPM contribuyó con 18 por ciento de la misma.

Japón es el importador de carne de cerdo más grande del mundo. En 2002 absorbió una cuarta parte de la exportación mundial. Una de las importantes razones por las que este mercado atrae las exportaciones es el alto precio que se paga debido al sistema arancelario de pago diferencial entre el precio interno y el precio de importación. Este sistema se introdujo en 1971, cuando se abrió el mercado a la importación de carne de cerdo, con el fin de proteger a los porcicultores japoneses. En el sistema, se estableció el precio de puerta a la importación, el cual se fija en el central de una banda de precios internos. Cuando el precio de importación es menor que el de puerta, el exportador tiene que pagar la diferencia como arancel. Como el precio interno de cerdo en Japón es muy alto comparado con el internacional, el precio de puerta también es

alto, así que los exportadores fijan un precio alto para evitar el pago del arancel. Se puede decir que debido a este sistema, los importadores no compiten en torno al precio en el mercado japonés. La calidad, el tiempo de entrega y demás méritos tienen mayor importancia en la competencia.

La gráfica 9 muestra los principales países exportadores de carne de cerdo a Japón. Podemos ver un cambio radical de exportadores en estos años. Hasta 1996, Taiwán tenía la primera posición. No obstante, por un brote de fiebre aftosa, perdió su calidad de país exportador de cerdo. Los países que estaban abajo de Taiwán hasta 1996, llenaron rápidamente los vacíos del mercado que dejó Taiwán. La exportación de México también creció aprovechando esta coyuntura, sin embargo, no ha sido tan rápido su crecimiento como los de Dinamarca, Estados Unidos y Canadá.

GRÁFICA 9  
PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARNE DE CERDO A JAPÓN  
(1995-2004)



FUENTE: Ministerio de Hacienda, *Estadísticas de exportación e importación de Japón*, en <<http://www.customs.go.jp/toukei>>.

En términos generales, las condiciones para ser exportador de carne de cerdo a Japón son, por ejemplo, estar libre de ciertas epidemias del cerdo, contar con mano de obra barata y hábil en el cor-

te y preparación de la carne, tener un sistema de control sanitario de nivel internacional y ofrecer un suministro seguro y estable a gran escala. México es uno de los pocos países que pueden cubrir estas condiciones (entrevista con el gerente de Importación de Carne de Nichirei Fresh, el 23 de agosto de 2006).

La exportación del GPM a Japón tiene las siguientes particularidades.

Primero: los artículos exportados son de alto valor agregado por el corte especial señalado por los clientes en cuanto al peso, espesor de grasa, figura y forma de presentación, por ejemplo, en broqueta o enrollado con hilo. Los clientes son por lo general cadenas de restaurantes y empresas procesadoras de alimentos.

Segundo: entre el GPM y los clientes, intervienen una empresa comercial grande de alimentos generales y una empresa pequeña especializada en la importación de carne, por lo que uno de sus principales papeles es la búsqueda de clientes. Otras funciones importantes de las mismas son informar al GPM sobre los requerimientos de los clientes y vigilar la calidad de las mercancías. En consecuencia, los equipos compuestos por encargados de las dos empresas comerciales y del cliente visitan al GPM con frecuencia para dar instrucciones y verificar el proceso de producción. Estos procedimientos tienen, como consecuencia, que para entrar al mercado japonés y expandir las ventas se necesita crear y mantener una íntima relación con las empresas comerciales y los clientes.

### *Estrategia del GPM*

¿Cómo responde el GPM a las condiciones de exportación a Japón? En cuanto al control sanitario, el GPM utiliza procedimientos estandarizados y supervisados del criterio internacional más avanzado en más de 120 granjas bajo su control. Para evitar la infección de cerdos y hacer viable la trazabilidad, las granjas tienen un sistema de tres sitios, por el que se confinan los animales en tres lugares, de acuerdo con su etapa de desarrollo, y se hace de una vez el traslado de los mismos de un sitio a otro. La entrada de gente y vehículos a las granjas son estrictamente controladas por razones de bioseguridad (Suzuki, 1997:442-443, Portal Keken). El rastro es operado bajo el sistema HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points),<sup>3</sup> y cuenta con la aprobación de TIF de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

<sup>3</sup> Un sistema de control de bioseguridad de alimentos desarrollado en Estados Unidos. Este sistema evita la contaminación y multiplicación de

La integración del sistema de producción compuesto por granjas de mejoramiento, las granjas de cerdos padres y de sacrificio, y las plantas de alimentos y rastro posibilitan al GPM abastecer periódicamente cerdos de calidad homogénea, en cantidad estable y en gran escala, como la requieren los clientes.

Estas características del sistema de producción del GPM indican que el exportador de cerdo necesita tener el capital suficiente para proveerse de un sistema sanitario y de integración, y la capacidad administrativa para hacerlo funcionar, por lo que pocos productos pueden aspirar a este nivel requerido para la exportación. En el caso del GPM, por ser una subsidiaria de Desc, desde sus inicios ha podido contar con el soporte financiero y humano del grupo, y con la buena reputación del mismo para relacionarse con empresas extranjeras. Por ejemplo, la persona que ha dirigido la formación del GPM, y que actualmente es su director general, es un gerente especializado de Desc y que antes fue director general en la empresa avícola del grupo (Desc, 1998:282).

El mayor atractivo de exportar es su alta rentabilidad. Aunque no fue posible obtener cifras concretas de la rentabilidad del GPM, ni de entrevistas ni de documentos, podemos mostrar algunos datos que sugieren que la exportación es altamente rentable. Hernández y Maya (2002:29) comparan los precios de carne en canal con la carne de corte especial para exportación. Según ellos, el precio de la primera fue de entre 2.5 y 4.5 dólares estadounidenses por kilogramo; la segunda fluctuó entre cinco y diez dólares. Otro ejemplo es el porcentaje que ocupa la exportación dentro del volumen y del valor de venta total de la empresa. Kowi, empresa sonorense que también exporta carne de cerdo a Japón, utiliza las mismas empresas intermediarias que el GPM. En el caso de esta empresa, en 2005 el porcentaje del valor de venta de la exportación dentro de la venta total fue de 46 por ciento (entrevista con el director general de Alimentos Kowi, el 26 de enero de 2006). En 2004, en el volumen, el porcentaje de exportación del total de venta fue de 25 por ciento (Morales, 2006). Si suponemos que no hubo mucho cambio en la producción ni la exportación, lo que se confirmó en la entrevista, estos datos sugieren que el precio de exportación es más del doble

---

los microbios y previene los accidentes de intoxicación alimentaria, mediante la identificación y control de puntos críticos, determinados con bases científicas, denominado plan HACCP. Se trata de aplicarlo de manera rutinaria en el control sanitario de la granja. En la actualidad es una de las condiciones indispensables para que las empresas alimentarias entren en el mercado de exportación.

del precio interno. En el caso de otra empresa exportadora llamada SASA, también del estado de Sonora, la exportación ocupa 25 por ciento del volumen y 37 por ciento del valor de la venta total (portal de SASA) de donde se estima que el precio de exportación es un poco menos de doble del precio interno. Estos ejemplos sugieren que la exportación de los productos de alto valor agregado aportan ganancias mucho mayores que la venta interna en forma de carne en canal o en corte simple.

Aunque la ganancia de exportación es mayor que la venta interna, existen barreras que dificultan la rápida expansión de las exportaciones.

Una de ellas es atribuible a las características del mercado de exportación. El de la carne de cerdo de alto valor agregado es un mercado de nicho. El tamaño y el ritmo de crecimiento de este tipo de mercado son limitados. Para aumentar la exportación hay que multiplicar el número de mercados, lo cual necesita el esfuerzo no sólo del propio exportador, sino de las empresas intermediarias.

Hay otra barrera que es atribuible al carácter mismo de las mercancías. En el caso de la carne de cerdo, es muy difícil por dos razones responder con rapidez al crecimiento de la demanda: primero, por tratarse de un ser vivo. Para expandir la producción se necesitan unos diez meses desde la decisión de aumento de la producción hasta la entrega de la mercancía, y si se incluye el tiempo para producir a los padres de los cerdos de sacrificio, el plazo necesario se extiende otros diez meses; segundo, los productos de exportación se concentran en ciertas partes del cerdo, así que para expandir la exportación, siempre hay que buscar mercado para las partes restantes, porque la rentabilidad se mide por la venta total. Aunque podría haber ganancias gracias a las altas utilidades en las exportaciones, si no se pudieran vender las partes restantes no exportadas, la rentabilidad total bajaría.

El mercado interno ha tenido importancia para el GPM, como el mercado de partes restantes no exportadas. En volumen, el mercado interno absorbe 80 por ciento de la venta total (entrevista al director general del GPM, el 1 de febrero de 2006). Entre los clientes importantes en el mercado interno se encuentran las empresas fabricantes de jamón y de salchichón, en el que el GPM tiene que competir con el cerdo importado de Estados Unidos. Además, el crecimiento de importación de cerdo afecta el precio interno a la baja. El GPM equilibra la rentabilidad por medio de la compensación de la merma de utilidad en el mercado interno con la alta uti-

lidad de exportación. En resumen, la venta interna y la exportación son partes inseparables para la supervivencia del GPM, porque, por un lado, para exportar cerdo de alto valor agregado, se necesita el mercado interno que absorba las partes no exportadas y, por el otro lado, para competir en el mercado interno, se necesitan altas utilidades de las exportaciones. Podemos decir que la esencia de la estrategia de supervivencia del GPM es el equilibrar la rentabilidad y la mezcla de productos por la venta interna y la exportación.

### CONCLUSIÓN

La experiencia de la industria porcícola en México nos ofrece materiales llenos de sugerencias para entender el impacto de la apertura del mercado en un sector agropecuario al que le falta competitividad, y para considerar la manera de sobrevivir a la intensa competencia provocada por dicha apertura.

La porcicultura mexicana carece de competitividad al no disponer de alimentos que no consuman parte del costo de producción; es decir, no existen alimentos a precios bajos y estables. La industria siempre ha dependido de las importaciones para una parte de sus insumos, así que los poricultores mexicanos han sido afectados por el aumento de los costos causado por el alza del precio internacional de los granos y por la devaluación de la moneda nacional. Además, después de la apertura del mercado, los precios de la carne de cerdo en el mercado interno bajaron por el crecimiento de las importaciones. En consecuencia, los poricultores con altos costos de producción están enfrentando la caída de la rentabilidad y se encuentran en proceso de desaparición.

La estrategia que adoptó el GPM para sobrevivir a esta situación crítica fue la exportación y, para eso, la instalación de un sistema sanitario y de integración avanzado de criterio internacional. No obstante, el sistema avanzado por sí solo no garantiza la competitividad contra los productores extranjeros, sobre todo de Estados Unidos, porque los productores estadounidenses tienen la ventaja de localizarse en el principal país productor de granos del mundo y, además, tienen una escala de producción de carne de cerdo mucho más grande que sus competidores mexicanos.

Una de las razones del buen funcionamiento de la estrategia del GPM es su selección de cerdo de alto valor agregado como producto de exportación, el que puede aprovechar la mano de obra barata, que es la ventaja comparativa de México contra Estados Unidos.



Otra razón es porque el GPM puede competir en el mercado interno con el soporte de sus elevadas ganancias por concepto de exportaciones. La estrategia está funcionando bien hasta el presente y el estado de Yucatán, en donde se localiza el GPM, se consolidó como uno de los principales estados productores de cerdo en México.

Sin embargo, por las razones siguientes, es difícil esperar que la exportación de cerdo mexicano crezca con rapidez en el futuro. Primero: por ser un mercado de nicho, el tamaño y la tasa de crecimiento del mercado de cerdo de alto valor agregado son limitados. Para expandir la exportación, se necesitaría multiplicar el número de clientes, lo cual requiere un esfuerzo intenso. Segundo: por el carácter mismo de las mercancías, es decir, el largo proceso de gestación, cría y engorda del cerdo, y la necesidad de un mercado para partes no exportadas, es difícil responder rápido al aumento de la demanda. Tercero: hay requisitos para ser exportador de cerdo, tales como un suficiente fondo financiero, capacidad administrativa y buena reputación. El número de productores que pueden satisfacer estos requisitos es actualmente limitado en México. Cuando consideramos estas condiciones, México tiene pocas posibilidades de llegar a ser un gran exportador de cerdo.

Para el GPM, la exportación de cerdo de alto valor agregado constituye la condición para no verse excluido del mercado interno, debido a las importaciones procedentes de Estados Unidos. Si vemos la situación desde la perspectiva de la industria porcícola mexicana, podemos decir que la supervivencia de la industria está soportada por las exportaciones y mantener a las empresas porcícolas en el mercado es, hoy por hoy, la función primordial de su presencia en el mercado externo.

A pesar de que la apertura del mercado trajo a GPM la competencia con los productos de importación, fue la misma apertura la que le brindó la posibilidad de incursionar en el mercado japonés con carne de cerdo de alto valor agregado. El caso GPM muestra que los productores con capacidades y ganas de competir en el mercado internacional pueden abrirse paso en la era de la liberalización comercial.

#### BIBLIOGRAFÍA

- CONFEDERACIÓN DE PORCICULTORES MEXICANO (2004), *Boletín*.  
 DESC (1998), *Desc, 25 años de historia*, México, Desc.  
 ——— (2005), *Reporte anual*, México, Desc.

- \_\_\_\_\_ (2006), *Reporte anual*, México, Desc.
- FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO) (2002), *Production Yearbook*, vol. 56.
- GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE YUCATÁN (1992), *Programa de desarrollo regional de la zona henequenera de Yucatán, 1992-1994*, México, Programa Nacional de Solidaridad Asesoría de Comunicación.
- GRUPO KUO (2007), *Reporte anual*, México, Grupo Kuo.
- HERNÁNDEZ, M. (2001), "Estrategias competitivas frente a la globalización: el caso de los porcicultores de Sonora (México)", mimeo.
- \_\_\_\_\_ y C. MAYA (2002), "Globalization and Pork Raising in Mexico: The Challenge of Integration in the World Market", en *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, vol. 10, núm. 2, pp. 25-31.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (1997), *La porcicultura en el estado de Yucatán*, México, INEGI.
- KATO, L. y B. SUÁREZ (1996), "Crisis, apertura y sobrevivencia en la porcicultura mexicana", en *Comercio Exterior*, vol. 48, núm. 8, agosto, pp. 657-663.
- MORALES, R. (2006), "Florecen en México empresas agropecuarias", en *El Economista*, México, 4 de julio.
- PÉREZ ESPEJO, R. (1996), "La porcicultura en el Tratado Libre Comercio de América del Norte", en Hubert C. De Grammont y H. Tejera (eds.), *La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio*, vol. 1, *La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial*, México, UAM/UNAM/Plaza y Valdés.
- SAGARNAGA, M., M. SALAS, C. RAMOS y J. VALENCIA (2000), "Impacto del TLCAN en el sistema productivo porcino mexicano, cinco años y medio de operación", en *Reporte de Investigación 52*, Chapingo-Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial-Universidad Autónoma Chapingo.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL (SAGAR) (1998), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 1990-1998*, México, Sagar.
- \_\_\_\_\_ (1999), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 1999*, México, Sagar.
- \_\_\_\_\_ (2000), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 2000*, México, Sagar.

- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA) (2000), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 2000*, México, Sagarpa.
- \_\_\_\_\_ (2003), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 2003*, México, Sagarpa.
- \_\_\_\_\_ (2004), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México*, México, Sagarpa.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Situación y perspectiva de la producción de carne de porcino en México 2006*, México, Sagarpa.
- \_\_\_\_\_ (2006a), *Servicio de información e estadística agroalimentaria y pesquera, Sinacon, 1980-2005 (CD-R)*, México, Sagarpa.
- SIERRA, L., B. ORTIZ, A. SIERRA, J. RIVERA, J. SANGINÉS y M. MAGAÑA (2005), "Estructura del mercado y comportamiento del precio de la carne de cerdo en Yucatán 1990-2003", en *Técnica Pecuaria en México*, vol. 43, núm. 3, septiembre-diciembre, pp. 347-360, en <<http://www.tecnicapecuaria.org.mx/trabajos/200510202833.pdf>>.
- SUZUKI, A. (1997), "Porcicultura de sitios múltiples empresariales en México: los grupos de granjas porcícolas de gran escala desarrollados en la selva tropical (en japonés)", en *Chikusan no kenkyu (Estudios Agropecuarios)*, vol. 51, núm. 4, pp. 441-448.
- U.S. MEAT EXPORT FEDERATION (USMEF) (2003), "U.S. Pork Retail Guidebook (en japonés)", USMEF.

#### *Sitios de internet consultados*

- EMPRESA SASA, en <<http://www.sasapork.com>>.
- KEKEN, en <<http://www.keken.com.mx>>.
- MINISTERIO DE HACIENDA (2006), *Estadísticas de Exportación e Importación de Japón*, en <<http://www.customs.go.jp/tokei>>.
- UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE (USDA), en <<http://www.Ers.usda.gov/Briefing/Hogs/Trade>>.



# ESTRATEGIAS COMPETITIVAS EN EL MERCADO AVÍCOLA MUNDIAL Y SUS REPERCUSIONES PARA LAS EMPRESAS MEXICANAS: EL CASO DE INDUSTRIAS BACHOCO

*María del Carmen Hernández Moreno\**  
*Araceli Andablo Reyes\**  
*Antonio Ulloa Méndez\**

## RESUMEN

La globalización y los fenómenos a ella asociados han generado cambios sustantivos en el sistema agroalimentario (SA) mundial, haciendo más compleja la competencia entre los agentes económicos que participan en la producción, transformación y distribución de alimentos. Éstos han debido poner en práctica nuevas pautas operativas o estrategias, que les aseguren mantenerse o mejorar su posición. Ello les ha impulsado a realizar cambios tanto en las formas tradicionales de utilizar y movilizar sus recursos, como en las relaciones que establecen con los demás agentes económicos que ya formaban parte del SA, y con quienes se están integrando, sea como rivales, asociados, proveedores, consumidores, etcétera.

En este contexto, en el presente trabajo se hará una comparación de las estrategias emprendidas por Industrias Bachoco, la principal firma avícola de México, respecto a sus principales competidoras en el ranking mundial. A partir del análisis de las actuales tendencias en el mercado avícola globalizado se pretende, a manera de conclusión, aventurar una hipótesis sobre las expectativas de la empresa mexicana ante los nuevos patrones competitivos.

\* Investigadores adscritos a la línea Estudios del Sistema Alimentario del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. Autora para correspondencia: María del Carmen Hernández. Correo electrónico: <mar@ciad.mx>.

## INTRODUCCIÓN

La globalización y los fenómenos a ella asociados han generado cambios sustantivos en el sistema agroalimentario (SA) mundial, que atañen tanto a la producción, como al consumo de alimentos. El incremento del comercio internacional, los cambios en los patrones de consumo, la reestructuración y fragmentación de los mercados alimentarios (Busch y Bain, 2004), la desterritorialización de los procesos productivos (Kirwan, 2004:395) promovidos por una creciente aplicación de la tecnología, la disminución de la regulación estatal y el incremento de la normalización privada, el empoderamiento de las grandes empresas detallistas como ejes rectores del sistema, la especificación de la demanda (donde la calidad suplente al precio y a la masificación como determinantes de la producción), son apenas los rasgos más visibles de este nuevo paradigma que visualiza lo agroalimentario como un sistema caracterizado por interacciones intrínsecas entre naturaleza y cultura, entre producción y consumo de alimentos (Goodman, 1999).

Ante tal situación, los agentes económicos que participan en el SA, entre ellos las empresas, han debido diseñar respuestas específicas que les permitan mantenerse o mejorar su posicionamiento en sus respectivos segmentos de mercado, sorteando los embates de una competencia determinada por nuevas pautas resultantes de los cambios en el sistema ya aludidos. En ese tenor, la empresa, vista como cuerpo social y agente económico a la vez, implementa nuevas reglas o formas operativas que le aseguren mantenerse o mejorar su posición en el nuevo escenario (Bordieu, 2002). Ello implica cambios sustantivos en las formas tradicionales de utilizar y movilizar sus recursos (financieros, productivos, naturales, tecnológicos), como en su relación con los agentes económicos que ya formaban parte del SA, y los que se están integrando, sea como rivales, como asociados, como proveedores, como consumidores, etcétera.

El propósito del presente ensayo es analizar las estrategias de Industrias Bachoco, reconocida como la principal firma de la rama avícola mexicana, en el contexto de las estrategias asumidas por sus principales competidoras en los ámbitos internacional y nacional. A partir del análisis de las actuales tendencias en el mercado avícola mundial se pretende, a manera de conclusión, aventurar una hipótesis sobre las expectativas de la empresa mexicana ante los nuevos patrones competitivos imperantes.

Para contextualizar las estrategias seguidas por las empresas, en el primer apartado de este artículo, se presentarán las características principales del mercado avícola; en el segundo se expondrá el perfil de los competidores y las acciones que están emprendiendo en respuesta a los cambios en el entorno; en la tercera parte se tratará, de manera resumida, el impacto de la globalización en el mercado avícola mexicano y sus efectos sobre la base social de la avicultura; en un cuarto apartado se presentarán las estrategias de las tres principales firmas avícolas que operan en México para concluir con una evaluación de las perspectivas de Bachoco en el nuevo escenario avícola mundial, a partir de la comparación de las estrategias seguidas por las principales firmas avícolas.

#### EL MERCADO AVÍCOLA MUNDIAL: NUEVAS TENDENCIAS

La industria avícola forma parte de un complejo agroindustrial centrado en la producción intensiva de carnes de diversas especies. Este modelo, que comenzó a configurarse en los años cincuenta, es la expresión de un proceso más amplio que vertebró al sistema alimentario en su conjunto a partir del desarrollo y aplicación extensa de un “conjunto de tecnologías genéricas, que permitieron pasar a una significativa homogeneización de las agriculturas mundiales” (Buttel, 1995:10-11, 18).<sup>1</sup> En el ámbito empresarial, la expresión de este fenómeno se ha reflejado en la permanente reorganización y reubicación de los agentes económicos, como se analizará más adelante.

La avicultura ha sido, por sus características biológicas, la primera actividad en ser racionalizada y transformada en una verdadera industria (Douglas y Heffernan, 1991:126). Constituye uno de los más claros resultados de la vinculación entre ciencia y producción. De ahí que su estructuración productiva se defina y opere con base en los conocimientos más actualizados de genética y nutrición animal (Hernández, 2001). Entre los rasgos destacables está su configuración como una cadena donde se transforman cereales en proteína animal a través de un intenso desarrollo biotecnológico, cuya meta es la maximización de los rendimientos; la uniformidad

<sup>1</sup> Cabe aclarar que el concepto agricultura tal como se usa en este texto refiere tanto a la producción estrictamente agrícola, como a la pecuaria. En realidad, el modelo avícola, y en general los modelos pecuarios intensivos, tienen una estrecha vinculación con la producción agrícola en particular con la de cereales y oleaginosas.

genética y la estandarización de los procesos productivos. En el segmento de sus productos finales se observa una mayor orientación hacia la elaboración de comidas semipreparadas de consumo rápido.

A la mundialización del modelo tecnológico gestado desde los años cincuenta, últimamente se han agregado como rasgos característicos de esta nueva etapa, la segmentación de su proceso productivo, su mayor flexibilidad y el incremento del comercio internacional de sus productos. Antes de la propagación de la gripe aviar, en 2003, el consumo de carne de pollo y su comercio internacional registraban las tasas de crecimiento más dinámicas de la industria cárnica: 17 por ciento (Lee, 2006:1) de la producción de pollo se exportaba mientras que en los casos de las carnes de res y cerdo, eran 12 por ciento y cinco por ciento de la producción, respectivamente (Lee, 2006:19).

De acuerdo con los datos de la FAO, los principales países productores son: Estados Unidos, China, Brasil y la Unión Europea, mismos que aportaron 73 por ciento de la producción mundial entre 2000 y 2007. Encabezan la lista de los exportadores: Brasil, Estados Unidos y la Unión Europea, que juntos representan 86 por ciento del comercio mundial.

Los factores que determinan la competitividad de las regiones en el mercado mundial son, desde el punto de vista de Douglas y Heffernan (1991) y recientemente de Nunes (2005): disponibilidad de cereales y soya a bajos precios, demanda interna vigorosa de productos avícolas y mano de obra barata. Por otro lado, al ser la avicultura una actividad estacional también cuentan el clima y el posicionamiento de la región productora respecto al ecuador y si esta ubicación es complementaria o similar a la de los países consumidores y competidores (Nunes, 2005).

Por el lado de la demanda, los productos avícolas aportan 30 por ciento del consumo global de proteína animal y tienen el porcentaje de crecimiento anual más alto en consumo de carnes, incluso después de los estragos de la influenza aviar.

Brasil y México, junto con China e India, aparecen como los mercados con crecimientos más acelerados en el mundo, con una tasa de 10.5 por ciento en un periodo de 13 años. De acuerdo con las proyecciones del American's Food and Agricultural Policy Research Institute (FAPRI) para el 2016, México ocupará el quinto lugar en el consumo mundial, sólo después de países como Estados Unidos, China, Brasil y la Unión Europea, con una ingesta estimada de 3 808 millones de toneladas (sensiblemente por encima de países



como India, 2 567). Según el propio FAPRI, la producción interna mexicana registrará un crecimiento porcentual de 26 por ciento (2006-2016), ubicándose en los 3 293 millones de toneladas, mientras que en países como Estados Unidos, será de 18 828, China de 13 476, Brasil de 11 303, y la Unión Europea de 8 069 (Hardiman, 2007:5).

Respecto a la segmentación y flexibilización del proceso productivo, un indicador de este fenómeno radica en lo que Douglas y Heffernan (1991:132) han denominado el *global sourcing* de las grandes empresas avícolas, estrategia propia de estos tiempos que permite a las firmas dominantes de esta industria establecer fuentes de abastecimiento y de distribución de sus productos en varias partes del mundo. De ahí la permanente búsqueda de fusiones, adquisiciones, acuerdos de cooperación, etcétera.

#### ESTRUCTURA COMPETITIVA DEL MERCADO AVÍCOLA

La avicultura está estructurada como una cadena de producción, transformación y distribución de productos de origen aviar. El primer eslabón consiste en la producción de material genético, es decir, de huevo fértil para incubar mediante granjas de progenitoras (*stocks* de abuelas) y granjas de reproductoras (híbridos de las cruza anteriores). En un segundo nivel está la incubación, crianza y desarrollo de gallina ponedora de huevo de plato, pollo y pavo para engorda. En un tercer plano, la producción de huevo de plato y pollo y pavo en canal y en una cuarta etapa, la distribución y/o procesamiento de sus productos finales a los consumidores. También en este complejo participan algunas industrias de apoyo a la producción, como los alimentos balanceados, productos farmacobiológicos, servicios colaterales que incluyen desde la fabricación de cajas, empaques, infraestructura e instalaciones, hasta la asesoría técnica y administrativa (Hernández, 1996). Cada una de las fases y actividades de esta industria tiene sus ciclos, requerimientos tecnológicos, inversión de capital y raciones alimenticias específicos (Hernández, 2001).

Estos eslabones pueden ser clasificados en dos grandes segmentos (véase la figura 1): *a*) el de los que están relacionados con la generación de conocimiento e innovaciones tecnológicas, y *b*) el de los que están orientados a la producción y abastecimiento de la demanda del consumidor final. En el primero se ubican las llamadas “empresas de alta tecnología”, con escasa integración hacia los esla-

bones finales y, en el segundo, los consorcios agroalimentarios constituidos por diversas empresas orientadas a atender la demanda de los consumidores finales. En ambos casos, se trata de firmas que por lo general no se dedican de manera exclusiva a la avicultura. En la figura 1 se muestra la estructura competitiva de la cadena avícola.

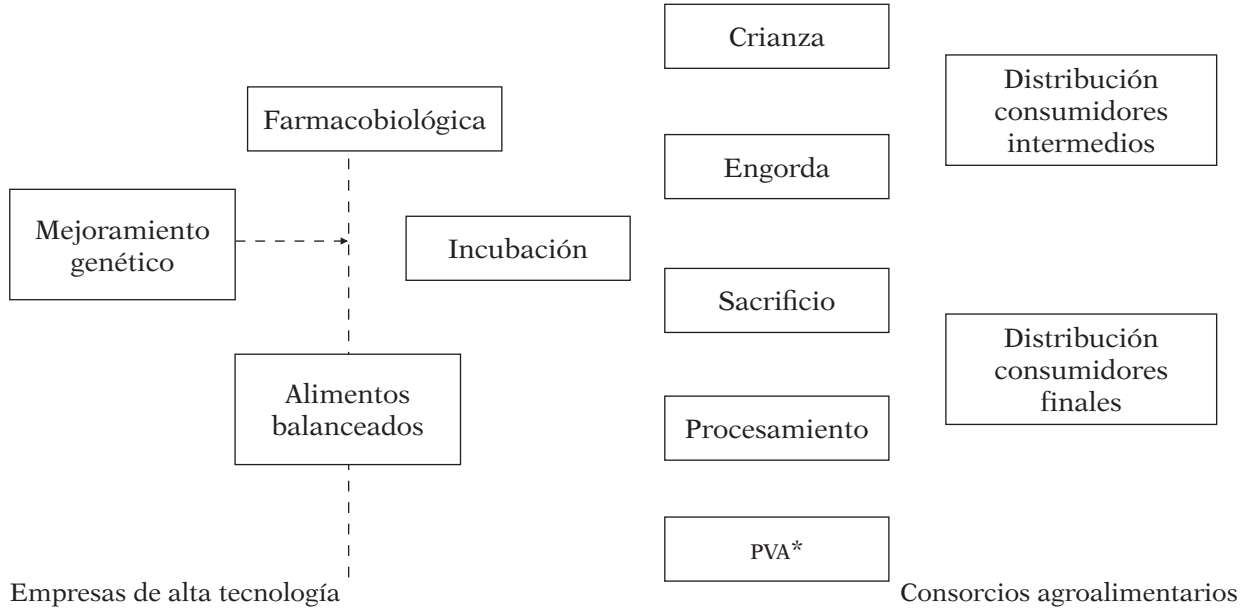
En la figura 1 las líneas punteadas indican la separación de los dos campos de actuación de las empresas que participan en este mercado. Las de alta tecnología realizan investigación de punta en las esferas de mejoramiento genético y desarrollo de nuevas fórmulas para la elaboración de alimentos balanceados y farmacobiológicos. Asimismo, se encargan de transformar los avances científicos en paquetes tecnológicos que luego son aplicados y comercializados por los consorcios agroalimentarios. Estos últimos se encargan del resto de la cadena avícola, desde la incubación de aves de reemplazo, alimentos balanceados y productos farmacobiológicos para sí y para otras empresas de menor tamaño, hasta la transformación y distribución de insumos y productos avícolas finales a consumidores intermedios y finales.

El primer campo en la actualidad está controlado por cuatro grandes firmas. El segundo es más heterogéneo aunque es posible la participación de productores rurales y empresarios medianos en fases como la incubación, crianza, postura, engorda, etc.; en el ámbito internacional sobresalen por lo menos diez consorcios con representaciones en diversos países.

La globalización de los mercados y la necesidad de enfrentar emergencias sanitarias como el “Newcastle” y, sobre todo, la influenza aviar (HPAI H5N1), han resultado decisivas en el diseño de las estrategias de posicionamiento. Las empresas de alta tecnología, encargadas de generar los paquetes tecnológicos que luego serán aplicados en el resto de la cadena, tienden a realizar fusiones entre ellas y a celebrar acuerdos de cooperación, con el fin de centralizar la especialización de este segmento. En particular en el eslabón de mejora genética, la ampliación y diversificación de las plantas de incubación y centros de distribución alrededor del planeta pretenden generar respuestas rápidas ante los riesgos sanitarios y problemas de embargo o vedas sanitarias, mediante la colocación de lotes de seguridad de material genético en varias partes del mundo.

La mayor especialización que las empresas registran en este segmento ha provocado que entre 1989 y 2006, las proveedoras de material genético se redujeran de once a cuatro (Gura, 2007). Encabeza el grupo la alemana Hendrix Genetics Company, que en 2007 adquiriera a Hybro, antes parte del complejo holandés Nutreco; le si-

FIGURA 1  
ESTRUCTURA COMPETITIVA DE LA CADENA AVÍCOLA



\* Productos con valor agregado (PVA).

gue EWG, también alemana, que en 2005 incorporara a Aviagen, otra líder mundial en la producción de huevo fértil. También destaca Cobb empresa filial de Tyson Foods Inc., la productora y procesadora de carne más importante del mundo; y la estadounidense Hubbard incorporada al grupo francés Grimaud, la segunda firma más importante en este segmento. Cabe agregar que todas estas empresas tienen filiales en alrededor de 100 países distribuidos en los cinco continentes y que, además de la mejora genética, participan en áreas biotecnológicas para la industria pecuaria en general.

En el segundo segmento las firmas mejor posicionadas también participan en varios sectores de *commodities* o de productos genéricos. Si bien en las últimas décadas se ha dado una mayor diversificación hacia productos más elaborados, precocidos y listos para consumirse, en el caso particular de la carne de pollo, los mercados presentan peculiaridades regionales que no han sido homogeneizadas por la globalización.

Los consorcios ubicados en estas fases de la cadena buscan la integración como medio para controlar y asegurar la calidad de sus productos “desde el huevo hasta la mesa”<sup>2</sup> e incluye desde la incubación de huevo fértil, desarrollo de *broilers* hasta la obtención de productos terminados frescos o listos para el consumo. Incorporan, además, la producción de alimentos balanceados y avanzados laboratorios con tecnología de punta para realizar análisis microbiológicos para la elaboración de las raciones alimenticias (portal de Tyson). Actualmente las líderes están invirtiendo en desarrollar nuevas tecnologías para convertir desechos bioenergéticos en alimento animal y generar energía a partir de subproductos de la industria.

En este segmento de la cadena avícola, las empresas más competitivas en el mundo tienen como antecedentes y estrategias comunes una fuerte presencia en el mercado internacional, acentuada en los últimos años; la búsqueda de un *posicionamiento flexible* mediante fusiones y acuerdos de colaboración con otras grandes empresas y consorcios, y la incorporación a la cadena de los *farmers* asociados o aparceros, que son productores en pequeña escala encargados sólo de la engorda, a quienes los consorcios proveen de todos los insumos, haciéndose cargo del procesamiento y distribución del producto. En la transacción con el *farmer* asociado, las grandes firmas avícolas ganan flexibilidad y ahorran en infraes-

<sup>2</sup> Eslogan de Pilgrim's Pride (Pilgrim's Pride, 2006).

estructura productiva y capital de trabajo. Otra estrategia frecuente de las empresas que participan en este segmento es la creciente inversión en precocidos y productos con mayor valor agregado, sobre todo después de la propagación de la gripe aviar que se transmite principalmente a través de productos frescos. La expansión de los negocios más allá de la rama avícola, e incluso agroalimentaria, es también común entre estas compañías.

En el nivel corporativo, la empresa más integrada e importante del mundo es Tyson Foods Inc., que junto con Pilgrim's Pride Corp. y Perdue Farms, aporta casi 60 por ciento de la producción estadounidense de pollo (Thornton, 2007). La siguiente empresa más integrada es la tailandesa Charoen Pokphand Food (CPF), líder en el mercado asiático y que participa tanto en el rubro de los *commodities* como en el de los productos con alto valor agregado (PAVA). En cuanto a producción, presencia internacional y ventas avícolas, las brasileñas Perdigao y Sadia tienen un nivel muy destacado, mientras que en la Unión Europea destacan empresas como el Grupo Doux, LDC y Grupo Sada.<sup>3</sup>

En el cuadro 1 se presenta un *ranking* aproximado de las principales empresas avícolas del mundo, pues al ser éstas grandes complejos empresariales cuyas actividades rebasan a las propias de la industria avícola, no fue posible separar, en todos los casos, los ingresos provenientes de ventas avícolas, u obtener el número específico de los empleados adscritos a las áreas avícolas como es el caso de Tyson Foods Inc. No obstante, se decidió determinar el orden de las empresas con base en los ingresos obtenidos por sus ventas en el 2006.

De acuerdo con sus ventas anuales, Industrias Bachoco aparece como la novena firma más importante del mundo. Es de resaltar que a diferencia de sus competidoras en el mercado internacional, esta empresa no tiene como asiento principal a un país líder ni como productor, ni como exportador de productos avícolas; además, su disponibilidad interna de cereales es deficitaria (Hernández, 2001). De hecho, México no aparece en el *ranking* de países con mayores ventajas comparativas para la producción avícola realizados por J. Constance Douglas y William D. Heffernan en 1991, y por Nunes en

<sup>3</sup> Este grupo es filial de Nutreco, compañía holandesa y una de las empresas más grandes del mundo que cada vez se concentra más en la producción de alimentos balanceados para varias especies pecuarias y para la actividad acuícola.

CUADRO 1  
PRINCIPALES EMPRESAS PRODUCTORAS DE POLLO

<i>País</i>	<i>Empresa</i>	<i>Producción (millones de cabezas por año)</i>	<i>Ventas anuales (US billones)</i>	<i>Empleos (miles)</i>	<i>Asociados (miles)</i>
Estados Unidos	Tyson Foods, Inc.	2 184	26.0	107	6 729 <sup>a</sup>
Brasil	Sadia	645	8.3	44	6 700 <sup>b</sup>
Estados Unidos	Pilgrim's Pride Corp.	2 341	7.4	56	7 300 <sup>c</sup>
Brasil	Perdigao	530	5.9	35	4 392 <sup>b</sup>
Tailandia	CPF	s.d.	3.5	s/d	s.d. <sup>d</sup>
Estados Unidos	Perdue Faros	664	3.4	22	2 400 <sup>e</sup>
Francia	Grupo Doux	913	1.8	1	4 500 <sup>f</sup>
Francia	LDC	471	1.5	11	s.d.
México	Industrias Bachoco	404	1.3	20	s.d.

FUENTE: Producción: datos para Estados Unidos, Thornton (2007:28). Datos para México y Brasil, véase Nunes (2007:14-42); Portal Grupo Doux, 2007; Hardiman, 2007:17-20. La producción de las empresas francesas se estimó en 2.12 kilogramos por pollo. Peso ganado por el ave al finalizar el periodo de la engorda.

FUENTE: Empleo y ventas: Tyson, Pilgrim's Pride y Ferdue Farms, Thornton (2007:28).

Nunes (2007). Para Charoen Pokphand (2007); para Bachoco, Banamex (2006).

Asociados:

<sup>a</sup> Portal Tyson (2007). <sup>b</sup> Nunes (2007:16). <sup>c</sup> Portal Pilgrim's Pride (2007). <sup>d</sup> Se carece de los datos precisos sobre el número de asociados a CPF, no obstante Suheiro (1997) destaca el papel fundamental que los "asociados" desempeñan en este consorcio. <sup>e</sup> Thornton (2007:30). <sup>f</sup> Portal Grupo Doux (2007).

2005. Por el contrario, el rol destacado de México se ubica en el ámbito del consumo y las importaciones de carne de pollo, y ello es en virtud de su dinámico mercado interno que, como se revisará más adelante, ha permitido a las principales empresas mantener ritmos de crecimiento superiores al PIB, a pesar del también continuo incremento de las importaciones. México es, desde los años noventa, el segundo comprador de productos avícolas estadounidenses, además de ser un mercado complementario para el vecino país.

#### IMPACTOS DEL PARADIGMA AGROALIMENTARIO EN EL MERCADO AVÍCOLA MEXICANO

El mercado avícola mexicano ha venido reestructurándose desde los años setenta, pero es evidente que los fenómenos asociados a la conformación de un nuevo paradigma agroalimentario, señalados en la introducción, aceleraron este proceso. Entre los factores decisivos para este mercado en particular es posible señalar: la desregulación del Estado, el crecimiento de las importaciones y el incremento de las demandas tecnológicas propias de esta industria.

La desregulación se expresó en la liberalización de los precios de sus productos finales, en la eliminación de las cuotas de producción y en la flexibilización del abasto de cereales y pastas. El incremento en las exportaciones se expresó en una tasa media de crecimiento anual (TMCA) de 6.6 por ciento en el caso de huevo y de 22 por ciento en pollo. El retiro del Estado como regulador de la actividad, aunado a las exigencias de la actualización tecnológica (incentivadas por la presión de las importaciones), provocaron una fuerte expulsión de productores de mediana y pequeña escala: en 1975 la Unión Nacional de Avicultores tenía un padrón de 7 530 productores y tres décadas después el registro disminuyó a 404 (Hernández y Andablo, 2007:314). En contraparte, entre 1994 y 2005 el consumo per cápita de productos avícolas creció 53 por ciento en pollo y 32 por ciento en huevo (UNA, 2006), estimulado por la recuperación de los salarios mínimos respecto a los precios de estos productos. Así es que entre 1996 y 2004, los salarios mínimos registraron una tasa de recuperación de 8.1 por ciento con respecto al precio de la carne de pollo y de 3.7 por ciento en referencia al del huevo de plato (Hernández y Andablo, 2007:328). La eficiencia productiva se infiere al constatar que mientras la actividad en general creció a un ritmo de 5.4 por ciento, entre 1994 y 2005, el

consumo de insumos agrícolas lo hizo 3.7 por ciento durante el mismo periodo. En la medianía de los ochenta el rubro de alimentos representaba entre 70 y 80 por ciento de los costos de producción; en 2005 este concepto ha bajado a 56 por ciento en el caso de la producción de huevo y 60 por ciento en la engorda de pollo (Hernández y Andablo, 2007:317).

Ahora bien, en este contexto de reestructuración e inflexión de tendencias provenientes del mercado internacional, el mercado avícola mexicano ha logrado preservar ciertos rasgos particulares en la demanda, principalmente en el caso de la carne de pollo. En efecto, todavía en 2005, 53 por ciento del volumen de pollo se comercializaba vivo o en el mercado público (entero, con máximo 48 horas de sacrificio). Estas peculiaridades han significado verdaderas restricciones o barreras a la entrada de empresas ajenas a la idiosincrasia del consumidor mexicano, limitando la expansión de los consorcios agroindustriales extranjeros. No obstante lo anterior, el perfil del mercado avícola mexicano está cambiando de manera vertiginosa si se considera que en 1994, 83 por ciento de la demanda se centraba en estos productos frescos (con márgenes de ganancia limitados). El crecimiento de la demanda de productos con un mayor procesamiento (tipo supermercado y productos con valor agregado) viene impulsado por la integración de un número cada vez mayor de mujeres al mercado laboral, además de los cambios en los patrones de consumo impulsados por la globalización de las dietas y los hábitos alimentarios.

En síntesis, ésta ha sido una breve semblanza del mercado en el que Industrias Bachoco se ha desenvuelto desde su fundación. En el siguiente apartado se presentarán las estrategias de las empresas que en la actualidad dominan el mercado avícola en México, en particular el de la carne de pollo.

#### PRINCIPALES EMPRESAS AVÍCOLAS EN MÉXICO Y SUS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

En la actualidad el mercado de la carne de pollo en México está dominado por tres empresas que, en conjunto, controlan 52 por ciento de la oferta interna. Éstas son Pilgrim's Pride, Tyson e Industrias Bachoco. Las primeras son filiales de las dos principales firmas estadounidenses, en tanto que la tercera es una empresa de origen mexicano.



Tyson Foods Inc. es la empresa productora de carne más grande del mundo. En México inició operaciones mediante una asociación estratégica con la empresa coahuilense Trasgo, que en 1987 (ya en el marco de la apertura comercial) celebró un convenio con la estadounidense para maquilarles pierna de pollo (el principal producto de importación de Estados Unidos para el mercado mexicano). Con estos antecedentes, a finales de 1997 adquirió personalidad jurídica Tyson de México, S.A. de C.V., con instalaciones en los estados de Durango y Coahuila; esta empresa participa en los segmentos de pollo rosticero, pollo entero fresco y es el número uno en la producción de productos de valor agregado (PVA), como hamburguesas de pollo, nuggets, piezas de pollo marinadas y una amplia línea de productos IQF congelados de manera individual.

Tyson de México se reconoce como una empresa con alta flexibilidad para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado (portal de Tyson) mediante su programa de aparcería con varios grupos ejidales ubicados en La Laguna. Con tres plantas procesadoras abastece sus centros de distribución ubicados en Chihuahua, ciudad de México, Guadalajara y Zacatecas. Asimismo, dispone de dos plantas procesadoras de alimentos balanceados para surtir su demanda interna y una planta de productos avícolas cocinados. Las fases de la industria avícola que desarrolla en México son la producción y procesamiento de carne de pollo y la producción de alimentos balanceados.

Entre 1988 y 1993, el crecimiento de la empresa fue de 38 por ciento. Poco después, entre 1994 y 2000 fue de 81 por ciento y en el periodo 2001-2006 creció 67 por ciento (Hernández y Vázquez, 2010). Esta tendencia en el crecimiento de la empresa indica su consolidación aun con la apertura comercial. En 2006 tuvo una producción de 125 millones de pollos y su participación en el mercado fue de 7.9 por ciento.<sup>4</sup> Su relación con la matriz, además de las inversiones, se da a través de asesoría operativa, técnica, comercial y administrativa. Para ofrecer una idea de las dimensiones de la empresa mexicana respecto a su matriz estadounidense, basta mencionar que el mismo año ésta produjo 42 millones de pollos por semana (Thornton, 2007:29).

Por su parte, Pilgrim's Pride de México, S.A. ocupa el segundo lugar en el mercado del pollo mexicano. Es filial de la primera empresa avícola del mundo a la que, en 2006, le aportó 8.7 por ciento de

<sup>4</sup> Cálculos propios con base en información de Lee (2006).

los ingresos netos recibidos por las ventas totales (Pilgrim's Pride, 2006:20).

Las fases de la cadena avícola que desarrolla en México son: incubación, cría, engorda, procesamiento de pollo y producción de alimentos balanceados distribuidos en los estados de Coahuila, Querétaro, San Luis Potosí, Hidalgo, Colima, Guanajuato y Jalisco. Las tasas de crecimiento de esta empresa han sido de 122 por ciento para el periodo 1988-1993; de 99 por ciento entre 1993 y 2000 y de cero por ciento entre 2000 y 2006. Además, Pilgrim's Pride es la incubadora de pollito para engorda más importante del país con una producción de 179 millones de cabezas en 2007 (Domenech, 2008:31).

Al igual que Bachoco, Pilgrim's Pride orienta su estrategia productiva al mercado de productos básicos en virtud de las características de la demanda mexicana. En efecto, mientras que en su propio país este segmento les representó, en 2006 46 por ciento de sus ingresos por venta de carne de pollo, en México este segmento es más bien marginal (*Pilgrim's Pride*, 2006). Con tres plantas procesadoras de carne de pollo, esta empresa participa en los mercados locales de 29 de las 32 entidades de la República Mexicana (*Pilgrim's Pride*, 2006). Su participación en el mercado del pollo, en 2006, fue de 9.8 por ciento (Nunes, 2007:24).

Bachoco, por su parte, controla 33 por ciento del mercado de la carne de pollo en México. Su infraestructura productiva rebasa, con mucho, a la de sus competidoras más cercanas, lo mismo ocurre con su participación en las fases de la cadena avícola. A excepción del eslabón orientado al desarrollo biotecnológico, Industrias Bachoco cubre el resto de las fases. En 1952 fue fundada en Sonora, por uno de los grupos empresariales más importantes de aquella entidad, la familia Robinson Bours. Su trayectoria en el mercado mexicano es más larga que la de sus competidores más cercanos, lo que le permite un mayor conocimiento de las especificidades de las demandas regionales. Ésa ha sido su mayor ventaja competitiva. Dentro de las limitaciones del mercado avícola mexicano, en virtud de la escasa diversificación de su demanda, Industrias Bachoco destaca por su capacidad para ofrecer un producto *ad hoc* a las especificidades de los mercados regionales. Es la única de las empresas líderes que atiende el mercado de pollo vivo que, todavía en 2005, representaba 28 por ciento del comercio de carne de pollo en México (Hernández y Vázquez, 2010).

En el logro de esta ventaja, su estrategia de localización ha sido fundamental. Bachoco ha sido una empresa cuya movilización a

lo largo de la República Mexicana le ha permitido sumar ventajas comparativas regionales y atender las especificidades de las demandas locales. Ha diseñado una estructura operativa fincada en complejos regionales. Para 2008, la empresa contaba con ocho complejos distribuidos por todo el país: Noroeste y Bajío, fundados en 1974; Sureste, Península, Occidente, Norte, Istmo, Noreste integrados entre 1993 y 2007 (Hernández y Vázquez, 2010).

Las instalaciones de Bachoco en los complejos regionales se detallan en el cuadro 2.

CUADRO 2  
INDUSTRIAS BACHOCO, S.A. DE C.V.  
RELACIÓN DE INSTALACIONES DISTRIBUIDAS  
EN SUS OCHO COMPLEJOS

<i>Instalaciones</i>	<i>Año: 2005</i>
Complejos regionales	8
Plantas incubadoras	19
Plantas de alimentos balanceados	16
Plantas de alimentos balanceados	19
Plantas procesadoras de aves	8
Granjas	703
Centros de distribución	70

FUENTE: Industrias Bachoco (2006). Este cuadro es una síntesis tomada de Hernández y Vázquez (2010).

A través de 700 establecimientos en el país se relaciona con los consumidores finales bajo las marcas Bachoco, Dorado, Súper Yem, Libra y Campi (alimentos balanceados) (Banamex, 2006b).

Si bien hasta hace cinco años los complejos tenían infraestructura y desarrollo tecnológico diferenciados, dependiendo de las características del mercado regional, en la actualidad la estrategia de Bachoco tiende a homogeneizar capacidades y tecnologías atendiendo a los cambios registrados en la demanda y a la mayor complejidad en la que se mueve el mercado avícola a raíz del impacto de la gripe aviar sobre el consumo internacional y la inminente apertura total a la oferta extranjera del mercado interno. En la misma tesitura se encuentran las acciones realizadas por la empresa en los complejos de la Península (Yucatán) y Noroeste para realizar

exportaciones al Oriente y, principalmente, al consumidor mexicano que vive en Estados Unidos.

Las expectativas de una mayor presión sobre la oferta interna derivada de la apertura del mercado y el incremento en el precio de los cereales, provocado por su utilización en la elaboración de biocombustibles, han llevado a la empresa a realizar un viraje cualitativo en sus estrategias: en el pasado respondió incrementando la oferta y disminuyendo costos de producción. En la actualidad comienza a fortalecer la línea de productos con valor agregado destinado a consumidores con mayor poder adquisitivo y que permiten mayores márgenes de ganancia, así como a la elaboración de alimentos balanceados no sólo para la industria avícola, sino para otras especies, rama en la que se ubica como líder a partir del 2006.

#### ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE LAS PRINCIPALES EMPRESAS DEL MERCADO AVÍCOLA

Para evaluar el potencial de las estrategias hasta ahora implementadas por Bachoco para enfrentar la competencia inducida por la globalización del mercado avícola, tanto interno como externo, se requiere del análisis de las estrategias empleadas por las competidoras de esta empresa en el plano internacional, ya que sus principales competidoras locales, Pilgrim's Pride de México y Tyson de México, forman parte importante de las estrategias de posicionamiento impulsadas por sus matrices. La penetración de estos consorcios mundiales en el mercado mexicano es un elemento sustantivo de sus estrategias, debido sobre todo al dinamismo y a las expectativas de consumo que le confieren las proyecciones del FAPRI, como se señaló en el segundo apartado.

La incursión en el mercado avícola mexicano de estas grandes firmas no sólo se realiza a través de la producción directa en el territorio, sino también mediante la exportación de sus productos elaborados en Estados Unidos. De hecho, Pilgrim's Pride destaca que tiene la infraestructura productiva más grande de la Unión Americana en la frontera sur, condición que le permitirá atender desde ahí la creciente demanda, una vez liberado por completo el mercado mexicano.<sup>5</sup>

<sup>5</sup> En el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, firmado en 1994, se estableció que el mercado avícola se abriría totalmente en 2003;

Ambas empresas asientan que la tecnología utilizada en la producción de México tiene el mismo nivel de desarrollo que la utilizada en la Unión Americana y que las fases desarrolladas en México están vinculadas a las fases de la cadena avícola que se operan en el país del norte. Por lo tanto, las principales competidoras de Bachoco son parte de una estrategia de las dos más grandes empresas avícolas en el mundo.

En el cuadro 3 se presenta una síntesis de las estrategias aplicadas por las principales empresas avícolas del mundo. Se eligieron sólo aquéllas que son comunes a la mayoría de las firmas. De entrada se observa que así como el resto de las firmas se han movilizadopor el planeta buscando un posicionamiento flexible, Bachoco se ha desplazado por la República Mexicana para sumar ventajas competitivas regionales, relacionadas en principio con un mejor acceso a mercados y a zonas productoras de insumos. Empezó adquiriendo pequeñas granjas y posteriormente verdaderos consorcios como Campi, Grupo Sanjor, etc. Sin embargo, a diferencia de sus competidoras transnacionales, la empresa mexicana no celebra acuerdos de colaboración, más bien realiza “adquisiciones estratégicas” de acuerdo con sus planes de expansión, lo que le resta flexibilidad.

Otra estrategia utilizada por las firmas líderes para asegurar su flexibilidad y disminuir costos de producción, ausente en Bachoco, es incorporar a pequeños granjeros (*farmers*) en calidad de “asociados” o aparceros. A diferencia de Pilgrim’s Pride de México y Tyson de México que descansan buena parte de la fase de la engorda en este perfil de productores, Bachoco tiene menos de cinco por ciento de su producción en la aparcería.

Cuando la tendencia entre las empresas avícolas líderes es integrar redes que les permiten combinar las ventajas de la integración vertical con la horizontal y facilitar una mayor diversificación más allá de las fronteras de la industria avícola, Bachoco mantiene una rígida integración vertical sin asociaciones con otras grandes empresas. Una estrategia que refuerza la integración en redes y la flexibilidad para responder a los cambios en el mercado es la asociación con otras firmas. Algo que Bachoco realiza esporádicamente y de manera limitada.

La participación en el mercado internacional como proveedor, sumada a la expansión hacia otras naciones, ha permitido a las

---

sin embargo, el otorgamiento de una salvaguarda permitió aplazar la liberalización hasta 2008.

CUADRO 3  
COMPARATIVO DE LAS ESTRATEGIAS COMPETITIVAS DE BACHOCO RESPECTO  
AL RESTO DE LAS FIRMAS AVÍCOLAS MÁS DESTACADAS EN EL MERCADO MUNDIAL

<i>Estrategia</i>	<i>Principales empresas avícolas en el mundo</i>	<i>Industrias Bachoco</i>
Integración	EN REDES. Ha sido esencial para expandirse hacia nuevos países, segmentos del mercado avícola, o de otros productos, alimentarios o no; acceso a nuevas tecnologías y para desplazarse dentro de la cadena avícola. En ésta participan desde la incubación de progenitoras, reproductoras y pollos para engorda; producción de fármacos; alimentos balanceados, desarrollo de nuevos productos, distribución y acceso hasta el consumidor final.	VERTICAL: incubación de progenitoras, reproductoras y pollos para engorda; producción de fármacos; alimentos balanceados, desarrollo de nuevos productos, distribución y acceso hasta el consumidor final. Inversiones menores en porcicultura.
Asociaciones con otras firmas	Eje de la integración en redes. Pieza clave en su estrategia de <i>global sourcing</i> .	Ocasionales, de corta duración y con propósitos muy definidos. Por lo general, adquieren las empresas y consorcios de su interés.
Presencia en el mercado mundial	Directa o a través de exportaciones. Diversificar fuentes de competitividad y difuminar riesgos.	Nula. Empiezan los preparativos para abastecer al mercado mexicano de Estados Unidos y hay una exportación piloto a China.

CUADRO 3 (CONTINUACIÓN)

<i>Estrategia</i>	<i>Principales empresas avícolas en el mundo</i>	<i>Industrias Bachoco</i>
Expansión hacia nuevas regiones productivas en el planeta	Respuesta a la búsqueda de un posicionamiento flexible, enfrentar emergencias sanitarias y lograr una mayor competitividad.	Esta estrategia se aplica con los mismos propósitos, sólo que se limita al territorio nacional.
Incorporación de asociados	Son parte fundamental de la estrategia del posicionamiento flexible en al menos 78 por ciento de las empresas líderes.	No es relevante. Les representa menos de cinco por ciento de la producción y ha decrecido en los últimos años.
Diversificación productiva	Tanto al interior de la cadena avícola como hacia el exterior: incluye diversas especies pecuarias, otras ramas de la industria agroalimentaria y sectores ajenos como las telecomunicaciones.	Centrada en la industria avícola y aún dentro de ella muy limitada en el mercado de carne de pollo. <sup>6</sup>
Búsqueda de posicionamiento	Tienen décadas participando en el mercado mundial, pero en los últimos años la estrategia se ha fortalecido como respuesta a la globalización y problemas sanitarios.	Hasta ahora se limita al mercado mexicano. Ésta constituye su estrategia principal.

<sup>6</sup> La familia Robinson Bours tiene otras empresas; algunas anteceden a la formación de Bachoco, tales como Fertilizantes Tepeyac y otras más recientes como Megacable, Taxis Aéreos, etcétera.

líderes diversificar sus fuentes de competitividad. De ahí que tan sólo por citar dos ejemplos, firmas como las brasileñas, Perdigao y Sadia, hayan incrementado sus ventas en el extranjero a una tasa de 20 y 22 por ciento respectivamente, entre 1996 y 2005.<sup>7</sup>

Éste no es asunto menor; pues la puesta en marcha de estas estrategias otorga a las firmas líderes, a excepción de Bachoco, un nuevo perfil que corresponde más a lo que Buttel (1995), teórico de la globalización de los sistemas agroalimentarios, define como “corporaciones libres de la regulación estatal, sin obligaciones y des-territorializadas”, que a través de una compleja organización en redes y mediante acuerdos de colaboración, son capaces de ejercer absoluto control sobre otros consorcios —en este caso relacionados con la avicultura— como los semilleros, biotecnológicos, agroquímicos, agroindustriales y alimentarios (Chauvet y González, 2001).

Si se analiza a Bachoco en el contexto del mercado avícola mexicano, la empresa aparece, sin duda, como el líder indiscutible, no sólo por su dominio del mercado, su capacidad para abastecer a todos los segmentos del mercado de la carne de pollo (además del huevo de plato, subrama en la que ocupa el segundo lugar), y ahora en el segmento de la carne de pavo. Su expansión por el territorio nacional a través de sus siete complejos no tiene competencia. Lo mismo puede decirse de su red de distribución constituida por 59 bodegas en frío y 270 rutas que recorren el país a través de su propia flotilla de vehículos. Su presencia en el mercado de alimentos balanceados, no sólo para la industria avícola, también es excepcional.

Sin embargo, cuando a Bachoco se le analiza a la luz de las estrategias que implementan sus acompañantes en el *ranking* de las empresas más exitosas del mercado internacional, la empresa exhibe un importante rezago en lo que a estrategias competitivas se refiere. Continúa de manera preponderante en el segmento de genéricos, no tiene presencia internacional y carece de flexibilidad. Sus principales fuentes de utilidad son la línea de pollo, sobre todo fresco, sin ningún valor agregado, le aporta 82.4 por ciento. Los alimentos balanceados, 7.5 por ciento. Una porción similar proviene de la fabricación y venta de cartones de huevo, y 2.6 por ciento procede de la crianza y venta en pie de cerdo (Industrias Bachoco, 2006).

<sup>7</sup> Los cálculos son nuestros, con base en Nunes (2007:14).



A MANERA DE CONCLUSIÓN: LAS EXPECTATIVAS DE BACHOCO  
FRENTE AL NUEVO ESCENARIO AVÍCOLA

A pesar de lo señalado en el apartado anterior; Bachoco es el ganador indiscutible de la industria avícola mexicana. Tiene presencia en prácticamente todo el país ejerciendo fuerte dominio sobre casi todas las fases de la cadena avícola, salvo la excepción ya señalada de la fase de desarrollo biotecnológico, que está en manos de cuatro empresas sin vínculo alguno con la fase de producción final, como se expuso en el tercer apartado de este trabajo.

Mientras que las políticas de ajuste económico aplicadas desde los ochenta y la apertura comercial, hicieron una fuerte depuración de las empresas y productores participantes en el sector agroalimentario, Bachoco se convirtió en una de las ganadoras del proceso. Un ejercicio comparativo permite mostrar que mientras la TMCA del PIB del sector alimentario creció tres por ciento y 1.8 por ciento entre 1994 y 2000 y de 2000 a 2004, respectivamente, Bachoco registró una TMCA de 8.3 por ciento y 7.9 por ciento, respectivamente en tales periodos (Hernández y Vázquez, 2010). Ya en el ramo específico de la industria avícola, Bachoco obtuvo una TMCA de 6.9 por ciento en la generación de empleos entre 1994 y 2005 y un crecimiento acumulado de 124 por ciento. Mientras la avicultura, la actividad más dinámica del sector pecuario mexicano, logró 3.7 por ciento en la TMCA y un crecimiento acumulado de 55 por ciento (Hernández y Vázquez, 2010).

Si bien, como se indicó, Bachoco está posicionada en una de las actividades de mayor crecimiento y potencial del sistema agroalimentario mexicano, y ello le permitió fortalecer su posición frente al sistema general, no debe perderse de vista su concentración en un segmento de genéricos que la hacen altamente vulnerable. Si bien su ventaja radicó precisamente en atender un nicho tan importante por sus volúmenes y tan complejo para las transnacionales asentadas en el país, por sus atributos de frescura y sabor, que no pueden atenderlo fácilmente; la rapidez con la que los patrones de consumo están cambiando pone en grave riesgo a Bachoco en virtud de las grandes inversiones directas que ha realizado en instalaciones productivas y de distribución a lo largo del país. La situación se complica aún más si, como está ocurriendo, continúan los incrementos en los precios de los insumos, en particular el maíz y el trigo. Si se considera además que a partir de 2008 se abre la frontera para los productos avícolas provenientes de la Unión Americana, el panorama futuro para Bachoco se torna más com-

plejo. La alternativa para esta empresa, si pretende mantenerse en el mercado mexicano e incursionar en el mercado mundial, es ponerse al día con sus compañeras del *ranking* en materia de estrategias competitivas y en ese intento no sería muy lejano considerar la posibilidad de que se asociara con alguna de ellas. La decisión no es fácil porque Bachoco hasta ahora ha evitado alianzas en las que no controle el manejo de su empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- BANCO NACIONAL DE MÉXICO (BANAMEX) (2006), "Industrias Bachoco, S.A. de C.V.", en *Acciones y Valores*, México, Banamex Casa de Bolsa, 21 de septiembre.
- \_\_\_\_\_ (2006b), "Industria Mexicana de Alimentos", en *Acciones y Valores*, México, Banamex Casa de Bolsa.
- BORDIEU, P. (2002), "Estrategias de dominación y modos de dominación", en *Colección Pedagógica Universitaria*, núm. 27-38, publicación semestral electrónica, Universidad Veracruzana, <[http://www.uv.mx/cpue/coleccion/N\\_3738/C%20Bourdieu%20estrategias%20dominacion.pdf](http://www.uv.mx/cpue/coleccion/N_3738/C%20Bourdieu%20estrategias%20dominacion.pdf)>.
- BUSCH, L. y C. BAIN (2004), "New! Improved? The Transformation of the Global Agrifood System", en *Rural Sociology*, 69(3), pp. 321-346.
- BUTTEL, F. (1995), "Transiciones agroecológicas en el siglo XX: análisis preliminar", en *Agricultura y Sociedad*, núm. 74, Caracas, enero-marzo, pp. 9-37.
- CASTAÑÓN, R., J. L. SOLLEIRO y M. C. DEL VALLE (2003), "Estructura y perspectivas de la industria de alimentos en México", en *Comercio Exterior*, vol. 53, núm. 2, febrero, México, pp. 114-127.
- CORONA, M. A. (2003), "Efectos de la globalización en la distribución espacial de las actividades económicas", en *Comercio Exterior*, vol. 53, núm. 1, enero, México, pp. 48-56.
- CHAUVET, M. y R. GONZÁLEZ (2001), "Los procesos de globalización y las estrategias de grupos empresariales en México", en *Comercio Exterior*, vol. 49, núm. 8, México, agosto, pp. 1079-1088.
- DOMENECH, R. (2008), "Las ventajas y las desventajas de las negociaciones internacionales", en *Industria Avícola*, enero, pp. 14-42, en <<http://www.industriaavicola-digital.com/industria-avicola/200801/>>.

- DOUGLAS, J. Constance y William D. HEFFERNAN, (1991), "The Global Poultry Agro/Food Complex", en *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, vol. 1, pp. 126-142, <[http://www.csafe.org.nz/ijsaf/archive/archive\\_v\\_1to\\_v8/IJSAF-vol1-1991.pdf](http://www.csafe.org.nz/ijsaf/archive/archive_v_1to_v8/IJSAF-vol1-1991.pdf)>.
- \_\_\_\_\_ "Empresas Líderes 2007" en *Revista Industrial Avícola*, vol. 54, núm. 1, enero, pp. 21.
- FAO (s.f.), Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación.
- GOODMAN, D. (1999), "Agro-Food Studies in the 'Age of Ecology': Nature, Corporeality, Bio-politics", en *Sociologia Ruralis*, vol. 39, núm. 1, Oxford, pp. 17-37.
- GURA, S. (2007), "Empresas de genética ganadera estrategias de apropiación y concentración de un poder emergente en la economía alimentaria mundial", en *Alianza por los pueblos pastores y el desarrollo ganadero endógeno, con el patrocinio de Greenpeace, Alemania*, <[http://www.pastoralpeoples.org/docs/livestock\\_genetics\\_es.pdf](http://www.pastoralpeoples.org/docs/livestock_genetics_es.pdf)>.
- HARDIMAN, J. (2007), "How 90 Years of Poultry Breeding Have Shaped Today's Industry", en *Poultry International*, núm. 5, Watt 90, <<http://www.poultryinternational-digital.com/poultryinternational/200705/?u1=friend>>.
- HERNÁNDEZ, Ma. del C. (1996), "Agricultura sonoreense: un gigante con pies de barro", en H. Carton de Grammont (coord.) *Nuevos procesos rurales en México: teorías, estudios de caso y perspectivas*, México, IIS-UNAM, pp. 323-349.
- \_\_\_\_\_ y A. C. ANDABLO (2007), "La industria avícola mexicana a más de una década de la aplicación de políticas de ajuste y de la apertura comercial" en J. L. Calva (coord.), *Desarrollo agropecuario forestal y pesquero*, vol. 9, México, Porrúa, pp. 308-330.
- \_\_\_\_\_ y M. A. VÁQUEZ (2010), "Industrias Bachoco, principal firma avícola mexicana. Resultados de su estrategia de localización", en M. Cerutti, M.C. Hernández y C. Marichal, *Grandes empresas y grupos empresariales en México en el siglo XX*, México, Plaza y Valdés.
- INDUSTRIAS BACHOCO, S.A. (1998 al 2007), *Informe anual*, documento de la empresa para los socios.
- KIRWAN, J. (2004), "Alternative Strategies in the UK, Agro-Food System: Interrogating the Alterity of Farmers' Markets", en *Sociologia Ruralis*, vol. 44, núm. 4, octubre, pp. 395-415.

- LEE, G. (2006), "Empresas líderes: un vistazo a la avicultura mundial", en *Industria Avícola*, resumen de un discurso fue presentado durante el XIX Congreso Latinoamericano de Avicultura en Panamá en octubre 2005, <<http://www.industriaavicola-digital.com/industriaavicola/200601/>>.
- LONG, N. y F. H. BUTTEL (1996), "Theoretical Issues in Global Agri-Food Restructuring", en D. Burch, R.E. Rickson y G. Lawrence (eds.), *Agri-Food Restructuring*, Londres, Avebury, pp. 17-44.
- NUNES, F. (2005), "Cuál es el secreto de la competitividad de la industria avícola brasileña", en *AgriWorld*, vol. 23, núm. 5, pp. 9-12.
- \_\_\_\_\_ (2007), "Fusión de Sadia y Perdigão: no se hizo realidad el sueño de Brasil", en *Industria Avícola*, enero, pp. 14-42, en <<http://www.industriaavicola-digital.com/industriaavicola/200701/>>.
- PILGRIM'S PRIDE (2006), en *Financial Review*, Pittsburg, Texas, <<http://www.library.corporate-ir.net/library/68/682/68228/items/224928/FY2006AnnualReport.pdf>>.
- SUEHIRO, A. (1997), "Modern Family Business and Corporate Capability in Thailand. A Case Study of the CP Group", en *Japanese Yearbook on Business History*, vol. 14.
- THORNTON, G. (2007), "Broiler Top Ten Companies", en *Watt Poultry*, vol. 8 núm. 2, febrero, <<http://www.wattpoultryusa-digital.com/wattpoultryusa/200702/>>, consultada en junio de 2007.
- UNIÓN NACIONAL DE AVICULTORES (UNA) (2006), *Compendio de indicadores económicos del sector avícola 2005*, México, Dirección de Estudios Económicos.

#### *Referencias hemerográficas*

- Poultry Internacional*, vol. 46, núm. 9, pp. 17-20.
- Mundo Ejecutivo*, noviembre de 2006 (edición especial sobre las 1 000 empresas más importantes de México).

#### *Referencias en internet*

- PORTAL BACHOCO (2009), en <<http://www.bachoco.com.mx>>.
- PORTAL CHAROEN POKPHAND (2007), en <<http://www.enotes.com/company-histories/charoen-pokphand-group>>, consultado en mayo.

PORTAL GRUPO DOUX (2007), "Reporte 2006 de la empresa", en <<http://es.doux.fr/>>, consultado en mayo.

PORTAL INDUSTRIA AVÍCOLA (2007), en <<http://www.wattpoultry.com/IndustriaAvicola/Article.aspx?id=8022&ItemId=8022>>.

PORTAL PILGRIM'S PRIDE (2007), en <<http://www.pilgrimspride.com/aboutus/>>, julio.

PORTAL TYSON (2007), en <<http://www.tyson.com/Corporate/AboutTyson/Products/Default.aspx>>, 17 de julio.



# MENOS ESTADO Y MÁS SUPERMERCADOS, ¿CUÁL ES EL LUGAR PARA LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DE LECHE?

*Pascal Tillie\**  
*Fernando Cervantes Escoto\*\**

## RESUMEN

La liberalización de las inversiones extranjeras en México inició un proceso de transformaciones profundas en el sector de la distribución de alimentos. La llegada de capital extranjero fomentó el crecimiento del sector en la década de 1990. Respecto a los lácteos, esos cambios generaron una nueva demanda por productos diversificados, de mayor calidad y menor costo. La industria láctea respondió con innovaciones y productos de mayor valor agregado, que absorbieron una proporción cada vez más importante del total de la leche industrializada en México, la cual también creció respecto al volumen de leche usada por el sector informal. Para satisfacer los nuevos patrones de la demanda, los industriales tuvieron que conseguir una mayor cantidad de leche de buena calidad a costo moderado. Una estrategia fue abastecerse de productores del trópico, aprovechando sus bajos costos de producción. Sin embargo, en un contexto de disminución de los apoyos del gobierno al sector social de la ganadería, los industriales tuvieron que proporcionar a los lecheros las ayudas que requerían para cumplir con las nuevas exigencias de calidad. Frente al oligopsonio de los industriales, los productores no se beneficiaron de los aumentos de productividad del

\* Investigador de la Unidad Mixta de Investigación del Centro de Economía y de Ética para el Medio Ambiente y el Desarrollo de la Universidad de Versailles-Saint Quentin-Instituto de Investigación para el Desarrollo. Correo electrónico: <pascal.tillie@c3ed.uvsq.fr>.

\*\* Profesor-Investigador del Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial-Universidad Autónoma Chapingo. Correo electrónico: <lacteos04@yahoo.com>.

trabajo que realizaron, y muchos fueron excluidos de la cadena por no poder emprender las inversiones requeridas. El retiro del gobierno obligó a los industriales a encargarse del desarrollo de los productores de leche, pero lo hicieron con base en su propio interés.

## INTRODUCCIÓN

Este artículo se enfoca en las evoluciones del mercado de la leche en México, y sus consecuencias para los productores primarios, en un contexto de apertura comercial, de merma en los apoyos del gobierno, y con una participación creciente de los supermercados en el comercio de la leche. En México, la llegada de los supermercados ocurrió más tarde que en otros países latinoamericanos, como Argentina o Brasil, por ejemplo. Sin embargo, en los últimos diez años, su participación en el comercio a detalle pasó de diez por ciento a 57 por ciento, y en 2006 registraron un crecimiento anual en ventas de 8.6 por ciento (ANTAD, 2006:1).

Esta rápida expansión se debe a factores socioeconómicos del lado de la demanda, ampliamente señalados por la literatura (Reardon y Berdegué, 2002; Reardon y Timmer, 2005). Se trata de la urbanización creciente del país, del aumento del poder adquisitivo de algunos sectores de la población, de la mayor incorporación de las mujeres a la fuerza laboral, del equipamiento de los hogares con refrigerador y vehículo. Del lado de la oferta también existen factores que fomentaron el surgimiento de los supermercados en México, como fue la liberalización de las inversiones extranjeras.

Comenzó en 1984 con la primera modificación a la Ley de Inversión Extranjera de 1973, que hasta entonces era una de las más restrictivas de los países en desarrollo. Posteriormente, una sucesión de revisiones realizadas a partir de 1989 completaron el proceso, y junto con una serie de reformas de la política comercial llevada a cabo en el periodo 1985-1988 contribuyeron al crecimiento de los flujos de capital extranjero, que fueron reforzados con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Dussel, 2000; Graham y Wada, 2000). Desde entonces, las cadenas extranjeras de supermercados pueden poseer la totalidad del capital de una empresa localizada en México y, por lo tanto, empezaron a invertir masivamente en el sector.

Otro factor que favoreció su desarrollo fue el proceso de apertura comercial del mercado doméstico a las importaciones, iniciado



en 1985 con la liberalización arancelaria, formalizado con la adhesión de México al Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT) al año siguiente, y profundizado con la firma del TLCAN. La liberalización del comercio abrió oportunidades para las cadenas de supermercados, ya que las importaciones de bienes se volvieron más fáciles y más baratas, y les permitió realizar economías de escala manejando una base de productos y un sistema logístico más amplio (Chavez, 2002; Reardon y Timmer, 2005). Como resultado de esto, el surgimiento de los supermercados generó cambios profundos en los sistemas de distribución y en las cadenas de abastecimiento de alimentos en México, cuyas consecuencias para los productores primarios es el objeto del presente artículo.

De manera simultánea a esas evoluciones de fondo en la organización de las cadenas en su conjunto, ocurrió también un proceso de retiro del Estado, que antes invertía ampliamente en el sector agrícola. Los mercados de insumos y productos se liberalizaron en los años ochenta y las agencias estatales de comercialización de los productos agrícolas se privatizaron (Yunez-Naude, 2003). Otros hechos relevantes fueron la reestructuración del banco público que otorgaba créditos subsidiados al sector agrícola y que cesó de hacerlo en 1992 (Myhre, 1998), y la liberalización el mismo año del mercado de tierras con la reforma al Artículo 27 Constitucional. En el caso particular de la leche, se eliminó progresivamente el control de precios al productor y al consumidor, y desde 1998 están enteramente determinados por las condiciones del mercado.

De lo anterior resulta que el contexto del mercado de la leche en México se ha modificado profundamente, tanto en su organización por los agentes privados, como en el papel que desempeñaba el Estado. La pregunta que surge a raíz de estos cambios es ¿cuáles son las consecuencias para los productores de leche de una posible inclusión en el nuevo sistema de abastecimiento para los supermercados, dado que por una parte significa participar en un mercado dinámico y más remunerador, pero que al mismo tiempo representa mayores exigencias? En los últimos años se han realizado varios estudios para determinar el impacto del surgimiento de los supermercados para los productores agropecuarios, tanto en México como en otros países (Berdegué *et al.*, 2005; Faiguenbaum *et al.*, 2002; Gutman, 2002; Hernández *et al.*, 2007; Schwentesius y Gómez, 2006).

El caso de la leche se caracteriza por la presencia de grandes intermediarios en la cadena, ya que los supermercados se abastecen de los industriales que procesan la leche, un sector relativamente

concentrado y que cuenta con una participación creciente de empresas transnacionales. La presencia de estos intermediarios entre supermercados y productores hace que el impacto hacia los segundos sea menos evidente; es más probable que sea un efecto conjugado de actividades entre transformadores y distribuidores el que impacte a la cadena en su conjunto. En todo caso, se trata de identificarlo y describirlo, así como el comportamiento del Estado frente a estos cambios.

El objetivo de este escrito es proporcionar elementos de respuesta a partir del análisis de las transformaciones de la cadena de leche generadas por los supermercados y los industriales, así como de un estudio de caso en la región del trópico mexicano, donde los productores de leche enfrentan nuevos retos de comercialización. El artículo está organizado de la siguiente manera: la primera parte subraya los elementos característicos del surgimiento de los supermercados y las evoluciones simultáneas del mercado mexicano de la leche. La segunda parte describe el sector de la industria procesadora de leche y sus cambios recientes, mientras que la tercera parte se enfoca a la situación que enfrentan los productores de leche en una región del sur del estado de Veracruz. Finalmente en la última parte se integran las conclusiones.

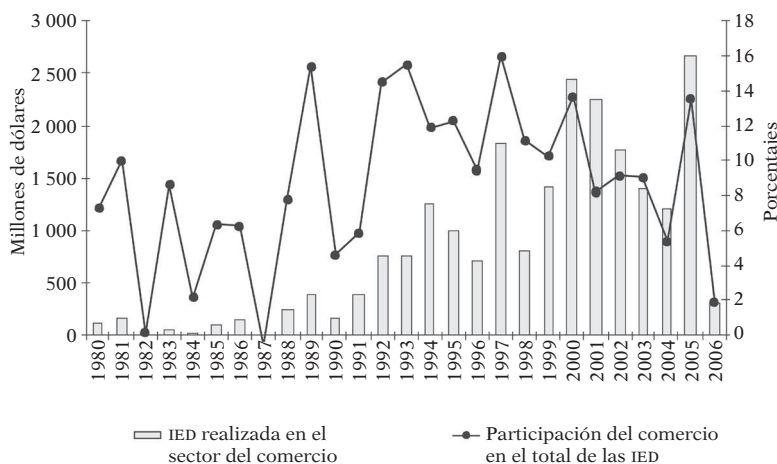
#### CAMBIOS RECIENTES EN EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN MÉXICO

##### *El surgimiento de los supermercados en México*

El crecimiento de los supermercados en México durante las últimas décadas muestra las mismas características que en numerosos países en desarrollo. Aunque en México existen supermercados desde los años cincuenta, hasta la década de los ochenta se trataba sólo de empresas de dimensión local o regional, de capital nacional y enfocadas a sectores muy restringidos de la población, típicamente las clases altas de las grandes ciudades del país. En 1994, al principio de la nueva fase de expansión del fenómeno, los supermercados apenas participaban con cinco por ciento de las ventas totales de alimentos (Reardon, 2004:2).

La reforma en 1993 a la Ley de Inversión Extranjera fue clave para iniciar los cambios del sector que, sin embargo, aparecieron más tarde que en otros países latinoamericanos. Esto propició la

GRÁFICA 1  
EVOLUCIÓN DE LAS INVERSIONES EXTRANJERAS DIRECTAS (IED)  
EN EL SECTOR DEL COMERCIO (1980-2006)



FUENTE: Banco de Información Económica (2007).

entrada de empresas de capital extranjero, que invirtieron sumas importantes en el sector del comercio. La Inversión Directa Extranjera (IDE) en este sector sumó 2 973 millones de dólares en el periodo 1984-1993, mientras que ascendieron a 14 881 millones de dólares en la década 1994-2003 (véase la gráfica 1). Una consecuencia importante de esta gran cantidad de dinero invertido por empresas extranjeras es que obligó también a las cadenas nacionales a realizar inversiones para competir en el mercado con los recién llegados. Se inició, entonces, un cambio profundo en el sistema de abastecimiento de los supermercados, con el propósito de bajar costos y de expandirse fuera de sus mercados tradicionales (Reardon, 2004).

La estrategia de las cadenas extranjeras al momento de ingresar al mercado mexicano, el cual no conocían, y era controlado por las cadenas nacionales, fue buscar alianzas con estas últimas. Se registraron varias alianzas o fusiones, pero en su mayoría no perduraron por diferencias culturales en la concepción del manejo de la empresa, y también porque después de la crisis de 1994-1995, los socios mexicanos no podían sostener el ritmo de crecimiento deseado por los extranjeros (CEPAL, 2000:125). Otra estrategia de las cadenas foráneas fue diversificar el formato de los supermerca-

dos, para adecuarse a los diferentes sectores de la demanda y distinguirse de las cadenas locales (Chávez, 2002:506).

Como resultado de las importantes sumas invertidas en la década de los noventa y de las estrategias de las cadenas, en la actualidad el sector de los supermercados en México está bastante concentrado y constituye uno de los más amplios y dinámicos. Aunque los datos de la participación de las tiendas de autoservicio en el comercio a detalle son escasos, se evalúa que en 2003 participaron con 57 por ciento del total del comercio al menudeo (Reardon *et al.*, 2005), y con 43 por ciento del comercio de alimentos, lo que representó ventas por 41 mil millones de dólares (PECC, 2005:9).

Ahora bien, un elemento clave de la rentabilidad de las cadenas de supermercados es su volumen de ventas, ya que al lograr un cierto nivel les permite emprender inversiones importantes en sistemas de abastecimiento centralizado, tales como centros de distribución propios, y les otorga también mayor poder de negociación con sus proveedores. El reto es atraer cada vez más clientes, por tal motivo se inició a finales de los noventa una dura guerra de precios entre las cadenas de mayor cobertura (Reardon, 2004:3), lo que originó una fuerte concentración en el sector. En 2000, las cuatro cadenas más importantes (Wal-Mart, Soriana, Comercial Mexicana y Gigante) concentraban alrededor de 90 por ciento de las ventas en supermercados, y una sola de dichas cadenas realiza la mitad de ellas.

Para disminuir sus costos, las cadenas mayores han buscado desarrollar sus propios sistemas de abastecimiento, en lugar de surtirse a través de los canales tradicionales, como las centrales de abasto. La tendencia es pasar de un sistema en el cual cada supermercado se surtía en la central de abasto local, a otro en el cual hay propios centros de distribución que centralizan las compras para luego repartir los productos en las diferentes tiendas del grupo. Asimismo, las cadenas buscan establecer relaciones comerciales con un menor número de proveedores que les suministren un mayor volumen de mercancías (*one-stop shopping*). Se pretende abandonar, progresivamente, las compras en sitio en las centrales de abasto en beneficio de relaciones más estrechas con proveedores preferidos (*preferred suppliers*), que les aseguren mayor estabilidad y calidad en el suministro, para reducir el intermediarismo.

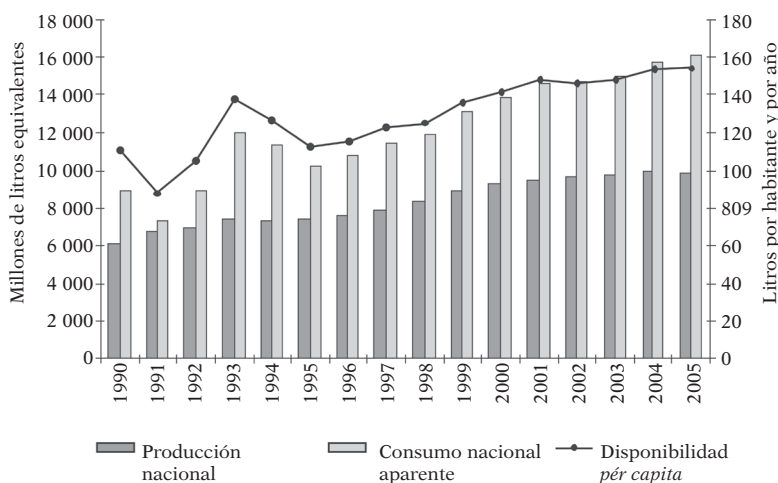
Una de las razones del éxito de los supermercados es la creciente demanda de alimentos procesados, en parte porque reducen el tiempo de preparación y corresponden a las necesidades de la mujer urbana que trabaja. Los supermercados acompañan esta de-

manda poniendo a la venta una amplia gama de productos elaborados, mucho mayor que en las tiendas o en los mercados tradicionales; para ello exigen de sus proveedores una fuerte diversificación de productos, tanto en gama como en calidad. Los lácteos constituyen un buen ejemplo de la forma en la que los supermercados han impactado al conjunto de actores de la cadena productiva.

*Evolución del mercado de la leche en México*

En el caso de la cadena de productos lácteos, los cambios impulsados por el papel creciente de los supermercados se llevaron a cabo en un contexto en el cual el mercado interno se extendió ampliamente (véase la gráfica 2). El consumo nacional aparente del conjunto de productos lácteos por parte de la población mexicana pasó de un promedio de 8 432 millones de litros equivalentes en los años 1990-1992 a más de 15 600 millones en los años 2003-2005, lo que correspondió a un aumento de 85 por ciento en un periodo de 15 años. Ello se ha debido, en parte, al aumento de la población en el mismo periodo (+23 por ciento) pero, sobre todo, al incremento

GRÁFICA 2  
EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN, CONSUMO Y DISPONIBILIDAD DE LECHE POR HABITANTE EN MÉXICO, 1990-2005



FUENTE: elaboración propia con datos de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (2006).

en el consumo por habitante, que pasó de 101 litros equivalentes en 1990-1992 a 152 litros en 2003-2005 (+50 por ciento), como resultado principalmente del aumento en el poder adquisitivo en algunos sectores de la población.

Por otro lado, la producción de leche en México también creció en el mismo periodo, aunque en una proporción ligeramente menor. Entre 1990-1992 y 2003-2005, registró un aumento de 49 por ciento. Por lo tanto, la dependencia de las importaciones para el suministro de la demanda doméstica, que en promedio era de 21 por ciento en el periodo 1990-1992, ascendió a 37 por ciento en el lapso 2002-2005. Este crecimiento de las importaciones se debió, en parte, a la apertura del mercado mexicano de lácteos, tanto en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC) como en el TLCAN. Los aranceles para los productos lácteos disminuyeron y se acordó, para la leche en polvo, un contingente de importación libre de arancel de 80 mil toneladas proveniente de países miembros de la OMC, y otro de 40 mil desde Estados Unidos, este último aumentaría paulatinamente hasta llegar a la apertura total en 2008. Todas estas medidas favorecieron el crecimiento de las importaciones y permitieron subsanar el déficit de la producción nacional con productos de bajo costo, evitando tensiones sobre el precio de la leche que pudieran ser dañinas para las clases populares.

Mientras el consumo total de productos lácteos aumentaba, la participación de los supermercados en la venta de éstos creció en la década de 1990. Por otra parte, el consumo se diversificó cada vez más a raíz de la estrategia de las cadenas de proponer a sus clientes productos elaborados, originales y variados (Faiguenbaum *et al.*, 2002:468). Todo ello implicó una mayor proporción de productos procesados en las ventas finales de lácteos y una modificación de la demanda hacia productos más diversificados, elaborados, de mayor calidad y con valor agregado. Los dos elementos anteriormente señalados —el cambio de sistema de abastecimiento de los supermercados en beneficio de unos pocos proveedores seleccionados y la demanda de productos diversificados— obviamente tuvo repercusiones para las empresas que suministran a las tiendas de autoservicio. Se tiende a seleccionar a aquellas empresas capaces de producir mayores volúmenes de varios productos y, por lo tanto, que tengan acceso a tecnología moderna y a productos primarios de calidad.

Pero al mismo tiempo, la alta concentración de los supermercados y la intensa competencia entre las diferentes cadenas por ganar más clientes generan una fuerte presión sobre los precios a sus pro-

veedores. En suma, los supermercados exigen de la industria láctea productos más diversificados y de calidad, en mayor cantidad pero a menor precio. Ante la importancia actual y creciente de los supermercados en las ventas totales de lácteos, surge la pregunta acerca de cómo han reaccionado los industriales de la leche y de qué manera han transferido, eventualmente, estas nuevas exigencias de la demanda a sus proveedores, los productores de leche.

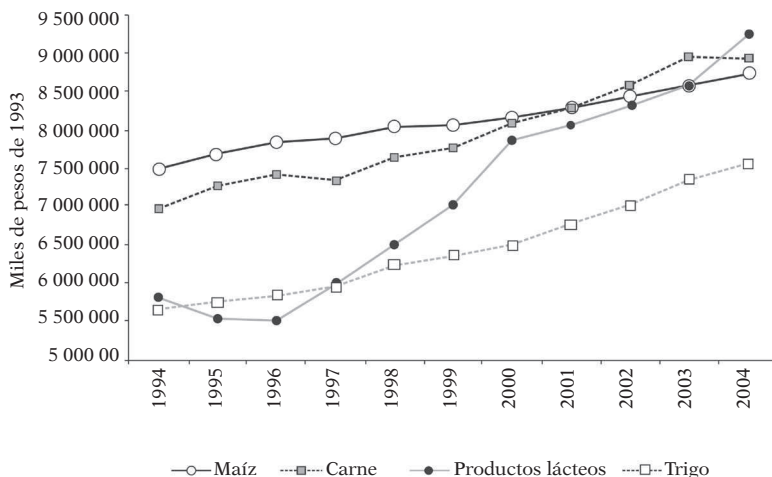
#### LOS INDUSTRIALES DE LA LECHE FRENTE A LA EVOLUCIÓN DE LA DEMANDA

##### *Diversificación de los productos elaborados por la industria*

La industria de productos lácteos se ubicaba, en 2004, en el tercer lugar en cuanto a su participación en el valor agregado de la industria alimentaria mexicana, detrás de las industrias del maíz y de la carne. Contribuyó ese año con 11 por ciento del PIB de la industria alimentaria, y con 0.46 por ciento del PIB total del país. Sin embargo, si se compara la evolución a precios constantes que tuvieron las mayores industrias de alimentos del país en los últimos años, se constata que desde 1993 la industria de productos lácteos es la que ha registrado el mayor crecimiento en valor de la producción (véase la gráfica 3). En México la industria de productos lácteos se puede clasificar en tres grupos: la pública, la privada y la artesanal o informal.

La última se refiere a la fabricación de quesos artesanales, en su mayoría frescos, poco diversificados y destinados al mercado local o, en el mejor de los casos, a circuitos de comercialización tradicionales, tales como las centrales de abasto. La industria pública corresponde a la empresa Liconsa, que opera un programa de abasto social de leche dirigido a las clases populares. Históricamente, Liconsa importaba casi la totalidad de su producción, comprando en el mundo leche en polvo que volvía a hidratar y envasar para luego distribuirla a precios subsidiados. Sin embargo, desde 2002 empezó a comprar leche brava a los productores nacionales, convirtiéndose en pocos años en uno de los principales compradores del mercado. En 2006 adquirió 447 millones de litros de leche en el mercado nacional, o sea, 4.4 por ciento de la producción de ese año (ITESM 2007:22); por otro lado, distribuyó 957 millones de litros, lo que representó 6.3 por ciento del volumen disponible de leche en México.

GRÁFICA 3  
EVOLUCIÓN EL VALOR DE LA PRODUCCIÓN  
(EN PESOS CONSTANTES DE 1993)  
DE LAS PRINCIPALES INDUSTRIAS ALIMENTARIAS  
(1994-2004)



FUENTE: datos de producción de varias industrias de alimentos, elaboración propia con datos del INEGI (2006).

Se considera que en México existen alrededor de dos mil empresas que se dedican a la transformación de la leche: pasteurización; elaboración de queso, crema, helados y yogur, y deshidratación. La gran mayoría son unidades de pequeña o mediana escala, sin embargo, las grandes empresas nacionales o transnacionales generan la mayor parte de la producción, dependiendo del tipo de actividad y del nivel de capital requerido para ello. A continuación se describen los productos lácteos más importantes y sus características.

- Leche fluida, tratada y envasada

La producción total de leche fluida en México en 2006 fue de 4 223 millones de litros (Sagarpa-SIAP, 2007), de los cuales la leche pasteurizada sigue siendo la más importante, con una participación de 41 por ciento. Sin embargo, esta proporción disminuye en be-



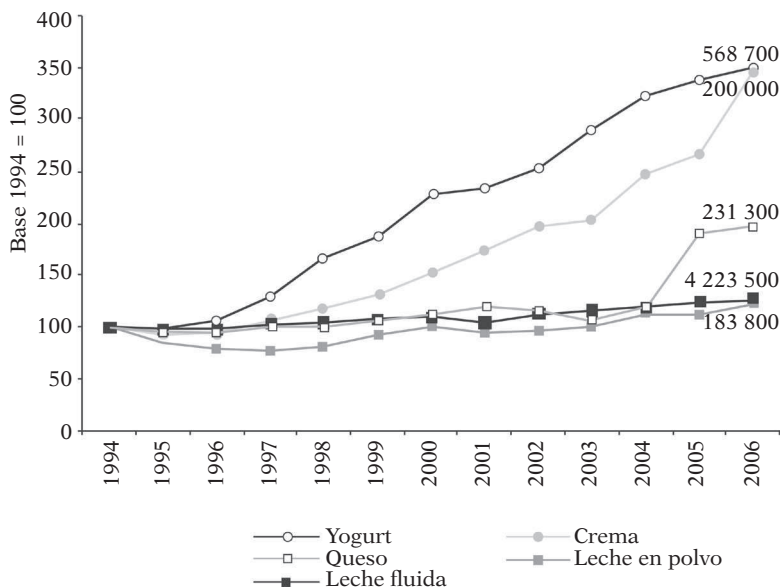
neficio de la leche ultrapasteurizada, cuya producción ha crecido a un ritmo acelerado en los últimos años: entre 1994 y 2006 registró un aumento de más de 140 por ciento y su participación en el mercado de leche fluida pasó de 20 por ciento a 38 por ciento. Este crecimiento se explica por las ventajas que tiene el producto, tanto para el consumidor como para las empresas procesadoras y distribuidoras. Su alta vida de anaquel sin refrigeración facilita el manejo de los inventarios y permite almacenar la sobreoferta estacional de primavera-verano y distribuirla en épocas de menor producción, y que el consumidor pueda cubrir de una sola vez sus necesidades para toda la semana, lo cual reduce los costos de almacenaje en los supermercados (Farina *et al.*, 2005). Por lo tanto, es un producto muy conveniente para la población urbana que trabaja y que realiza sus compras en los supermercados.

En México existen más de 100 empresas pasteurizadoras, no obstante, muchas son sociedades de tamaño mediano, con una influencia comercial local y una gama de producto reducida. La mayor parte de la producción de leche fluida la realizan empresas grandes, casi exclusivamente de capital mexicano, o cooperativas de productores. Las ocho empresas más importantes del sector producían en 2003 más de tres mil millones de litros de leche fluida, lo que representaba un poco más de 77 por ciento de la producción nacional. La empresa líder, el Grupo Industrial Lala, tiene una participación superior a 30 por ciento, y la segunda, la Cooperativa de Ganaderos Productores de Leche Pura (Alpura), sólo participa con diez por ciento.

#### • Quesos

En 2006 se produjeron más de 230 mil toneladas de queso en México, un aumento de 110 por ciento en diez años. Sin embargo, estos datos corresponden a la producción de queso industrial; si se añade la producción artesanal el volumen sube a más de 400 mil toneladas. Se estima que existen más de 1 300 empresas que se dedican a la producción de queso, crema y mantequilla, pero la mayoría son unidades de producción de pequeña escala (Castro *et al.*, 2001:63). Por lo tanto, la producción de queso en México sigue siendo un sector relativamente atomizado, aunque en 2006 las siete empresas más grandes del país produjeron alrededor de 40 por ciento del volumen total.

GRÁFICA 4  
 ÍNDICE DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE LOS PRINCIPALES  
 PRODUCTOS LÁCTEOS (1994-2006)



FUENTE: elaboración propia con datos del boletín *Leche*, publicado por el SIAP de Sagarpa. Publicados originalmente en INEGI (2007).

#### • Yogur

La producción mexicana de yogur registró un alto crecimiento en los últimos 15 años. En 2006 se produjeron más de 568 mil toneladas de este producto, lo que representa más de tres veces la producción del año 1996 (véase la gráfica 4). El consumo promedio anual pasó de 1.75 kilogramos per cápita en 1994 a casi cinco kilogramos en 2004. Además, se trata de un segmento muy concentrado, ya que sólo cinco empresas comparten la casi totalidad del mercado (Danone, Sigma Alimentos, Lala, Alpura y Nestlé).

A raíz de la fuerte competencia en el sector y de la presencia de empresas extranjeras, la gama de productos se incrementó ampliamente. Los industriales invirtieron sumas importantes en publicidad y en innovación que fomentaron el crecimiento de la demanda

y el posicionamiento del yogur como un producto saludable (Castro *et al.*, 2001). Estos esfuerzos de la industria de los lácteos se realizaron de acuerdo con las cadenas de supermercados, que apoyaron las campañas de promoción y muchas veces también las innovaciones, ya que para ellas el yogur representa un producto de alto valor agregado y con un potencial de diversificación importante. Como resultado, existe en la actualidad una amplia gama de yogures que permite responder a la demanda de los consumidores, que buscan una oferta diversificada para cada miembro de la familia.

- Otras leches industrializadas

Las empresas multinacionales tienen una fuerte participación en la elaboración de leche industrializada, como la leche condensada, evaporada o deshidratada. Estos mercados están dominados por una empresa, la Nestlé. La producción de leche evaporada y condensada alcanzó más de 158 mil toneladas en 2004, y ha tenido un crecimiento moderado de 20 por ciento en los últimos diez años, según datos de FAOSTAT (2007). La producción de leche deshidratada para consumo final alcanzó 183,800 toneladas en 2006, un aumento de 56 por ciento desde 1996. Esta categoría está dinamizada por la producción de leches maternizadas, que registraron un fuerte crecimiento de 125 por ciento entre los años 1996 y 2006 para alcanzar un volumen total de 52 mil toneladas. El importante consumo de este producto en México se explica por incentivos gubernamentales, que ofrecen leche infantil para niños de hasta seis meses y por una fuerte presencia en las tiendas de autoservicio y farmacias. Este mercado lo comparten empresas de capital extranjero, que tienen un dominio muy agudo de las estrategias de mercadotecnia y relaciones muy estrechas con las cadenas de supermercados.

*Nuevos productos y consecuencias  
para las industrias de la leche*

A final de cuentas, el crecimiento de la producción industrial en México se debe al surgimiento de productos más convenientes para los consumidores y los distribuidores, como la leche ultrapasteurizada, y más elaborados y de mayor valor agregado, como los quesos, yogures o leches maternizadas (véase la gráfica 4), cuya demanda está dinamizada por la elevación del poder adquisitivo de los estra-

tos medios y altos de la población. La industria respondió a esta demanda con un rápido proceso de innovación tecnológica y de diversificación de productos, que fueron introducidos en el mercado a través de mucha promoción. El caso emblemático es el auge de la producción de yogur en los últimos diez años. El liderazgo de estos productos de alto valor agregado lo tienen grandes empresas multinacionales como Nestlé, Danone y Sigma Alimentos, que cuentan con el dominio de tecnología específica y técnicas de mercadotecnia avanzadas (Castro *et al.*, 2001). Pero, sobre todo, estas empresas tienen relaciones estrechas con las cadenas de supermercados, con las cuales han desarrollado una “simbiosis” (Reardon, 2004): los industriales necesitan tiendas grandes para desarrollar sus ventas y donde encontrar clientes para la gran diversidad de productos que generan y las cadenas de supermercados requieren empresas suficientemente importantes que les puedan suministrar una gran cantidad de productos diversificados con regularidad y sin tener que recurrir a demasiados proveedores.

Por lo tanto, el crecimiento de los supermercados ocurrido en el país desde los años noventa, sin duda, benefició a las grandes empresas procesadoras de leche, que aprovecharon el fenómeno para ampliar su gama de productos y ventas. Para lograrlo, tuvieron que aumentar el volumen de leche recibido: pasaron de captar 58 por ciento del volumen total de leche disponible en México, en 1994 (Castro *et al.*, 2001:55), a 70 por ciento en 2001. Lo anterior resultó posible debido a una mayor participación de la industria en las importaciones de leche en polvo y otros derivados, además de una mayor integración con los productores nacionales en los esquemas de abastecimiento.

Otra consecuencia de la evolución de la demanda de productos lácteos es la concentración, cada vez mayor, del sector de la transformación. Efectivamente, la elaboración de productos de mayor valor agregado necesita el uso y el manejo adecuado de tecnología especializada, cuyo costo es importante. Además, surtir las cadenas de supermercados implica desarrollar sistemas de distribución eficientes y de tamaño amplio, así como contar con recursos suficientes para resistir los largos plazos sin pago que imponen los supermercados. Cabe señalar también el alto costo de las inversiones en la red de transporte refrigerado, que es imprescindible cuando se trata de productos frescos. Por lo tanto, frente a la presión sobre los precios llevada a cabo por las cadenas de supermercados, las empresas de lácteos han respondido ampliando la escala de operación, lo que les ha permitido hacer un uso óptimo de la infra-

estructura. Lo mismo ocurre con las empresas que se dedican a la pasteurización —o ultrapasteurización—, sector en el cual se registró un movimiento de adquisición de empresas de mediana escala por parte de actores más grandes (Castro *et al.*, 2001:69). A final de cuentas, el movimiento de concentración generó un sector dual en la medida que desaparecían los actores medianos absorbidos por las empresas grandes.

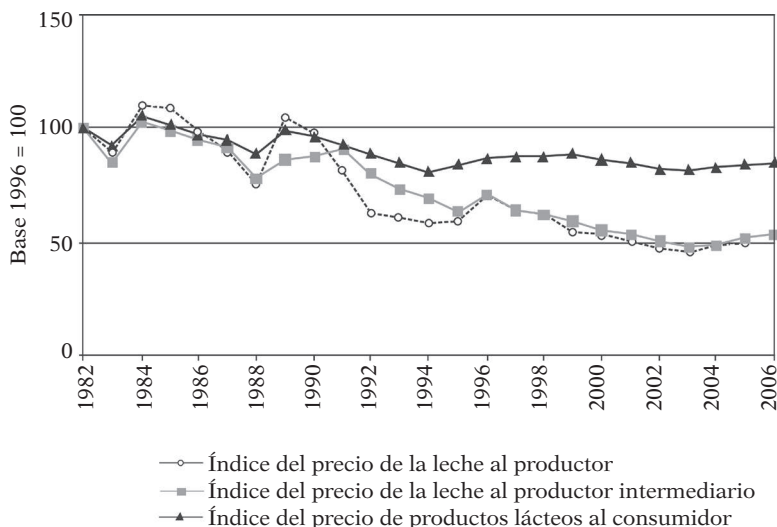
En el otro extremo se encuentran todavía las pequeñas empresas, que se abastecen de leche barata con productores familiares o de doble propósito, cuentan con una tecnología de transformación rústica y artesanal, y elaboran productos poco diferenciados destinados a nichos del mercado local. Estas empresas muchas veces pertenecen al sector informal de la economía, se surten con leche caliente de deficiente calidad y no cumplen con las normas de fabricación, sanidad y seguridad.

Como resultado de este proceso de concentración, se estima que en 2003 unas 19 empresas controlaban alrededor de 80 por ciento del volumen de leche procesada en México. A pesar de esta concentración y del poder resultante para las industrias consideradas, estas últimas se enfrentan a un sector aún más concentrado: el de los supermercados. Además, las cadenas de distribución poseen un recurso clave que es el acceso a los clientes. Debido a la importancia de la mercadotecnia en las ventas de alimentos, sobre todo de aquellos diversificados como los productos lácteos de alto valor agregado, y a que las cadenas de supermercados son las que deciden la ubicación de los productos en sus anaqueles, así como las campañas de promoción y las ofertas, a final de cuentas son ellas las que tienen el poder de negociación más alto en toda la cadena de productos lácteos. Por lo tanto, ejercen la gobernanza<sup>1</sup> sobre el conjunto de actores involucrados en la producción láctea e imponen sus condiciones en cuanto a precios, calidad y cantidad de los productos a sus proveedores. El eslabón más atomizado y, en consecuencia, más débil de la cadena es el de la producción primaria. Se estima que en México existen más de 600 mil explotaciones lecheras de diferente tamaño, la mayoría de ellas poco organizadas. El reducido poder de negociación del segmento de la producción primaria se refleja en la evolución del índice de precios al consu-

<sup>1</sup> La estructura de gobernanza de una cadena describe en qué forma los actores la controlan a través de barreras a la entrada y de procesos de coordinación; determina quién conduce la cadena (Gereffi y Korzeniewicz, 1994).

midor de los productos lácteos y de la leche al productor (véase la gráfica 5). Si el precio al consumidor de los lácteos bajó en términos reales desde 1982, desde 1994 sigue aproximadamente la misma evolución que el índice general de precios; sin embargo, en los últimos veinte años el precio de la leche que se paga al productor perdió la mitad de su valor en términos reales.

GRÁFICA 5  
EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES DEL PRECIO REAL DE LA LECHE AL PRODUCTOR Y PRODUCTOS LÁCTEOS AL CONSUMIDOR (1982-2006)



FUENTE: elaboración propia con datos del índice de precios de la FAOSTAT (2007), y la base de datos del Banco de México (2006).

El dualismo que la evolución de la demanda y el surgimiento de los supermercados ha creado en el sector de los industriales lácteos tiene también repercusiones para los productores de leche. El sector artesanal de la transformación resistió el cambio debido a que tiene acceso a una materia prima de costo reducido y a que sus ventas están en el sector tradicional de la distribución, redes locales y centrales de abasto de las ciudades cercanas. Sin embargo, no agrega mucho valor a la leche que procesa y sus oportunidades de ascenso son muy reducidas al no contar con un mercado diná-

mico. Sus oportunidades de desarrollo, así como de los productores que los proveen son, por lo tanto, escasas. Por otra parte, las grandes empresas de productos lácteos tienen acceso a los mercados más dinámicos, los supermercados, pero han tenido que cumplir con las exigencias que éstos imponen: productos diversificados de mayor calidad y a bajo costo. Ello se ha traducido en que los industriales demandan leche de mejor calidad y a menor precio. Una posibilidad para obtenerla fue recurrir a las importaciones de leche en polvo, facilitadas por la apertura comercial iniciada en los años ochenta; otra fue abastecerse de las regiones del país con costos de producción bajos, por ejemplo de la lechería familiar del centro del país, o también de los sistemas “doble propósito” del trópico. En el sureste mexicano los sistemas de doble propósito, que se fundamentan en un uso extensivo de la tierra, pocos insumos y mano de obra, y muy poco capital, registran los costos de producción más bajos.

No obstante, el desafío del acopio en estas zonas consiste en lograr manejar eficientes sistemas de recolección sin elevar los costos de transacción, y obtener una calidad suficiente para poder llevar a cabo la estrategia de diferenciación de productos. Para lograr el éxito, las industrias de productos lácteos han buscado inmiscuirse en los sistemas de producción e imponer medidas tales como el enfriamiento de la leche (Cervantes *et al.*, 2002; Farina *et al.*, 2005). Sin embargo, en el contexto de retiro del Estado en el apoyo a la producción, resulta necesario analizar qué efecto tuvieron estas exigencias de la industria sobre los productores. Los resultados de un estudio a profundidad realizado en la región sur del estado de Veracruz proporcionan algunos elementos de respuesta.

#### EL IMPULSO DE LA INDUSTRIA A LA ESPECIALIZACIÓN LECHERA EN LA REGIÓN SUR DEL ESTADO DE VERACRUZ

##### *Metodología de investigación*

En 2004 y 2007 se llevó a cabo una investigación en los municipios de Playa Vicente y Villa Isla, en la región sur del estado de Veracruz, cuyo propósito era analizar la dinámica de la lechería en la zona e identificar los diferentes sistemas de producción. En un periodo de seis meses, repartidos sobre 2004 y 2007, se realizaron 140 entrevistas extensivas con productores lecheros para recolectar información histórica, técnica y económica. Además, se entre-

vistaron informantes clave como agentes municipales, proveedores de insumos, acopiadores de leche y técnicos de las diferentes instituciones presentes en la zona. Los dos municipios considerados se ubican en las tierras tropicales del estado y cuentan con una extensión de más de 2 800 kilómetros cuadrados. La producción anual de leche de la zona se estima en 27 millones de litros, lo que representa cuatro por ciento de la producción del estado de Veracruz; el sistema de producción es el de doble propósito y tradicionalmente se dedica tanto a la producción de leche como de carne. Si bien el gobierno desempeñó hasta los años ochenta un papel importante en la orientación del desarrollo agrícola de la zona, proporcionando apoyo a las actividades ganaderas en particular, sus intervenciones disminuyeron posteriormente. Sin embargo, en los últimos años se ha registrado una progresiva especialización de la ganadería hacia la producción de leche, en la cual una empresa multinacional (que a partir de ahora designaremos “empresa lechera”) ha desempeñado un papel muy importante.

*El papel histórico del Estado y de la empresa  
procesadora de leche*

La colonización de la región tropical de Veracruz es un hecho relativamente reciente, propiciado por el gobierno central en la primera mitad del siglo XX para aliviar la presión sobre la tierra en otras partes del país. Con el tiempo, la ganadería bovina se impuso rápidamente como la actividad más adecuada para los suelos tropicales de la región. Conforme iba aumentando el tamaño de los hatos, se estableció una red de compradores de leche, conformada por productores artesanales de queso y centros de acopio de la “empresa lechera”, recién llegada a México, y que estableció una planta deshidratadora en el centro del estado de Veracruz.

En los años sesenta y setenta, el gobierno inició una política de fuertes apoyos al sector agropecuario para lograr la autosuficiencia en un mercado doméstico en fuerte expansión debido al rápido crecimiento de la población. A través de instituciones públicas, el gobierno otorgaba créditos para infraestructura y ganado, y proporcionaba insumos a los productores, como semillas y fertilizantes. Estos apoyos subsidiaron fuertemente los insumos agrícolas, logrando una disminución de dos terceras partes de su precio en términos reales entre 1965 y 1990 (Cochet, 1993). Para mejorar la productividad de la actividad lechera, se creó en 1962 el Instituto



Nacional de la Leche, que brindaba asesoramiento técnico a los productores.

La regulación pública del mercado se profundizó en 1974 con el control del precio de la leche al productor, fijado en un nivel para favorecer la producción y la integración con la industria procesadora de leche. La empresa gubernamental Liconsa empezó a acopiar leche en la zona de Playa Vicente e Isla en esa época. Las medidas de apoyo directo a la producción se acompañaron de una política de mejoramiento de la infraestructura vial, lo que facilitó el acopio de la leche por parte de los industriales y, por lo tanto, incentivó la orientación lechera de la región, generando salidas para la producción que anteriormente se destinaba al autoconsumo. La “empresa lechera” acompañó el desarrollo de la ganadería mixta, posicionándose como principal comprador de leche de la zona. Desde entonces, la recolección se hacía todos los días, mediante camiones que pasaban por los establos después del ordeño y luego llevaban la leche a un depósito regional donde se enfriaba.

La década de los ochenta se caracterizó en el trópico veracruzano, como en todo el país, por una disminución de los apoyos del gobierno al sector agrícola, a raíz de la crisis del peso en 1982 y el progresivo cambio de paradigma económico. Muchos establecimientos bancarios quebraron por la fuerte inflación registrada, lo que generalizó el uso de tasas de interés variables. Los créditos otorgados por Banrural a los ganaderos de la zona mermaron, mientras que la nueva institución dedicada al financiamiento del sector agrícola, el Fideicomiso Instituido en Relación con la Agricultura (FIRA), reorientó sus apoyos a los productores de granos o de cultivos de exportación: entre 1990 y 1999, el total de los créditos distribuidos por FIRA disminuyó 37 por ciento en términos reales, y la proporción de los que se destinaban a los ganaderos se redujo de 43 a 19 por ciento (Mariscal *et al.*, 2004:93). Además, los financiamientos descontados por FIRA en la zona se destinaron, en su mayoría, a equipamiento para productores grandes. En la práctica, las fuentes de crédito accesibles para los productores familiares se agotaron en los años noventa, algunos años después de que se acabara el programa de compra de leche por Liconsa y los subsidios a los insumos.

En este contexto de retiro del Estado en la orientación del desarrollo de la zona de Playa Vicente-Villa Isla, la “empresa lechera” empezó a desempeñar un papel cada vez más importante, incentivada por el crecimiento del consumo de leche en el país. Frente al vacío institucional dejado por el gobierno en el campo, la empre-

sa inició una serie de contactos con los proveedores de insumos agrícolas para brindar ella misma estos productos. En ese sentido, la “empresa lechera” facilitó a los productores el acceso a equipamiento e insumos en un momento de escasez del crédito por parte de las instituciones públicas o privadas. Les entregaba a crédito los bienes que necesitaban y luego los descontaba progresivamente del pago de la leche. Este sistema presentaba la ventaja de esquivar el obstáculo de la falta de garantía por parte de los productores. Además de proporcionar insumos y equipamiento, empezó a brindar asistencia técnica en colaboración con los técnicos de las empresas proveedoras de insumos, sobre el uso adecuado de los insumos y manejo del hato lechero, a fin de mejorar la productividad de los hatos. Poco a poco, la “empresa lechera” presionó para que los productores acentuaran su orientación lechera, a través de la introducción de razas especializadas y el mejoramiento genético de los animales, el uso generalizado de pastos mejorados, más resistentes a la sequía, o la reducción del periodo interpartos mediante el uso de alimentos concentrados y un mejor seguimiento del hato.

En 1996-1997, la multinacional cambió su forma de recolectar la leche. En vez de pasar establo por establo cada día, primero promovió y luego impuso la adquisición de termos refrigerados por parte de los productores organizados en grupo. La empresa apoyó la inversión mediante créditos que otorgó a los ganaderos. Este proceso permitió a la “empresa lechera” transferir el costo del enfriamiento a los productores y reducir considerablemente sus costos de transporte. Promovió la mejora en la calidad de la leche a través de un sistema de premios y castigos económicos, al otorgar primas por enfriamiento, contenido de grasa y fidelidad de los productores. En 2003 estas primas constituyeron alrededor de 25 por ciento del precio por litro pagado a los ganaderos.

Recientemente, la “empresa lechera” expresó la necesidad de que todos los productores tuvieran su propio tanque de enfriamiento para aumentar la calidad de la leche, tal como ocurrió en otras regiones del país (Cervantes Escoto *et al.*, 2002). La “empresa lechera” promueve la modernización ofreciendo otra vez créditos para la compra del tanque y para la adquisición de una máquina ordeñadora o la construcción de una sala de ordeño fija, lo que reduce los riesgos de contaminación durante el ordeño, al mismo tiempo que aumenta la productividad del trabajo. En la actualidad, la empresa todavía no impone el uso obligado de tanques individuales, pero lo que se observa es que en los lugares donde los grupos se desintegraron, algunos sí realizaron la inversión requerida, mien-

tras que otros dejaron de entregar su leche a la “empresa lechera”, o lo siguen haciendo a través de aquellos que tienen tanque individual, convirtiéndose estos últimos en intermediarios. Los datos recolectados indican una fuerte disminución del número de productores de leche que entregan su producto a la “empresa lechera” entre 2000 y 2007 (véase el cuadro 1).

CUADRO 1  
REPARTICIÓN DE LOS PRODUCTORES POR COMPRADORES DE LECHE  
EN LA ZONA DE PLAYA VICENTE Y VILLA ISLA

	2000	2004	2007
“Empresa lechera”	78.7	50.0	28.6
Queseros	19.7	41.3	64.3
Otro	1.6	8.8	8.3
Total	100.0	100.0	100.0

FUENTE: elaboración propia con datos de campo.

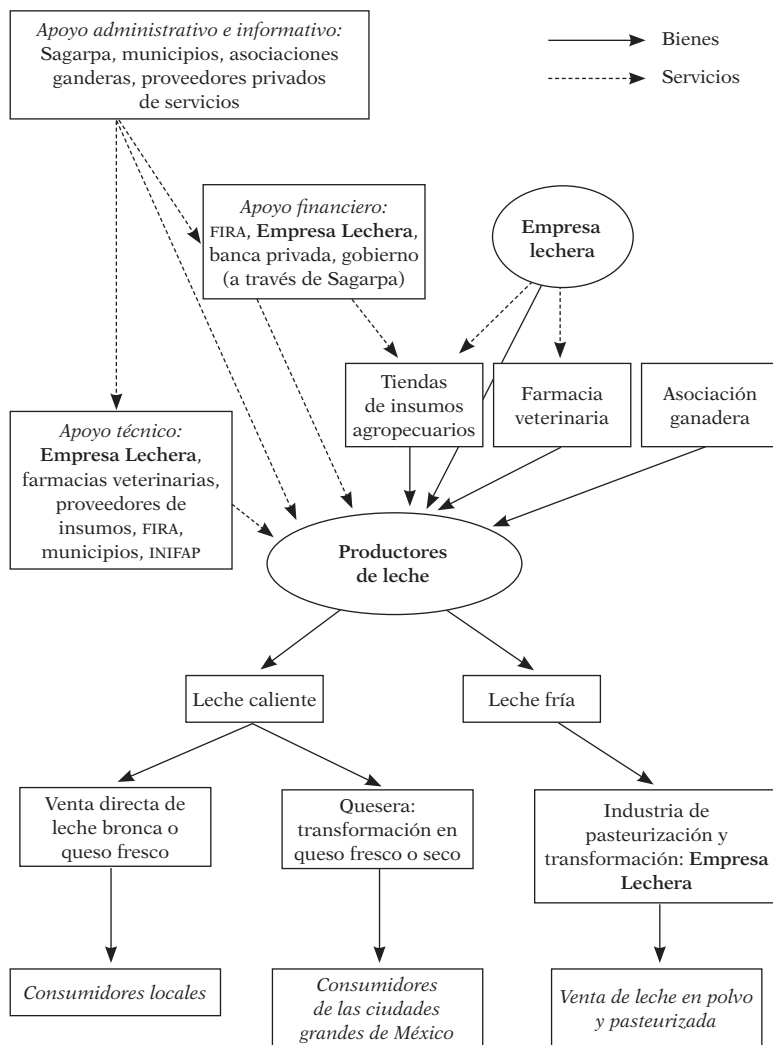
Al final la “empresa lechera” es una entidad omnipresente para los ganaderos, tanto en la compra de la leche, como en el suministro de insumos y apoyos técnicos, como se observa en la gráfica 6, que representa la cadena de producción y comercialización en la zona de Playa Vicente-Villa Isla.

#### *Oportunidades y riesgos para los productores*

En la especialización lechera de la zona de Playa Vicente-Villa Isla, la “empresa lechera” tuvo una influencia innegable. Intervino no sólo en los sistemas de producción sino en toda la economía agrícola de la zona, ya que en su calidad de primer comprador de leche, tiene poder para establecer los precios, y esto repercute en todos los actores, tanto los que pertenecen a su esquema de captación, como en los demás productores y compradores —principalmente queseros— de la zona.

Las prácticas de la “empresa lechera” tuvieron un efecto positivo para los productores al beneficiarlos con facilidades de acceso al crédito. En el contexto de escasez de fondos de los años ochenta y hasta la actualidad, la transnacional “empresa lechera” sustituyó al gobierno en el papel de financiar la modernización de los hatos

GRÁFICA 6  
 OMNIPRESENCIA DE LA “EMPRESA LECHERA”  
 EN LA ORGANIZACIÓN DE LA CADENA LECHERA EN LOS MUNICIPIOS  
 DE PLAYA VICENTE Y VILLA E ISLA, VERACRUZ



FUENTE: elaboración propia.

y el desarrollo de la ganadería lechera de la zona. Esa forma de descontar los créditos pidiendo como única garantía la fidelidad en las entregas, fomentó el uso de préstamos. Por su lado, la empresa tenía confianza en las entregas en razón del casi monopsonio que ejercía en la compra de la leche en la región. Otra explicación importante de la fidelidad de los productores es la regularidad de los pagos por parte de la transnacional. Para los productores familiares la certeza de que recibirán su pago en el momento previsto es muy importante, ya que viven en estado de vulnerabilidad económica avanzada y tienen una fuerte aversión al riesgo. Los pagos seguros de la “empresa lechera” contrastan con las prácticas de los demás compradores, que suelen aplazarlos o rechazar la leche en época de abundancia. La “empresa lechera” desempeñó también un papel muy importante junto con otras instituciones públicas o privadas, con las cuales estaba asociada en la difusión de innovaciones y técnicas mejoradas de ganadería lechera. En la actualidad, tiene centros demostrativos en la zona, donde promueve las últimas innovaciones destinadas a mejorar la productividad de los hatos y la calidad de la leche, como el ordeño mecánico o el uso de la inseminación artificial.

Sin embargo, la omnipresencia y las condiciones cada vez más estrictas para la entrega de la leche también tuvieron repercusiones negativas para los productores de la región en estudio. La costumbre de recurrir a los créditos para el financiamiento de las actividades ganaderas, como compra de alimento o de productos veterinarios, generó una dependencia hacia la empresa. Los productores compran los insumos que luego se van descontando de los pagos por la leche, con lo que se reducen los importes. La falta de liquidez, característica de los pequeños sistemas de producción familiar, incita a los productores a seguir comprando a través de la misma empresa, a pesar de que aplique precios más altos o una tasa de interés a menudo desconocida por los ganaderos.

No obstante, el efecto negativo más importante fue reemplazar, poco a poco, el versátil proceso de agrupación de los productores, a través de incentivos para la individualización. Si el argumento adelantado era recibir una leche de mejor calidad, no cabe duda de que la intención incluía también recortar los costos de acopio y seleccionar a los productores más eficientes. La posición de la “empresa lechera” le permitió imponer ciertos cambios en los sistemas de producción de sus proveedores, apuntando a un mejoramiento de la productividad y la calidad, mientras controlaba el precio de compra de la leche, para finalmente quedarse con los benefi-

cios del aumento de productividad y la disminución de costos de transporte. En cierta forma la “empresa lechera” realizó un verdadero despojo de los beneficios del mejoramiento de la productividad del trabajo realizado por los productores de leche de la zona.

Por otro lado, en el proceso de agrupación de los ganaderos y más aún en el actual movimiento de individualización, se quedaron excluidos muchos, todos aquellos que no pudieron realizar las inversiones exigidas por falta de recursos económicos o de capital humano. La investigación en la zona muestra claramente que los productores que aún entregan su leche a la “empresa lechera”, de forma individual o a través de los tanques colectivos, tienen una producción anual superior a la de los que se salieron de este esquema de abastecimiento (véase el cuadro 2).

CUADRO 2  
REPARTICIÓN POR COMPRADOR Y PRODUCCIÓN PROMEDIO  
EN 2007 DE LOS PRODUCTORES QUE ENTREGABAN SU LECHE  
A LA “EMPRESA LECHERA” (2000)

	<i>Comprador de leche en 2000 %</i>	<i>Comprador de leche en 2007 %</i>	<i>Producción anual promedio</i>
“Empresa lechera”	100	44	45 460 L
Queseros	0	48	32 460 L
Otro	0	2	26 600 L
Total	100	100	38 170 L

FUENTE: elaboración propia con datos de campo.

La generalización de los tanques individuales podría intensificar el fenómeno. La inversión en un tanque de enfriamiento individual requiere una cierta escala de producción para amortiguar costos —alrededor de 250 litros diarios, equivalente a tener 60 hectáreas en pastoreo para el ganado— lo que implica la exclusión de los pequeños productores de esta innovación y del consecuente mejoramiento de la calidad. Éstos regresan al sector informal, con la inseguridad económica que lo caracteriza, y son excluidos de la dinámica de la cadena constituida por la industria de productos lácteos y los supermercados. El desarrollo impulsado por la “empresa lechera” a través de los apoyos que brinda a los productores de la

región está, por lo tanto, destinado a cierta parte de ellos, es decir, a los más productivos. Se trató entonces de un proceso de desarrollo excluyente; se buscó mejorar la productividad de la actividad lechera en la zona, así como la calidad, para disponer de un mejor producto a menor costo, sin embargo, esto implicó dejar a un lado a los productores que no pudieron realizar el salto en calidad o en la inversión requerida. Por ende, la transnacional ha fomentado el desarrollo pero sólo de cierta parte de los productores de leche de la región.

Por lo general, las empresas procesadoras de alimentos buscan incluir a pequeños productores en su esquema de proveedores sólo cuando los grandes productores son pocos, o cuando los costos de transacción inducidos no son prohibitivos; en caso contrario actúan para resolver las fallas existentes en el mercado (Reardon y Timmer, 2005), como puede ser la falta de crédito, o costos de transacción elevados. Evidentemente, la “empresa lechera” apoyó a los productores porque correspondía a su propio interés y tenía un incentivo para hacerlo. Necesitaba conseguir leche de calidad a precio reducido para poder responder a la evolución de la demanda hacia productos diversificados y de mayor valor agregado, y para lograrlo tuvo que corregir algunas fallas de mercado, como la ausencia de instituciones de crédito, o de programas de asistencia técnica. En un contexto de mercado cautivo y de ausencia de intervenciones por parte del gobierno hacia el sector productivo, llevó a cabo un proceso de selección de sus proveedores, del cual resultaron excluidos los más pequeños y vulnerables, que no pudieron cumplir con los requisitos de calidad y/o productividad. La “empresa lechera” impulsó el desarrollo de la zona, pero en la dirección que le convenía para servir a sus propios intereses, en detrimento de los productores menos competitivos y aprovechando la asimetría de información y de poder de que dispone.

## CONCLUSIONES

El espacio que ocupan los supermercados en la venta de productos alimenticios al detalle en México ha crecido y sigue creciendo, acompañando la evolución de los patrones de consumo en el país. En el caso de los productos lácteos, la demanda se orientó hacia productos más diversificados, de mejor calidad y menor precio. En el sector de los supermercados, las cuatro cadenas más importantes concentran 90 por ciento de las ventas. El segmento de la

industria procesadora de la leche se caracteriza también por una fuerte concentración, aunque menor: 19 empresas son responsables de la producción de 80 por ciento de la leche procesada y derivados lácteos. Lo anterior resulta en un mayor poder de negociación y el liderazgo de los supermercados en la evolución de la cadena. La industria ha respondido a las exigencias de los consumidores y los supermercados ofreciendo una gama más amplia de productos, lo que también ha aprovechado para diversificar sus ventas y aumentar el valor agregado de sus actividades. Sin embargo, debido a que la dura competencia entre los supermercados los llevó a ejercer fuertes presiones sobre sus proveedores para que mantengan bajos los precios, la empresa requirió para acompañar esta evolución la demanda de una materia prima de mayor calidad a precio reducido.

Para afrontar este reto, los industriales de la leche tuvieron que buscar nuevas fuentes del líquido a bajo precio, o ampliar las que ya tenían. En México, la ganadería tropical tiene ventajas en cuanto a costos para la producción de leche, además de tener un fuerte potencial de crecimiento. Por lo tanto, desde muy temprano algunos industriales buscaron establecer su acopio en estas zonas, como lo muestra la historia de la región de los municipios de Playa Vicente y Villa Isla. Sin embargo, la producción era muy poco tecnificada, la calidad no era suficiente y la ganadería mexicana de doble propósito se caracterizaba por contar con pequeños productores desorganizados. Además, desde los años ochenta el Estado ha disminuido sus intervenciones en el campo mexicano. Confrontados con la ausencia de una política de apoyo por parte del gobierno, en un ámbito de inexistencia de normas de calidad, o de su incumplimiento, de falta de asistencia técnica, y de acceso al crédito para los productores, los industriales tuvieron que implementar sus propias medidas para elevar la productividad y calidad. Como a menudo estas empresas se encuentran casi en situación de monopsonio frente a los pequeños productores de leche abandonados por el Estado, disponen de un poder de negociación tan importante que han podido imponer la orientación que más les convenía para el desarrollo de la actividad lechera.

Uno de los resultados más destacables, como lo muestra el ejemplo de las intervenciones de la “empresa lechera” en la zona estudiada, fue la exclusión de los productores menos competitivos o demasiado pequeños para realizar las nuevas inversiones exigidas y cumplir con los requisitos de calidad. Entonces ocurrió un fenómeno de desplazamiento de los pequeños ganaderos. Los excluidos



destinan su leche a los procesadores locales, en su mayoría informales que, al no tener una producción diferenciada, no presentan perspectivas de desarrollo importantes, en comparación con el dinamismo que muestran los productos vendidos en los supermercados. Por su parte, los productores que se quedaron en el esquema de producción para la industria enfrentan condiciones cada vez más estrictas, pero siguen integrados al mercado de los supermercados, que tiene mejores perspectivas de crecimiento. Han invertido en infraestructura productiva, lo que les ha permitido aumentar la calidad del producto, la escala de producción y la productividad de su trabajo. Sin embargo, la liberalización del mercado de la leche y el monopsonio de compra de los industriales les permitió transferir a los productores la presión que tenían por diversificar productos sin aumentar precios. Mantuvieron el precio de compra de la leche en un bajo nivel y, por lo tanto, despojaron a los productores de los beneficios derivados del mejoramiento de la productividad de su trabajo (gracias a la incorporación de tecnología) y ejercieron una fuerte presión sobre los ingresos familiares.

En fin, abastecer a los supermercados constituye para las empresas procesadoras de la leche una mejor opción, a pesar de las exigencias específicas que imponen en cuanto a calidad, diversificación de productos y volumen de entregas, ya que constituyen socios comerciales seguros. La inclusión en estos mercados dinámicos debería significar para el ganadero lechero una mayor remuneración por su producto, en virtud del esfuerzo realizado para mejorar la calidad, pero si son los industriales quienes fijan las reglas de inclusión, entonces acapararán los beneficios de ella.

La evolución que suscitaron los supermercados en las industrias procesadoras de la leche debió haberse constituido en una oportunidad de desarrollo para todos los ganaderos, si los beneficios del mejoramiento de la calidad y productividad del trabajo hubiesen sido mejor repartidos entre industriales y productores. En el caso estudiado, esta situación no se dio, debido sobre todo a la atomización de la oferta, a la poca organización de los productores y a que la empresa procesadora dominante en la zona aprovechó la poca intervención del gobierno en la cadena de leche para imponer sus condiciones a los productores. Ello resultó en la exclusión de muchos, con beneficios reducidos para los que se quedaron.

La liberalización de las inversiones extranjeras que permitió a las cadenas de supermercados implantarse en México en los años noventa, el retiro del gobierno en la organización de la cadena y la

disminución de los apoyos a los productores dejó a estos últimos sin defensa frente a los nuevos actores. Una adecuada política de acompañamiento a los productores les debería haber proporcionado el capital humano y la organización, requeridos para negociar con los industriales, el asesoramiento técnico, y el crédito necesario para mejorar la producción, la calidad de la leche, y sus sistemas de información sobre mercados para reducir la asimetría de información. En lugar de ello, el gobierno dejó que fueran las propias empresas procesadoras de la leche las que resolvieran las fallas de mercado que les provocaban costos de transacción elevados, pero siempre en su propio beneficio y a costa de los ganaderos lecheros.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ANTAD (2006), *Informe anual*, México, Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales.
- BANCO DE INFORMACIÓN ECONÓMICA (2007), en la página del INEGI, <<http://dgcnesyp.inegi.org.mx/bdiesi/bdie.html>>.
- BANCO DE MÉXICO (BM) (2007), Serie de Índice de Precios, estadísticas en línea, en <<http://www.banxico.org.mx/tipo/estadisticas/index.html>>.
- BERDEGUÉ, J. A., F. BALSEVICH, L. FLORES y T. REARDON (2005), "Central American Supermarkets' Private Standards of Quality and Safety in Procurement of Fresh Fruits and Vegetables", en *Food Policy*, vol. 30, núm. 3, pp. 254-269.
- CASTRO, C. J., G. SÁNCHEZ, L. F. IRUEGAS y G. SAUCEDO (2001), "Tendencias y oportunidades de desarrollo de la red leche en México", en *Boletín Informativo 33*, México, FIRA.
- CEPAL, (2000), "La inversión extranjera en América Latina y el Caribe", en *Informe 1999*, Santiago de Chile, CEPAL.
- CERVANTES, ESCOTO *et al.* (2002), "El proceso de desintegración de grupos lecheros en la región de los Altos de Jalisco, México. Contradicciones y tendencias", en *Sociedades Rurales, Producción y Medio Ambiente*, vol. 3, núm. 2, pp. 23-37.
- COCHET, H. (1993), *Des barbelés dans la Sierra. Origines et transformations d'un système agraire au Mexique*, París, ORSTOM.
- CONFEDERACIÓN NACIONAL DE ORGANIZACIONES GANADERAS (CNG) (2006), en *Información Económica Ocuaria*, núm. 15, México, CNG.
- CHAVEZ, M. (2002), "The Transformation of Mexican Retailing with NAFTA", en *Development Policy Review*, vol. 20, núm. 4, pp. 503-513.

- DUSSEL, E. (2000), *La inversión extranjera en México*, núm. 80, Santiago de Chile, CEPAL, Serie Desarrollo Productivo.
- FAIGUENBAUM, S., J. A. BERDEGUÉ y T. REARDON (2002), "The Rapid Rise of Supermarkets in Chile: Effects on Dairy, Vegetable, and Beef Chains", en *Development Policy Review*, vol. 20, núm. 4, pp. 459-471.
- FAO, (2007), *FAOSTAT*, en <<http://faostat.fao.org/default.aspx>>, consultado en octubre 2007.
- FARINA, E. M. M. Q., G. E. GUTMAN, P. J. LAVARELLO, R. NUNES y T. REARDON, (2005), "Private and Public Milk Standards in Argentina and Brazil", en *Food Policy*, vol. 30, núm. 3, pp. 302-315.
- GEREFFI, G. y M. KORZENIEWICZ, (1994), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Wesport, Greenwood Press.
- GRAHAM, E. M. y E. WADA, (2000), "Domestic Reform, Trade and Investment Liberalisation, Financial Crisis, and Foreign Direct Investment into Mexico", en *The World Economy*, vol. 23, núm. 6, pp. 777-797.
- GUTMAN, G. E. (2002), "Impact of the Rapid Rise of Supermarkets on Dairy Products Systems in Argentina", en *Development Policy Review*, vol. 20, núm. 4, pp. 409-427.
- HERNÁNDEZ, R., T. REARDON y J. A. BERDEGUÉ (2007), "Supermarkets, Wholesalers, and Tomato Growers in Guatemala", en *Agricultural Economics*, vol. 36, núm. 3, pp. 281-290.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (2006), "El sector alimentario en México".
- \_\_\_\_\_ (2007), Encuesta industrial mensual, Aguascalientes, INEGI, mayo de 2007.
- INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTE-RREY (ITESM) (2007), *Evaluación externa de resultados del Programa de Adquisición de Leche Nacional*, México, Liconsa.
- MARISCAL, V., H. ESTRELLA, A. RUIZ, M. SAGARNAGA, J. M. SALAS y M. GONZÁLEZ (2004), *La cadena productiva de bovinos lecheros y el TLCAN*, Guadalajara, Universidad Autónoma Chapingo.
- MYHRE, D. (1998), "The Achilles' Heel of the Reforms: The Rural Finance System", en Wayne A. Cornelius y David Myhre (coords.), *The Transformation of Rural Mexico: Reforming the Ejido Sector*, San Diego, Center for US-Mexico Studies-University of California.
- PACIFIC ECONOMIC COOPERATION COUNCIL (PECC) (2005), *A Revolution in Food Retailing, Pacific Food System Outlook 2005-2006*, Singapore, PECC.

- REARDON, T. (2004), *The Rise of Supermarkets in Mexico: Implications for Rural Development Strategy*, Washington, DC, USAID.
- \_\_\_\_\_ y J. A. BERDEGUÉ (2002), “The Rapid Rise of Supermarkets in Latin America: Challenges and Opportunities for Development”, en *Development Policy Review*, vol. 20, núm. 4, pp. 371-388.
- \_\_\_\_\_, J. A. BERDEGUÉ y C. P. TIMMER, (2005), “Supermarketization of the Emerging Markets of the Pacific Rim: Development and Trade Implications”, en *Journal of Food Distribution Research*, vol. 36, núm. 1, pp. 3-12.
- \_\_\_\_\_ y C. P. TIMMER, (2005), “Transformation of Markets for Agricultural Output in Developing Countries Since 1950: How Has Thinking Changed?”, en E. Robert y P. Pingali (eds.) (2007), *Handbook of Agricultural Economics: Agricultural Development: Farmers, Farm Production, and Farm Markets*, Holanda, Elsevier, pp. 2807-2855.
- SAGARPA-SIAP (2007), *Boletín de Leche, enero-marzo 2007*, México, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera.
- SCHWENTESIUS, R. y M. A. GÓMEZ, (2006), “Supermercados y pequeños productores hortofrutícolas en México”, en *Comercio Exterior*, vol. 56, núm. 3, pp. 205-218.
- SECRETARÍA DE ECONOMÍA (SE) (2007), “Estadística de los flujos de inversión extranjera”, en <<http://www.economia.gob.mx/?p=1156>>, México, Dirección General de Inversión Extranjera.
- YUNEZ-NAUDE, A. (2003), “The Dismantling of CONASUPO, a Mexican State Trader in Agriculture”, en *World Economy*, vol. 26, núm. 1, pp. 97-122.

# SISTEMA DE INNOVACIÓN EN LA AGROINDUSTRIA DE LOS QUESOS EN MÉXICO. CAPACIDADES Y DESARROLLO LOCAL EN LA REGIÓN DE COTIJA\*

*María del Carmen del Valle Rivera\*\**

## RESUMEN

El propósito de este trabajo es caracterizar y analizar el sistema de innovación tecnológica en la agroindustria de quesos, en el marco de los desafíos que se plantean en el transcurso de los procesos de globalización y desarrollo local en México. La tarea consiste en identificar los efectos de la trayectoria tecnológica en un territorio dado, en tanto creación y aprovechamiento de capacidades y de los límites que marcan las condiciones sociales e institucionales en la trayectoria tecnológica para el desarrollo, así como analizar las interacciones que se dan entre los actores. El estudio se propone explicar dichos procesos con apoyo en un eje conceptual: el Sistema Nacional de Innovación (SNI) y los resultados de la investigación empírica en las últimas dos décadas. Se elige este concepto como herramienta para explicar el comportamiento competitivo de la agroindustria, aunado al ambiente institucional y la acción organizada de la sociedad en esta actividad. Se presenta un estudio de caso en el que se da cuenta de las capacidades tecnológicas endógenas como factores de desarrollo en el nivel local, así como la interacción de varios actores locales en ese esfuerzo.

\* Este trabajo se apoya en la investigación realizada en el marco del Proyecto Sistema Nacional de Innovación y Competitividad de la industria manufacturera en México, auspiciada por la Dirección General de Asuntos del Personal Académico de la Universidad Nacional Autónoma de México. La autora agradece el apoyo de Laura Flores en la actualización de datos para este trabajo.

\*\* Investigadora Titular C del Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. Correo electrónico: <delvalle@servidor.unam.mx>.

## INTRODUCCIÓN

El nuevo contexto institucional en el que se encuentra la economía mexicana —a partir del agotamiento del modelo de industrialización por sustitución de importaciones— tiene una fuerte influencia del proceso de globalización en los mercados mundiales. La estrategia de crecimiento que se aplica desde hace 30 años se caracteriza por una política de apertura comercial y la puesta en marcha de acuerdos de orden internacional (multilaterales y comerciales, especialmente el Tratado de Libre Comercio de América del Norte) de gran peso en la definición del rumbo de las políticas de orden nacional. Como resultado de esas medidas, en México se reducen las barreras arancelarias a las importaciones provenientes de Estados Unidos y Canadá, al mismo tiempo que las aumenta en sus importaciones de origen extrarregional, fortaleciendo su inserción en la región de América del Norte.

Por otra parte, en las condiciones de crisis de la economía mexicana en los años ochenta, se recurrió a políticas de ajuste y cambio estructural. Para la década de 1990 se inician reformas institucionales que influyen para dar mayor seguridad a la inversión (reforma al Artículo 27 Constitucional y Reglamento de la Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera). En el transcurso de esta primera década del siglo XXI, se destacan dos nuevas leyes en las que encontramos medidas para estimular el desarrollo rural y la actividad productiva con la incorporación de innovaciones tecnológicas (Ley de Ciencia y Tecnología [2002] y Ley de Desarrollo Rural Sustentable).

El propósito de este trabajo es caracterizar y analizar el sistema de innovación tecnológica en la agroindustria de quesos, en el marco de los desafíos que se plantean en el transcurso de los procesos de globalización y desarrollo local en México. La tarea consiste en identificar los efectos de la trayectoria tecnológica en un territorio dado, en tanto creación y aprovechamiento de capacidades, así como de los límites que marcan las condiciones sociales e institucionales en la trayectoria tecnológica para el desarrollo, incluyendo el análisis de las interacciones que se dan en esta relación. En el estudio se explican dichos procesos con apoyo de un eje conceptual: el Sistema Nacional de Innovación (SNI) y los resultados de investigación empírica en las últimas dos décadas. Se toma este concepto como una herramienta para explicar el comportamiento competitivo de la agroindustria, aunado al ambiente institucional y la acción organizada de la sociedad en esta activi-

dad. Asimismo, con el objeto de observar el sistema de innovación en un territorio localizado, se presenta un estudio de caso en el que se da cuenta de las capacidades tecnológicas endógenas como factores de desarrollo en el nivel local, en tanto la interacción de varios actores locales en ese esfuerzo.

El SNI es un concepto inacabado, particularmente para países en desarrollo; se desglosa considerando su estudio no sólo en el nivel nacional, sino también en otros espacios de aplicación, tales como el regional, el sectorial e incluso el local (Malerba, 2002; Lundvall, 2002). Para los fines de esta investigación, el concepto que se retoma es el de “sistema sectorial de innovación y producción” que ofrece una perspectiva multidimensional, integrada y dinámica de los sectores.<sup>1</sup>

Entendemos como “trayectoria tecnológica”,<sup>2</sup> natural o social, al proceso endógeno en que se expresa el ritmo y la naturaleza del cambio tecnológico. De acuerdo con Jorge Katz (1986), las “trayectorias naturales”<sup>3</sup> determinan los límites de libertad de la configuración técnica sobre la que va a girar la actividad de las empresas, es decir, se considera la estructura productiva y el ambiente institucional en el que se aplicará el modelo tecnológico. En esa perspectiva, la innovación se enmarca en el proceso de globalización y el desarrollo de tecnologías de información y comunicación en el que se dan estos comportamientos y hace necesario identificar las diferencias en las aplicaciones de las innovaciones entre naciones y su especificidad. Igualmente, se considera que una mirada estrictamente macroeconómica no siempre refleja a profundidad las relaciones entre los cambios productivos, tecnológicos e institucionales que ocurren en la sociedad, por ello el interés de presentar un estudio de caso.

<sup>1</sup> De acuerdo con Malerba (2002) “[...] un sistema sectorial de innovación y producción es un conjunto de productos nuevos y establecidos para usos específicos y el conjunto de agentes que llevan a cabo interacciones de mercado y fuera de mercado para la creación, producción y venta de dichos productos”.

<sup>2</sup> Según Dosi (1988), trayectoria tecnológica es el patrón de solución normal de los problemas dentro de un paradigma tecnológico. “Technical Change and Industrial Transformation”, cap. 2 de Dosi, Freeman, Nelson *et al.* (1988).

<sup>3</sup> La “trayectoria natural” es conceptualizada de acuerdo con Rosenberg como “el proceso de condicionamiento ex ante que ejerce todo el mundo mecánico, físico, etc., sobre la actividad de generación de nuevos conocimientos tecnológicos por parte de un dado establecimiento fabril” (citado en Katz, 1986:19).

En la descripción específica del proceso de incorporación sucesiva de innovaciones tecnológicas en la cadena agroindustrial de lácteos (particularmente la agroindustria de quesos), se entiende como “un conjunto de tecnologías genéricas, cuya trayectoria natural de innovación abarca un conjunto de innovaciones radicales interrelacionadas” (Nelson y Winter, citado por Pérez, 1986), el cual caracteriza al sistema tecnológico industrial que se estudie. Para los lácteos el “sistema tecnológico ganadero industrial” (Del Valle, 2000), que se ha denominado “Modelo Holstein” hace referencia al modelo de producción estabulado, basado en animales de esa raza, pues con ellos han logrado rendimientos elevados y regulares en el tiempo. Su integración a la industria y la estricta reglamentación por la que se rigen son condiciones que han favorecido hasta ahora al consumo masivo de leche y derivados.

El Modelo Holstein ha sido desarrollado industrialmente y difundido en escala comercial en Estados Unidos y se ha trasladado a otros países aunque de manera desigual (Vatin, 1990; Del Valle, 2000). En el caso de países semiindustrializados, la difusión del modelo ha requerido el apoyo en las políticas gubernamentales para estimular su aplicación en la actividad productiva, ya que la instrumentación del paquete tecnológico no siempre ha permitido reducir los costos. Hasta los años setenta, esta trayectoria mundial se manifestó en un auge. En este proceso han sido los movimientos internacionales de capitales los que expanden primero el modelo agroindustrial a países semiindustrializados a través de inversiones directas de empresas transnacionales, programas de desarrollo, fondos de contraparte y deuda externa (Arroyo, 1989; Reig, 1980), aunque no con los mismos resultados. Si bien se consiguen mayores rendimientos y mejoras en la calidad de la leche y los lácteos, como ya se ha mencionado, no siempre se logra abatir costos por el contexto socioeconómico y político del país a que se transfiere. Los beneficios también han estado determinados por las condiciones estructurales internas del país en el que se difunde y las estrategias de los actores, tanto las empresas, los productores primarios y sus organizaciones, como las políticas estatales (Del Valle, 2000).

En el comportamiento de la agroindustria se observa un proceso de cambio que genera inestabilidad en algunos países en desarrollo por su trayectoria tecnoeconómica vinculada con la solución socioinstitucional que en ellos se aplica, así como por el poder tecnológico de las empresas transnacionales. En el caso de México esta actividad comprende la producción de bienes industriales



vinculada al empleo de recursos naturales, lo cual determina su carácter estratégico para aprovechar recursos y capacidades para desarrollar la cadena productiva interna.

La conservación de la leche, manteniendo sus características nutricionales, ha dado lugar a la producción de quesos tradicionales, cuyo consumo es parte de la cultura de alimentación entre los mexicanos. Se producen al menos 28 tipos diferentes de quesos, la mayor parte artesanales, elaborados con leche natural o bronca (Villegas, 2003). Los hay también industrializados, elaborados con leche pasteurizada, en cuya evolución están involucrados avances tecnológicos provenientes de la industria química de la que se originan nuevos componentes para su elaboración; también de la industria de bienes de capital, equipo y embalaje.

La incorporación de nuevas tecnologías ha permitido que los procesos productivos en la transformación experimenten una generalización de procedimientos industriales mediante la estandarización de los procesos y la especialización e intensificación en la producción. La aplicación de desarrollos científicos en la industria de los productos lácteos, con innovaciones tecnológicas incorporadas en el equipo, como parte de un paquete tecnológico, provienen del avance en técnicas de conservación, envasado, producción en masa y elaboración continua, así como aquellas que tienen que ver con la separación y aislamiento de los elementos que componen la leche, e incluso su sustitución, las cuales han generado nuevos usos para esos elementos y también nuevos productos a partir de la reconstitución y recombinación de los mismos.

Los cambios en las técnicas biológicas, particularmente, tienen efectos socioeconómicos importantes. Es el caso del uso del cuajo, como coagulante para la elaboración del queso, que constituye el uso más antiguo de una enzima natural: la renina. Actualmente ésta se sustituye por una renina recombinante, de esta forma se rompe el vínculo con la materia prima natural procedente de la producción primaria. Sin embargo, el reemplazo de la reina por el empleo de esta nueva enzima que puede eliminar a las enzimas microbianas empleadas en la elaboración de quesos ofrece varias ventajas en la industria: los quesos que se producen tienen un mayor valor agregado y mejoran su calidad alimenticia; igualmente se elimina la dependencia de la renina natural, cuya producción es limitada (Quintero, 1993).

Los desarrollos en técnicas de proceso y de producto son modificados por el empleo de nuevos bienes intermedios, tales como las pastas para quesos, el uso de extensores e incluso la presentación

en nuevos empaques. Así, frente a la posibilidad de abarcar más mercados, las modificaciones se orientan hacia la producción de bienes diferenciados para mercados segmentados, entre ellas destacan las que responden a los requerimientos de calidad e inocuidad en la producción de los alimentos “funcionales”, los “light” y los “gourmet”. También para los productos de menor precio se tienen ciertas reglamentaciones mínimas, que no necesariamente se refieren a la conservación de las características nutritivas.

De esta forma, se ha conseguido evolucionar hacia una producción flexible y diversificada, tanto en la actividad primaria como en la secundaria, elevar los niveles de productividad, diferenciar la calidad y mantener la fluidez industrial (Vatin, 1990), incluso sin tener que recurrir a leche fresca como materia prima.

El desarrollo del Modelo Holstein ha favorecido el consumo masivo de leche y derivados, principalmente en los países de mayor desarrollo industrial, no sólo porque se benefician de los progresos con que cuentan en genética, manejo veterinario, química, mecanización, cadena de frío informática, entre otros, sino porque cuentan con un ambiente institucional que favorece, con apoyos, a la actividad agropecuaria. Los países industrializados que cuentan con una larga tradición de productores en quesos maduros protegen y fomentan esta actividad con la aplicación de ciertos instrumentos de diferenciación, como certificaciones de calidad, denominaciones de origen, registro de marcas, entre otros. Cuentan, además, con una base importante en el abasto de materia prima procedente del sector primario, actividad que favorecen con altos subsidios, y que permiten encadenamientos productivos internos.

En los países de economías vulnerables, no generadores de tecnología, como México, la aplicación del modelo se ha apoyado en políticas gubernamentales, con programas de fomento a la producción intensiva (Del Valle, 2000); no obstante, la apertura comercial neoliberal, la integración a la economía internacional, fundamentalmente en la región de América del Norte, y la elevación de los costos determinada para el desempeño de esta actividad han sido elementos que se convierten en barreras para entrar al mercado, por lo que los beneficios de este proceso se vinculan directamente a las grandes empresas transnacionales y nacionales, por su estrategia de integración y coordinación vertical con los productores del campo y por el acceso a la incorporación y uso de innovaciones tecnológicas. Así, la innovación se induce desde la industria y permite que sea ésta la que coordine también la actividad agropecuaria, es decir, todo el proceso agroindustrial. Del mismo modo,

el acceso al consumo de lácteos se presenta en mercados segmentados, definidos por el precio, por la funcionalidad y por la calidad de los bienes.

En un contexto más amplio, en el proceso de globalización-regionalización, las transformaciones en la actividad pecuario-industrial se expresan en que los procesos de producción y circulación de mercancías que se concentran, se centralizan y, al mismo tiempo, se dinamizan por la competitividad dentro y entre las regiones. Se confirma la dirección de las empresas transnacionales ahora con el carácter de empresas globalizadas, cuyo control se apoya en la superioridad tecnológica.

Una vez expuestos en esta introducción los conceptos y elementos metodológicos que sustentan la investigación, el segundo apartado describe y analiza el comportamiento de la actividad productiva del sector en estudio; el tercer apartado contiene un análisis de las políticas públicas que constituyen el ambiente institucional en el que se desenvuelve el sistema de innovación; mientras que el último aborda las instituciones de investigación superior y los centros de investigación, así como los cambios significativos en su intervención y, finalmente, algunas reflexiones a manera de conclusión.

### LA PRODUCCIÓN DE QUESOS EN MÉXICO

En el sistema de innovación de los quesos se observa la interrelación de varios actores en la producción primaria e industrial de lácteos, que tienen características específicas en lo referente a la difusión de innovaciones tecnológicas. Predomina la presencia de productos de bajo grado de elaboración pero de alto contenido tecnológico. La incorporación de tecnologías generadas en otros países permite la eficiencia y poco se apoya en capacidades locales.

#### *La agroindustria de los quesos*

En la industria, las grandes empresas nacionales propiedad de asociaciones de productores lecheros y cooperativas presentan un proceso claro de especialización en leches fluidas (pasteurizadas, ultrapasteurizadas, con diversas características), diversifican sus productos en quesos, yogures, crema, mantequilla e incluso algunos postres y dulces, con la aplicación de diversas técnicas de pro-

ceso y de producto, actividades en las que operan normas de calidad y se consiguen mejores rendimientos.

La agroindustria de quesos está comprendida en el complejo general de la industria láctea, la cual se constituye, a su vez, como uno de los primeros 28 complejos industriales existentes en la economía mexicana (Hernández Laos y Del Valle, 2000), caracterizado como una actividad industrial vinculada al aprovechamiento de productos primarios, relativamente poco intensiva en capital, con niveles poco acentuados de productividad y remuneraciones, y no obstante el amplio número de establecimientos en algunos productos, como los quesos, se caracteriza por una importante concentración industrial.

Su crecimiento en su carácter de productora de alimentos, se orienta hacia el mercado interno en productos de consumo final fundamentalmente, por lo que su comportamiento está estrechamente ligado al crecimiento de la población, y a los niveles medios de ingreso per cápita existentes, aunque hay que considerar que esta condición varía de acuerdo con la calidad de productos y marcas, especialmente en los casos de algunos quesos (maduros, tradicionales, de marca) y de otros productos lácteos. Recientemente, una parte de la industria se orienta al abastecimiento de bienes de consumo intermedio, a través de la producción de suero de leche, subproducto de la producción de queso, que tiene un costo bajo y se utiliza en la preparación de productos alimenticios, aunque insuficiente para satisfacer la demanda. También hay que señalar que en la industria se emplean bienes intermedios y extensores como materias primas de importación, con lo que se aporta al crecimiento de la rama industrial, desplegando una cadena productiva global-regional en detrimento de la cadena productiva endógena.

La industria láctea y, dentro de ella, la de quesos han tenido un crecimiento importante, a un ritmo mayor que la industria de alimentos, según se observa en la información proporcionada por el INEGI (Encuesta Industrial Mensual). Desde la apertura comercial de 1988 a 1993, la industria de alimentos presentó una tasa media de crecimiento anual (TMCA) de 4.7 por ciento, la de lácteos de 9.56 por ciento y la de quesos, crema y mantequilla de 6.53 por ciento. De 1994 a 2000, ya en el ejercicio del TLCAN la industria de alimentos observa una TMCA de 3.51 por ciento, mientras que la de lácteos es de 5.12 por ciento y la de quesos destaca en 7.44 por ciento, mayor aún que el ritmo de crecimiento en la leche pasteurizada.

Los tipos de quesos que registra el INEGI son amarillo, doble crema, fresco, tipo manchego, Chihuahua, Oaxaca y panela. La producción de todos ellos aumentó con la apertura comercial y particularmente con la operación del TLCAN, excepto en la producción del queso tipo manchego, que se redujo en más de la mitad de 1994 a la fecha. En lo que se refiere al valor de la producción en todos los tipos de queso presenta un aumento de importante consideración (INEGI, 2006).

Con la política de apertura y en especial con el TLCAN, se ha promovido la exportación de lácteos, aunque en una proporción todavía muy reducida. En el año 2002 llegó a 1.017 toneladas, sin embargo, su ritmo de crecimiento es alto ya que en 1996 el volumen de exportación era apenas de 151.5 toneladas (*Boletín de Leche*, SIAP/Sagarpa).

En el caso de los quesos, se observa un crecimiento de 133 por ciento en el número de establecimientos, según datos del censo industrial (*Boletín de Leche*, SIAP/Sagarpa). En los primeros cinco años de vigencia del TLCAN continúa en aumento el número de unidades productivas, aunque su crecimiento fue sólo de 31 por ciento. La misma fuente reporta que este mercado está constituido por 1.830 establecimientos grandes, pequeños y medianos; la mayor parte de la producción se obtiene de empresas cuyo capital es de origen extranjero: Nestlé (Nestlé-Chambourcy, empresa suiza); Kraft Foods de México, empresa de la Phillip Morris de capital estadounidense y Lácteos Finos de México, propiedad de New Zeland Dairy Board. Se observa un importante desarrollo en años recientes en las empresas propiedad de asociaciones de productores, como Lala y Alpura, las cuales diversifican su producción y particularmente elaboran variados tipos de quesos. Lala ha desarrollado estrategias de vinculación con empresas extranjeras y actualmente produce una gran variedad de quesos dirigidos al consumo gourmet, que se presentan en envases modernos; asimismo ha desplegado una estrategia de distribución que aumenta las ventas en estancillos, a los que les proporciona un refrigerador en el que se exhiben sus productos. La empresa Sigma Alimentos Lácteos, S.A de C.V., destaca con la producción de quesos para diferentes tipos de consumidores, según su ingreso. Por otra parte, se ha desarrollado un mercado de quesos frescos tradicionales para centrales de abasto y grandes mayoristas, en el que participan empresas nacionales como Chilchota y Chen, con amplia distribución principalmente por su bajo precio. Estas empresas también distribu-

yen sus productos en mercados para mexicanos que habitan en Estados Unidos, lo que se ha llamado el mercado de la nostalgia.

El proceso de concentración productiva de este alimento es significativo, se observa en las actividades más intensivas en capital y con mejor acceso a materias primas, ya sea de producción nacional o de importación. Se conforma, así, un mercado oligopólico de quesos, en concordancia con el de lácteos, en el que confluyen empresas transnacionales de capital predominantemente europeo y estadounidense en la elaboración de productos de mayor valor agregado y participan grandes empresas de capital nacional en la producción de quesos, crema y mantequilla. Estas empresas son líderes en pasteurización y envasado de leche.

Participan también en el mercado nacional, a partir de la apertura comercial, los quesos de importación, principalmente europeos y tipo europeos de consumo final y consumo intermedio como las pastas, principalmente provenientes de Uruguay (investigación directa y datos de informantes calificados). Con la aplicación del TLCAN, las importaciones de quesos provenientes de Estados Unidos tienen una mayor participación, favorecida por las negociaciones del tratado para la región, con respecto a las importaciones extrarregionales. En relación con la composición de las importaciones, las materias primas representan aproximadamente 70 por ciento del total (INEGI, 2006, cálculos propios).

Al mismo tiempo que inició la operación del TLCAN, se introdujeron al país firmas estadounidenses distribuidoras de variedades de quesos maduros y semimaduros, incluso cuentan con oficinas en el país para comercializar también otros productos extensores, tales como sueros de leche, caseínas, bases para helados, grasa butírica y otros ingredientes lácteos para la preparación de alimentos y elaboración de productos lácteos, con lo cual se recompone y consolida una mayor vinculación de la cadena de lácteos con el exterior y, particularmente, con Estados Unidos que continúa siendo el principal proveedor.

La industria de quesos emplea a 12 091 personas (entre obreros y empleados), 27 por ciento más que las ocupadas en 1994; sin embargo, hay que considerar que en ese año empezó a bajar la contratación de personal por la crisis. La recuperación ha sido lenta y desfavorable para los trabajadores, ya que el aumento en las remuneraciones en ese mismo periodo, ha sido sólo de 22 por ciento (INEGI, Censo Industrial y Encuesta industrial Mensual). De acuerdo con la investigación realizada en 2000 y 2003, en los años posteriores a 1995 se observa un aumento en la inversión en este sector

productivo, caracterizado por la compra de empresas medianas de capital nacional, empresas industrializadoras de la pararestatal Liconsa y la Parmalat en quiebra, que acentúan la concentración productiva. Estas inversiones provienen especialmente de las grandes empresas de capital europeo y una firma de capital estadounidense, aunque hay que destacar que también las grandes empresas de capital nacional participan en ese proceso aumentando su inversión, especialmente Lala que realiza una expansión con una estrategia de compras de empresas mexicanas y extranjeras.

Las grandes empresas invirtieron en nuevas plantas e incorporaron equipo automático, equipo manual, máquinas herramientas, otras herramientas de control numérico y en muy pocos casos, adquisición de robots aunque no muy avanzados. Los efectos de esas transacciones fueron: nuevos productos, mejoramiento de la calidad de la producción, cambios en los procesos productivos y diversificación de productos. Los aumentos en productividad por este concepto fueron bajos (ENESTYC, 1995-2001).

Las erogaciones en investigación y desarrollo, fundamentalmente han ido dirigidas a mejorar los procesos de producción y el diseño de nuevos productos y en la presentación del empaque. Son hechas particularmente por las empresas grandes del sector moderno (sólo 0.3 por ciento), [ENESTYC, 1995-2001] que gastan 1 por ciento de sus ingresos brutos por este concepto, lo que les permite posicionarse mejor en los mercados, a una gran distancia de los establecimientos medianos y pequeños en los que las proporciones han sido menores (0.9 por ciento y 0.5 por ciento respectivamente), en tanto que en los microestablecimientos el gasto es nulo. Asimismo, las empresas que invierten en investigación y desarrollo proporcionan capacitación formal a sus trabajadores. En las entrevistas realizadas a funcionarios de esas grandes empresas en 2000 y 2003, se confirmó este mismo comportamiento en las grandes empresas nacionales del ramo.

La industria ha promovido cambios en la organización del trabajo productivo, aplicando diversos tipos de modificaciones, dirigidas al incremento de tareas para cada trabajador, con mayor responsabilidad y con mayor autonomía. Con ello se incide en el incremento de la productividad, obtención de mayor calidad, mejoramiento del servicio al cliente y reducción de costos para la empresa. Poco más de la mitad de los establecimientos tuvo modificaciones en el empleo y una mayor parte de empresas redujo el número de personal ocupado. Aunque hubo también empresas que aumentaron su personal, las variaciones fueron en promedio de 1 por ciento en el

periodo de plena aplicación del TLCAN (Encuesta Industrial Mensual, 1994-2002).

La flexibilización de las relaciones laborales hasta 1995 no se reflejaba todavía en un aumento importante del número de trabajadores de carácter eventual, ya que éstos constituían sólo 5 por ciento de la plantilla; la mayor parte, 73 por ciento, eran trabajadores de planta y 22 por ciento, especialmente en la producción de crema y quesos artesanales, no recibía remuneración alguna. Según la ENESTYC, las empresas que contrataban personal eventual en 1995 se encontró que, en 80 por ciento de los casos, este tipo de contrataciones les aumentaba la productividad, y en diez por ciento les favorecía el ajuste de la plantilla, ante cambios en la demanda del producto. Persiste en la producción de quesos y crema artesanales de tipo familiar, la presencia de trabajadores sin remuneración. Pero, en los siguientes años, las modificaciones en la legislación laboral permiten cambios en la organización del trabajo y modificaciones en las formas de remuneración, incorporando bonos que vinculan la retribución con el desempeño, como los bonos de productividad, calidad, asistencia y/o puntualidad. Ello es la base de la mayor flexibilización laboral, lo que contribuye a favorecer la tendencia a la contratación de personal eventual en mayor proporción.

Los programas de mejoramiento de la calidad en las empresas de la industria láctea ganan prioridad en su aplicación. De acuerdo con los funcionarios de las empresas que fueron entrevistados, una elevada proporción de ellas lleva a cabo control de calidad —visual principalmente y a lo largo de todo el proceso productivo—; sólo la quinta parte aplica control de calidad por muestreo. Sin embargo, sólo seis establecimientos (0.1 por ciento del total) cuentan con certificación de control de calidad ISO-9000 e ISO-9001 y 35 más (0.4 por ciento) han iniciado o están en proceso de contar con este tipo de certificación. En este ramo son más las empresas que se inclinan por el control de calidad medido por el método de análisis de riesgos y puntos críticos de control (HCCP, por sus siglas en inglés), que por aplicar las ISO. Ninguna empresa cuenta con certificación de competencia laboral para su personal.

En resumen, en la industrialización de productos lácteos, aunque una alta proporción de su producción se orienta a la elaboración de quesos, cremas y mantequillas, en el periodo estudiado se acrecentó significativamente la importancia de la industrialización de leche fluida, en lo que constituye un claro proceso de especialización.



Resulta evidente que la recurrencia de la crisis ha impedido, en el mediano plazo, un proceso generalizado de transformación y modernización de la planta industrial. En el mejor de los casos, el proceso ha sido parcial y se ha concentrado en una parte del sector moderno de la industria, en especial en grandes establecimientos y en algunos medianos de importancia regional, los cuales introdujeron nuevos equipos para impulsar su modernización, incorporaron mejoras y cambios en la organización del trabajo que han fomentado la productividad y aumentado la calidad de los productos; realizaron erogaciones en investigación y desarrollo; contratan personal eventual y/o por tiempo parcial en condiciones de mayor flexibilidad laboral, y aplican programas de capacitación y formas de remuneración que, al vincular trabajo con resultados, inciden positivamente en la productividad. Sin embargo, son muy pocos los establecimientos que tienen control de calidad de carácter internacional (ISO-9000), condición necesaria para tener presencia en los mercados internacionales de productos lácteos.

En general, en los productos lácteos finales se observa que las innovaciones de producto se dirigen a la diferenciación de características funcionales, de calidad, presentación y marcas, en quesos y en otros productos, como la leche pasteurizada y yogures, y obedecen al desarrollo de la industria integrada internacionalmente, así como a estrategias de las empresas en el ámbito mundial.

#### *El abastecimiento de materia prima*

Con respecto a la materia prima, cabe anotar que la producción primaria de leche se modernizó como respuesta a la demanda de la industria y en buena parte con el apoyo de las políticas de fomento aplicadas por el Estado, tales como la liberación en el precio de la leche pasteurizada y el apoyo a la inversión productiva. De esta forma, la producción nacional de leche recuperó su participación en la disponibilidad de leche para consumo y para la industria, al ocupar cerca de 76.5 por ciento del mercado nacional en 2000, mientras que las importaciones de leche en polvo, que a principios de la década participaban con cerca de 40 por ciento, ahora participan únicamente con 17 por ciento y las importaciones de derivados lácteos con 6.5 por ciento (medidos en litros equivalentes) (Sagar, CEA, 2002).

Para el abasto de la materia prima, las empresas aplican estrategias de coordinación vertical, buscan conseguir estándares de

calidad, por lo que incentivan la obtención de “leche fría” en la actividad primaria. Se exige calidad e inocuidad particularmente en los quesos tradicionales, que son de producción nacional y los de mayor consumo en México, especialmente en higiene y sanidad, así como en sus cualidades organolépticas.

Destaca el proceso de fluidez industrial como una figura original que se manifiesta en una mayor dimensión en contacto con la nueva ruralidad, en tanto que expresa la coordinación vertical por parte de la agroindustria hacia los procesos productivos en la ganadería. Con el correr de la apertura comercial, este proceso<sup>4</sup> se ha acelerado, como se comprueba con la siguiente información. En 1996 sólo 59 por ciento de la leche fluida producida se destinaba a procesos de transformación industrial; 41 por ciento restante se consumía en condiciones naturales, sin control higiénico, como leche sin procesar y como derivados caseros (Sagar, 1996). Según la misma fuente, en el año 2000, 80.9 por ciento de la leche fluida producida en el país se destinó a tratamiento y elaboración en la industria y sólo 19.1 por ciento fue para consumo directo y para elaboración de derivados artesanales (Sagar, 2000). Sin embargo, es conveniente hacer notar que en la industria es posible utilizar leche fresca o bien componentes de la leche o leche en polvo, como materia prima en la elaboración de derivados, los cuales resultan con un costo más bajo, por lo que, no obstante la mayor fluidez industrial del bien primario, se presenta un proceso de desencadenamiento endógeno en esta actividad, dando paso a una cadena internacional de lácteos.

En los quesos se observa que la producción industrial demanda estándares de calidad en la materia prima mediante la coordinación vertical que ejerce la agroindustria sobre la actividad primaria, lo cual exige la modernización productiva en la ganadería especializada, en la que sigue predominando el Modelo Holstein. Pero también la producción de quesos destaca como una estrategia de pequeños productores para mantenerse en la actividad y valorizar su produc-

<sup>4</sup> En el proceso de fluidez industrial (Vatin, 1990), el flujo de la leche es continuo en un sentido fabril, alcanzándose altos niveles de producción como resultado del aumento en los rendimientos provocados por el desarrollo de técnicas para el mejoramiento genético del ganado, el empleo de equipo de ordeña y de tanques de enfriamiento, para llegar a una calidad homogénea y responder a las exigencias de la demanda y de la competencia, dirigiéndose hacia la concentración rápida en estructuras industriales.

ción de leche fresca natural, como respuesta organizada de los productores en la ganadería no especializada; por un lado, se adaptan a las nuevas condiciones de la demanda de la industria, particularmente en la ganadería familiar; la producción de “leche fría” con costos mayores; por otro lado, adaptan a la formación de organizaciones incipientes de productores para la elaboración de quesos tradicionales, con la agrupación de pequeños productores.

### LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Las políticas nacionales, sectoriales y locales en la producción de alimentos, se orientan más hacia la generación de normas de calidad e higiene. En enero de 1988 se aprueba el Reglamento de Salud en Materia de Control Sanitario de Actividades, Establecimientos, Productos y Servicios, en el que se dedican varios capítulos a la regulación sanitaria de los lácteos; sin embargo, su puesta en práctica ha sido difícil, entre otras razones por la dificultad de supervisión y control. Desde los años noventa se generan normas por parte del Estado, de la Secretaría de Salud, de la Secretaría de Comercio, de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y de la Secretaría de Desarrollo Social, que se refieren a la calidad de la leche y de los productos lácteos, orientados a la seguridad en el consumo de alimentos sanos. En el caso de los quesos, artesanales o industrializados, con diversos métodos de elaboración, desde los más primitivos hasta los más sofisticados y de alta tecnología, se mantiene su definición como producto derivado sólo de la leche (de vaca o de otras especies animales). Por ello, en las normas de calidad queda establecido que se debe mantener la naturaleza láctea del queso y si hay alteraciones, éstas deben quedar claramente especificadas en su denominación. De ahí que las empresas desarrollen ciertas estrategias encaminadas a ampliar y diversificar su producción, cumplir con las normas, certificar la calidad del producto final y mejorar la distribución.

También se han aplicado programas de estímulos a la producción orientada al mercado interno en la actividad agropecuaria. No así en la actividad industrial, en la que se aplican programas que fomentan el objetivo de producir para vender al exterior. Particularmente en la cadena de lácteos encontramos que se siguen regulaciones y normalizaciones de carácter internacional, fijadas en los acuerdos multilaterales del GATT/OMC y los acuerdos del TLCAN, así

como las normalizaciones planteadas en el *Codex Alimentarius*,<sup>5</sup> que son de aplicación generalizada.

El nuevo contexto institucional en el que se encuentra la economía mexicana, a partir del agotamiento del modelo de sustitución de importaciones, tiene una fuerte influencia del proceso de globalización que se está desarrollando en los mercados mundiales y de la nueva estrategia de crecimiento. Las medidas adoptadas en 1982, a partir de la firma de “La Carta de Intención” con el Fondo Monetario Internacional implicaron para la agricultura mexicana una serie de ajustes que modificaron sustancialmente la relación del Estado con los productores. Estas medidas comprenden un proceso de liberalización del sector agropecuario, caracterizado por la política de apertura comercial, desde la incorporación al GATT en 1986 con acuerdos multilaterales, especialmente el Acuerdo Internacional de los Productos Lácteos 1980-1991, hasta su redefinición con la puesta en marcha del TLCAN; y acuerdos de orden internacional, que tienen un carácter supranacional, es decir, que definen el rumbo de las decisiones de política en el orden nacional.

Como resultado de estas medidas, México reduce las barreras arancelarias en sus importaciones procedentes de Estados Unidos, a la par que las aumenta en sus importaciones de origen extrarregional (Hernández y Del Valle, 2000), de tal manera que facilita la importación proveniente de Estados Unidos, profundizando una mayor vulnerabilidad de México en su relación con aquel país.

Durante la década de 1990 destacan las políticas de ajuste estructural con dos grandes reformas institucionales que influyen para dar más seguridad a la inversión. La primera fue la reforma al Artículo 27 Constitucional (1991-1992) y su ley reglamentaria, con lo que se atiende a la tenencia de la tierra y se permite la entrada de capital nacional y extranjero a la agricultura, a través de la legalización y la venta de tierras ejidales; la segunda se refiere a la inversión, con la publicación del Reglamento de Ley para Promover la Inversión Mexicana y Regular la Inversión Extranjera en 1989 y la Ley de Inversión Extranjera en 1993, y sus reformas en

<sup>5</sup> “La Comisión del *Codex Alimentarius* fue creada en 1963 por la FAO y la OMS para desarrollar normas alimentarias, reglamentos y otros textos relacionados, tales como códigos de prácticas bajo el Programa Conjunto FAO/OMS de Normas Alimentarias. Las materias principales de este Programa son la protección de la salud de los consumidores, asegurar unas prácticas de comercio claras y promocionar la coordinación de todas las normas alimentarias acordadas por las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales” (portal *Codex Alimentarius*) (N. de E.).

1996, que permitieron la entrada del capital nacional y extranjero a la agricultura y ampliar los campos de actividad económica a la participación de inversión extranjera directa, al reducir los requisitos administrativos para su operación y otorgarle mayor seguridad jurídica a los inversionistas extranjeros.<sup>6</sup>

A diferencia de otras ramas, las políticas y programas del Estado mexicano aplicadas a la producción de leche, han sido políticas institucionales de fomento, las cuales favorecieron la difusión del Modelo Holstein fundamentalmente en la actividad intensiva. Destacan dos programas dirigidos a la producción primaria y uno a la industria: el Programa de Transición hacia la Autosuficiencia Lechera (Prothal, 1989), el Programa de Producción de Leche y Sustitución de Importaciones (1996-2000) y para apoyar a la industria, el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos para la Exportación (Pitex, 1990, 1995 y 1998).

El Prothal muestra claramente la postura del Estado de abandonar las medidas de regulación de esta actividad. El Estado deja de participar directamente en la producción, al eliminar los subsidios a insumos para la alimentación animal y el control de precios de la leche destinada al consumidor. Estas medidas marcan el fin de las políticas de regulación por parte del Estado y se ingresa a la esfera de las políticas de mercado neoliberales en esta materia. Sin embargo, el directamente afectado fue, y continúa siéndolo, el productor primario; el beneficio de la liberación del precio de la leche ha sido efectivo sólo para los pasteurizadores e industrializadores que logran superar los efectos de los altos costos y revalorizar la calidad de sus productos (Del Valle, 2000).

El Programa de Producción de Leche y Sustitución de Importaciones (1996-2000) se enmarca en los objetivos de la política denominada Alianza para el Campo, y pretende lograr un crecimiento de la producción superior al crecimiento de la demanda, y fortalecer la balanza comercial, con base en la declaración de dar un gran apoyo a la transferencia tecnológica dirigida a la mayoría de los productores. La estrategia del programa se orientó a incidir en los aspectos fundamentales de la productividad, tales como la disponibilidad y costo de los alimentos, el mejoramiento del ganado lechero, así como a fortalecer la vinculación de la cadena de producción median-

<sup>6</sup> A estas medidas se agrega el Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones, que se establece en los tratados de libre comercio y el Acuerdo Multilateral de Inversión que se fija en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

te el apoyo a la inversión en la infraestructura de acopio y procesamiento de leche (Sagar, 1996).

Aun cuando la estrategia de crecimiento del sector consiguió importantes incrementos en la producción de leche, a partir de aumentar los rendimientos y la productividad, el apoyo fue aprovechado fundamentalmente por productores en la ganadería intensiva, aunque también, en algunas localidades, productores organizados e integrados verticalmente a la agroindustria obtuvieron algún aprovechamiento. En virtud de que este programa sectorial se aplicó con formas de instrumentación generales sobre una estructura heterogénea, las distintas propuestas para acceder a tecnología han sido una condicionante en su aprovechamiento, ya que el productor individual poco puede hacer con los escasos recursos crediticios que se ponen a su alcance. En cuanto a la integración de la cadena, el programa es insuficiente, no abarca una continuidad a partir del fomento a la producción, ya que las agroindustrias están operando con materia prima de importación en una buena parte, situación que no parece fácil de revertir.

Al mismo tiempo, se observa una falta de concordancia entre esta política sectorial y la política macroeconómica, especialmente en lo que concierne a la producción de leche. La política es de carácter nacionalista, pareciera que no toma en cuenta los compromisos establecidos en el TLCAN, lo cual se contrapone a la política macroeconómica; en esto tienen un gran peso los acuerdos de ese tratado, las condiciones establecidas por la liberación de los lácteos y la propuesta de fomentar la exportación, como se analiza más adelante.

Para la promoción de las exportaciones se encuentra el Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (Pitex, 1990, 1995 y 1998), que establece mecanismos para apoyar a las empresas en sus exportaciones. Con este programa

[...] se permite a los productores de mercancías destinadas a la exportación, importar temporalmente diversos bienes para ser utilizados en la elaboración de productos de exportación, sin cubrir el pago de los impuestos de importación, del impuesto al valor agregado y de las cuotas compensatorias en su caso (Pitex, 1998:1).<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Compromisos del programa: cumplir requisitos mínimos de exportación: *a*) diez por ciento de las ventas totales anuales o 500 mil dólares anuales en caso de solicitar importaciones temporales de materias primas, envases y empaques, y combustible y refacciones, y *b*) 30 por ciento de las ven-

En la aplicación de este programa destaca la ventaja competitiva que significa el costo de la mano de obra mexicana, según manifestaron varios de los empresarios consultados.

Entre las empresas que utilizan el Pitex están Nestlé de México, Kraft Foods de México y Sigma Alimentos Lácteos. Los industriales consideran que el Pitex estimula la transformación, la adición de valor agregado a una mercancía y su reexportación; manifiestan que el incremento en la producción será para la exportación hacia el resto de América Latina. Si bien es cierto que con estas nuevas condiciones institucionales se favorece al crecimiento de la industria de lácteos, con ello se fortalecen las labores propiamente de maquila en las plantas mexicanas, particularmente en grandes empresas, con la posibilidad de bajar costos, con beneficios provenientes tanto de la actividad exportadora, como de la producción para el mercado interno y, finalmente, se fortalece la cadena internacional de lácteos y se provoca una desvinculación con la actividad pecuaria nacional.

Por otra parte, las políticas de desarrollo tecnológico han quedado subsumidas a la política industrial, por lo que no han sido capaces de ofrecer una propuesta para incentivar la cooperación entre instituciones y organizaciones a fin de generar conocimiento propio y, en particular, de colaborar en la selección, adopción y asimilación de conocimiento para innovar, sobre la base del conocimiento de los problemas concretos y específicos de la estructura socioeconómica nacional. En este sentido, el Programa Especial de Ciencia y Tecnología 2001-2006 (PECYT) propone adoptar una política de innovación de acuerdo con un enfoque sistémico; plantea que el principal actor en la generación de conocimiento es el área de investigación y desarrollo, es decir, nuevamente se parte de la oferta de conocimiento en paralelo a la demanda, aunque hay un reconocimiento de la necesidad de apoyar proyectos que se enfoquen a la incorporación de innovaciones en la producción, con la orientación de la investigación y capacitación de recursos humanos para conseguir competitividad a través de la vinculación entre la empresa, centros de investigación e instituciones de educación superior, en los que las organizaciones empresariales que participen recibirán estímulos fiscales. Al respecto, no parecen estar muy claros los instrumentos para llevar a cabo este objetivo sólo con fomentar la

---

tas totales anuales en caso de solicitar importaciones temporales de los bienes incluidos en las últimas dos categorías, maquinaria y equipo.

investigación y el desarrollo, sin considerar los cambios en el mercado.

En estas condiciones, la falta de generación de tecnología propia y la desvinculación con los centros de investigación en México para definir la tecnología a emplear, adoptar y asimilar, de acuerdo con los recursos naturales y humanos, favorecen la difusión de tecnologías provenientes del exterior, a través de la compra de equipo, materias primas e insumos que continúan profundizando la aplicación de un modelo productivo que corresponde a condiciones económicas y sociales distintas, que cuando menos resulta oneroso, no sólo en términos de costos de producción, sino en la falta de aprovechamientos de los recursos en la generación de capacidades tecnológicas que limitan el desarrollo futuro.

Así, el recurso aprovechable para la competitividad de la agroindustria sigue siendo la fuerza de trabajo y los bajos costos de la materia prima nacional y de los sustitutos de importación, por lo que el beneficio ha sido para las grandes empresas, tanto nacionales como transnacionales.

Para los actores entrevistados, entre funcionarios de empresas nacionales y productores, el cambio en la política de precios fue la medida más importante en el mejoramiento del comportamiento de la producción lechera. Para algunos, la liberación del precio de la leche pasteurizada fue definitiva en el incremento en la producción de leche observado en la última década. En cambio, estos mismos informantes consideraron que la apertura comercial unilateral y el TLCAN han resultado más una amenaza que un estímulo para el desarrollo endógeno.

Las nuevas condiciones productivas que han surgido en México, como consecuencia del proceso de integración con Estados Unidos, determinan la vulnerabilidad dada la precaria posición competitiva de México frente a ese país, tanto en rendimiento por vaca, que en México es en promedio de sólo un sexto del de Estados Unidos, como en la productividad laboral que en México es de sólo entre una cuarta y una quinta parte de la prevaleciente en aquel país. Los mayores costos de la leche natural en México con respecto a Estados Unidos se ven, además, afectados por los movimientos en el tipo de cambio real y por las altas tasas de interés que elevan los costos financieros. La ventaja que sigue siendo importante para México, como ya se señaló, es la que refiere al costo unitario de la mano de obra que es entre una quinta y una décima parte del correspondiente en Estados Unidos (Hernández y del Valle, 2000).



Desde 1994 la producción de quesos se ve como una actividad prometedoras, aun de acuerdo con el modelo exportador, por las ventajas que se establecen en los acuerdos del TLCAN, con cuotas amplias para facilitar la introducción de quesos al extenso mercado de mexicanos en Estados Unidos. Sin embargo, la respuesta de las empresas productoras ha sido reducida y lenta en cuanto a la exportación.

Ahora bien, la producción de quesos para los pequeños productores de leche organizados significa una valorización de su producto al realizar un desarrollo hacia adelante con la elaboración de quesos tradicionales de la región en que se encuentran, dirigidos al mercado interno, regional y local.

#### LOS CENTROS DE INVESTIGACIÓN E INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

En los centros de investigación se tiende a prestar mayor atención a la demanda de los usuarios de innovaciones tecnológicas, en un contexto en el que las políticas dictadas por organismos supranacionales y las establecidas en los tratados comerciales dan la pauta para la incorporación de las innovaciones tecnológicas, en un marco regulatorio ahora con el paradigma de calidad e inocuidad. Este ideal, si bien significa una mayor atención al consumidor, por otro lado significa también un reto para los productores, pues lograr esos objetivos, manteniendo las condiciones organolépticas del queso, en este caso, requiere de apoyo técnico especializado.

En la actualidad, se cuenta con poco más de 25 centros y dependencias de educación superior que incorporan en su quehacer el estudio de los lácteos y en los que sus líneas de investigación se refieren a quesos. Se suman las escuelas y facultades de veterinaria y zootecnia, y de las que se dedican a estudios agropecuarios y rurales. Pero en el caso particular de los quesos, se han abierto líneas de investigación básica y aplicada, que responden a la promoción y demanda de innovación y transferencia de tecnología en este alimento. En una gran parte se refieren a problemas y necesidades concretas, que en muchos de los casos tienen que ver con una región o una localidad. Por ejemplo:

1. En Chihuahua se encuentra el Centro de Desarrollo Tecnológico para la Industria Láctea (CDTIL), que cubre la necesidad de dar apoyo a la creciente producción lechera y a

la creación de nuevos productos y procesos que agreguen valor a dicha actividad. Destaca por sus aportes para cubrir todos los aspectos normativos y de protección a la propiedad intelectual al queso menonita, producto tradicional de esta entidad. Sobre este mismo producto, también se realizan investigaciones en la Universidad Autónoma de Chihuahua.

2. En la UNAM, en varias de sus dependencias, desarrolla trabajos sobre lácteos y forma profesionistas en áreas de estudio de carácter más amplio, pero que dan lugar a la dedicación a los lácteos. En la Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán se cuenta con espacio de docencia e investigación en lácteos; especialmente se ha desarrollado la explotación de caprinos con la producción de quesos, cajeta y otros dulces. Prácticas semejantes se realizan en otros centros de investigación de la Facultad de Veterinaria y Zootecnia.
3. Aun cuando no existe una especialidad en lácteos, en varias universidades se imparten materias en procesamiento de alimentos e industrialización de productos lácteos, como la Universidad Autónoma Chapingo y el CIESTAAM de la misma universidad, la UAM en sus cuatro unidades, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, la Universidad de Guadalajara el Instituto de Agroindustrias de la Universidad Tecnológica de la Mixteca.
4. El Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, localizado en Sonora, en el área de alimentos, desarrolla nuevos procesos para ser más competitivos y mejorar la calidad en lácteos. Se despliega una línea de investigación sobre la implementación de procesos biotecnológicos en la tecnificación y estandarización de la elaboración artesanal de quesos.
5. La Universidad Autónoma de Chiapas y la Universidad Autónoma de Sinaloa trabajan sobre problemas de lácteos en su región. Igualmente las universidades autónomas de Querétaro y la del Estado de Hidalgo con el Centro de Investigación en Ciencia y Tecnología de Alimentos, trabajan sobre propiedades térmicas de los quesos mexicanos y el mejoramiento del requesón, así como la calidad en productos lácteos.

En varias de estas instituciones se cuenta con una oferta de tecnología que se acerca a las necesidades de las regiones en que se

encuentran, incluso en la formación de profesionistas capacitados, aunque no siempre están vinculados a los agentes productivos.

*El CIATEJ y los productores de queso Cotija.  
Una experiencia*

Un ejemplo muy importante a destacar es el resultado del esfuerzo de una investigadora del Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco (CIATEJ), la maestra Patricia Chombo y los productores de queso Cotija.<sup>8</sup> La maestra Chombo realizó toda una pesquisa previa, que se inició con la localización geográfica de los productores y con gestiones para convencer a las autoridades municipales de la importancia de su proyecto; después realizó reuniones con los productores para persuadirlos de participar, no sin antes pasar por dificultades de comunicación, por el propio carácter de la propuesta y por su condición de mujer. La investigadora se vincula, entonces, a productores del queso que se produce en la región de Cotija, en la zona limítrofe entre Jalisco y Michoacán, para conseguir que ellos, con una mínima organización, consiguieran mejorar la calidad de su producto y proyectar sus ventas a un mercado más amplio con su participación en ferias y exposiciones. La maestra asiste a los productores cuidando el procesamiento de este alimento mediante el análisis del producto y la capacitación impartida a los mismos; ésta consistió en el manejo del ganado, la ordeña y la maduración del queso con prácticas de higiene, utilizando o, en su caso, construyendo infraestructura adecuada para cumplir con normas de higiene, en espacios adecuados. Por supuesto, se contó con el propio interés de los productores que realizan esta actividad de tipo familiar. El financiamiento se buscó en los programas de gobierno para mejorar la infraestructura. Así se consiguió obtener un producto de calidad e inocuidad, con valor agregado, en condiciones para introducirse a un mercado más allá de la localidad. El siguiente paso fue buscar la certificación de calidad y la “denominación de origen” del queso Cotija para beneficio de los productores de la región. La denominación de origen no se ha conseguido porque existen quesos con las características del Cotija elaborados en otras zonas de México.

<sup>8</sup> El queso Cotija es característico por su corteza gruesa y su peso de más de 20 kilogramos. Tiene un sabor, textura y aromas propios; es ligeramente más salado que los quesos frescos y al menos tiene tres meses de añejamiento.

Mientras tanto, según el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), han optado por crear una marca colectiva para la identificación del “queso Cotija región de origen”.

La importancia de resultados como éstos radica en que la genuina y clara comunicación entre la investigadora y las 300 familias que producen el queso permitió generar y aprovechar capacidades tecnológicas, y constituir un “sistema local de producción”. También demuestra que se requiere de la organización de productores no sólo para hacer el esfuerzo productivo para cumplir con las normas requeridas y así obtener un producto de calidad, sino para conseguir recursos que apoyen sus actividades productivas y para buscar formas de venta de su producto, apoyándose en el distribuidor intermediario de siempre, pero con una mejor negociación en el precio para alcanzar nuevos espacios de venta. Es decir, se logró la organización de los productores para llevar a cabo diversas estrategias, aprovechar recursos colectivos y agregar valor con base en el conocimiento que aporta la investigadora. Ciertamente, hay muchos problemas que enfrentar en la valorización de los sistemas locales; en éste, se inició con la pequeña organización de ocho productores a los que Fonaes les aprobó un financiamiento de 500 mil pesos para la construcción de una sala de ordeña. Después de un largo periodo durante el cual cubrieron todos los requisitos, en el momento de la entrevista (5 de junio de 2003), todavía no se las había entregado el dinero del crédito aprobado.

En la búsqueda de un reconocimiento, una certificación de calidad, se aplicó una estrategia de diferenciación como la “denominación de origen”, que se vinculó con la región (denominación geográfica) y con las características que le imprimen las condiciones físicas del espacio en el que se produce. En este caso se refiere a la sierra que se localiza entre Jalisco y Michoacán, región “Jalmich”;<sup>9</sup> el queso es producido por temporada,<sup>10</sup> de manera artesanal, con materia prima natural proveniente de ganado criollo con aportes genéticos de Holstein, alimentado con base en pastoreo.

No es fácil que los pequeños productores tengan acceso a una vinculación con los centros de investigación, especialmente porque ahora los resultados de la investigación no se traducen en un

<sup>9</sup> La región que abarca la producción de queso Cotija está constituida por los municipios de Santa María Jilotlán y Quitupan, en Jalisco, las rancherías cercanas a Cotija (en la cabecera municipal no se produce el queso), Tocombo y el municipio de Los Reyes, en Michoacán.

<sup>10</sup> De acuerdo con la Cámara de la Industria Alimenticia del Estado de Jalisco, se llegan a producir hasta 500 toneladas por temporada.

bien público, sino en un bien privado, porque los trabajos se hacen sólo si hay recursos de por medio y los pequeños productores no están en condiciones de pagar. Por eso es tan importante que los recursos públicos se destinen con mayor atención a este tipo de esfuerzos, en los que se parte de los centros de investigación, por la sensibilidad de los investigadores hacia estos problemas. Como la maestra Chombo lo expresa “el proyecto fue de fuera hacia dentro, ha sido importante estar cerca de sus necesidades y vencerlos de la importancia de las medidas de higiene, para producir leche de calidad”, lo que les permite comercializarla, ya sea como leche para la industria (Nestlé, Parmalat, etc.) o bien para desarrollar la producción del queso.

#### *Enseñanzas y aprendizaje*

La enseñanza fundamental de este ejemplo es el aprovechamiento de las capacidades locales. Los productores deben tener oportunidad de manifestar sus necesidades de apoyo para desarrollar sus actividades en los términos que ahora demandan los consumidores; para ello las instituciones de investigación también deben tener la oportunidad mediante el financiamiento de proyectos y la vinculación con productores para apoyarlos con los conocimientos tecnológicos que mejoren la calidad y aporten valor a sus productos que, como en este caso, implican un conocimiento que tiene 400 años de existencia y que se está extinguiendo por falta de oportunidades. Las instituciones están obligadas a generar programas que fomenten esta vinculación con apoyos financieros, también deben ser capaces de captar a los productores mediante una mayor cobertura a la información sobre los programas que aplican. Los gobiernos, federal, estatal y local, tendrían que considerar estas cuestiones para generar una política de difusión y generación de innovaciones que comprenda, además, el rescate de conocimientos en la producción de alimentos tradicionales y dirigir sus apoyos a la población necesitada con la determinación de generar la capacidad de respuesta a sus propios programas.

#### CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

La estrategia gubernamental basada en fomentar el desarrollo del complejo productivo de lácteos ha sido conveniente por estar ligada a los recursos naturales con la actividad agropecuaria y diri-

gida principalmente al consumo interno de alimentos básicos. Sin embargo, el crecimiento observado no siempre ha sido acompañado por una mayor vinculación con la actividad primaria en su conjunto, sino particularmente con la producción intensiva y tiende a orientarse al consumo de estratos de la población de medianos y altos ingresos y, recientemente, a la exportación.

Los efectos de la integración por el TLCAN ha provocado cambios en las estrategias de los actores sociales, cuyo comportamiento a partir de la apertura tiene como eje la incorporación de valor agregado y la búsqueda de mayor eficiencia para alcanzar mejores niveles de competitividad. En este proceso, la industria ejerce relaciones de control sobre el mercado de abasto de materia prima y requiere del sector agropecuario productos estandarizados que permitan una mayor fluidez industrial, proceso que es dirigido principalmente por empresas transnacionales, seguido de grandes empresas de capital nacional, y en el que todas ellas se aprovechan los beneficios.

En la industria de productos lácteos, aunque una alta proporción se orienta a la elaboración de quesos, cremas, mantequillas y yogures, a partir de la década de 1990 ha sido significativa la tendencia a especializarse en la industrialización de leche fluida.

La transformación en el patrón de inversión productiva se observa en dos vertientes: en el interior de las empresas y en los cambios en la participación del capital nacional y extranjero. En el interior de las firmas visitadas, la inversión se orientó a aumentar la producción con una mayor diversificación de productos; a la expansión de la planta productiva mediante la compra de empresas ya existentes; al desarrollo de nuevos productos; a la compra de marcas y a la implementación de nuevos procesos tecnológicos. Esos cambios obedecen, según los empresarios entrevistados, primero a cambios ligados a la calidad y la diferenciación de los bienes, a la competencia en los mercados, al mejoramiento de la calidad en el manejo de la leche fresca y a una nueva política de las empresas para ampliar las fronteras de sus ventas hacia el exterior, fundamentalmente en las empresas transnacionales.

El proceso de integración en la región de América del Norte, sumado a los factores descritos, ha tenido efectos determinantes sobre la estructura de los mercados en el sector lácteo mexicano. Con la apertura comercial y el TLCAN se redujeron los espacios para la operación de productores pequeños y medianos, cuya actividad ahora reclama la necesidad de asociarse entre ellos como productores organizados. La estructura del mercado de los productos lác-

teos en México es de carácter marcadamente oligopólico, en la cual sólo las empresas eficientes, de mayor tamaño, más capitalizadas y con mayor diversificación, en su mayor parte transnacionales, tienen capacidad para competir con las importaciones e iniciar la ruta exportadora.

Las estrategias de los actores sociales, a partir de la apertura, tienen como eje, la búsqueda de mayor eficiencia y la diferenciación. En cuanto a la eficiencia, la industria ejerce relaciones de control sobre el mercado de abasto de materia prima y requiere del sector agropecuario productos estandarizados que permitan una mayor fluidez industrial.

Sobre el segundo aspecto, para los productores y empresas que no tienen una situación dominante, las estrategias de diferenciación representan una opción competitiva, particularmente en mercados regionales y locales. En el caso de los quesos, particularmente los tradicionales de varias regiones mexicanas, se considera que hay oportunidades, si se apoya su desarrollo con políticas dirigidas a obtener bienes diferenciados por su calidad. Mediante el mejoramiento de los procesos productivos, el rescate de los conocimientos tradicionales con la aplicación de cuidados en la higiene para destacar las características organolépticas, la vinculación al territorio, la salud y la nutrición, se obtiene un producto natural y típico, que cumple con las normas establecidas de calidad y etiquetado.

La liberación del comercio de extensores para la producción de lácteos, que ya existe pero que se fortalecerá con las facilidades para la importación de leche en polvo descremada (LPD), permitirá que se continúe desarrollando el segmento de productos para consumidores de bajos ingresos, especialmente de quesos frescos (de imitación) y de fórmulas lácteas que se venden como "leche". La tendencia a intensificar la elaboración de estos productos será mayor, debido a que en México el eje de la competitividad son los precios, ya que existe un amplio mercado de familias de bajos recursos.

Con la reforma institucional, particularmente con los Pitex, se continuarán estimulando formas de producción en las que se aproveche la mayor ventaja competitiva de México: el empleo de mano de obra capacitada y barata. Con ello, se tenderá a favorecer una producción con carácter de maquila que debilitará aún más la cadena agroindustrial de lácteos en México.

Para enfrentar estos retos considero necesario evaluar las capacidades endógenas. Para ello es necesario fomentar los estudios regionales y locales para conocer las condiciones de los recursos en

donde se desarrollan los procesos de producción, su vinculación con la industria y cómo surgen las organizaciones nucleares de productores. En la evaluación del conocimiento codificado y codificable hay que identificar y analizar los alcances de la infraestructura de investigación y formación de profesionistas y especialistas; reorientar nuevamente la participación del Estado con políticas de fomento hacia la seguridad alimentaria con autosuficiencia; e identificar los factores de la nueva institucionalización que permitan apoyarse en las capacidades endógenas, vinculando los sectores productivos con los centros de investigación, con el objetivo de conseguir y ampliar el beneficio social.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARROYO, G. (1989), *La pérdida de la autosuficiencia alimentaria y el auge de la ganadería en México*, México, Plaza y Valdés.
- CORIAT, B. y O. WINSTEIN (2002), "Organizaciones, empresas e instituciones en la generación de innovación", en *Research Policy*, núm. 31, pp. 273-290.
- DEL VALLE, M. C. (2000), *La innovación tecnológica en el Sistema Lácteo Mexicano y su entorno mundial*, México, IIEC-UNAM/ Miguel Ángel Porrúa.
- DOSI, G. (1988), "Trayectoria tecnológica: el patrón de solución normal de los problemas dentro de un paradigma tecnológico", en Dosi, Freeman, Nelson *et al.*, *Technical Change and Economic Theory*, Londres, Printer Publishers.
- ENCUESTA INDUSTRIAL MENSUAL (1994-2002), México, INEGI.
- ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, SALARIOS, TECNOLOGÍA Y CAPACITACIÓN (ENESTYC 1995-2001), México, INEGI.
- \_\_\_\_\_ (2000), *XV Censo Industrial, Censos Económicos 1999 y 2004*.
- \_\_\_\_\_ (2006), *Encuesta industrial mensual*.
- \_\_\_\_\_ (2007), *Sistema automatizado de información censal 2004*.
- FAO, *Anuarios de producción 1980-1998*.
- HERNÁNDEZ E. y M. C. DEL VALLE (2000), *La industria láctea de México en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, Buenos Aires, BID-Intal.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI) (2006), *Anuario de comercio Exterior*, México, INEGI.
- KATZ, J. (ed.) (1986), *Desarrollo y crisis de la capacidad tecnológica latinoamericana: el caso de la industria metalmeccánica*, Buenos Aires, BID-CEPAL.



- LUNDVAL, B.A. *et al.* (2002), "National Systems of Production, Innovation and Competence Building", en *Research Policy*, 31, pp. 213-231.
- MALERBA, F. (2002), "Sectoral Systems of Innovation and Production", en *Research Policy*, vol. 31(2), pp. 247-269.
- MUCHNIK, J. (2006), "Sistemas agroalimentarios localizados: evolución del concepto y diversidad de situaciones", ponencia en III Congreso Internacional de la RED SIAL.
- NICOLÁS, R. (1980), "La economía ganadera mundial: hegemonía de Estados Unidos y nuevas tendencias", en *Estudios del Tercer Mundo*, vol. 3, núm. 2, junio, pp. 73-98.
- OECD (1997), *Examen de las políticas agrícolas de México*, París.
- PÉREZ, C. (1986), "Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto", en C. Ominami (comp.), "La tercera revolución industrial. Impactos internacionales del actual viraje tecnológico", en *RIAL Anuario*, Argentina, Grupo Editor Latinoamericano.
- \_\_\_\_\_ (2001), "Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil", en *Revista de la CEPAL*, núm. 75, diciembre, pp. 116-136.
- QUINTERO, R. *et al.* (1993), *Biotecnología Alimentaria*, México, Limusa.
- RAMA, R. (1993), "El entorno tecnológico de la industria alimentaria", en *Comercio Exterior*, vol. 43, núm. 3.
- \_\_\_\_\_ (2001), "Teorías, especificidades y actores en la innovación agroalimentaria", en M. del C. del Valle (comp.), *Transformaciones agroalimentarias en los albores del tercer milenio*, disco compacto, México, IIEC-UNAM.
- S/A, (2002), *The Wall Street Journal of Americas*, 18 de junio.
- SANZ, J. (2004), "Estrategias de diferenciación y de calidad en el aceite de oliva. Certificaciones de calidad y denominaciones de origen", documento de trabajo del Proyecto de Investigación SEC99-1208 del Plan Nacional de I+D, España, Instituto de Economía y Geografía (CESIC).
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y DESARROLLO RURAL (SAGAR) (1996), *Programa de producción de leche y de sustitución de las importaciones*, México.
- \_\_\_\_\_ (2000), *Situación actual y perspectivas de la producción de leche de bovino en México, 1990-2000*.
- \_\_\_\_\_ y CEA (2000), *Producción de lecha de ganado bovino en México*, Sagarpa.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (Sagarpa)/SERVICIOS DE INFORMACIÓN

- AGROALIMENTARIA Y PESQUERA (SIAP) (2002), *Boletín de Leche, México*, Sagarpa.
- SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS (SARH) (1989), *Programa de transición hacia la autosuficiencia lechera*.
- SECRETARÍA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL (Secofi) (1990-1995-1998), *Programa de importación temporal para producir artículos de exportación*, México, Secofi.
- SOLLEIRO, J. L. (2003), "El Programa Especial de Ciencia y Tecnología 2001-2006 (PECyT) y el "Sistema Nacional de Innovación", presentación en mesa redonda en el Posgrado de Economía-UNAM.
- VATIN, F. (1990), *L'industrie du lait. Essai d'histoire économique*, París, L'Hartmattan.
- VILLEGAS, A. (2003), *Los quesos mexicanos*, 2a. edición, México, Universidad Autónoma de Chapingo.
- WISCONSIN CENTER FOR DAIRY RESEARCH, Programa de aplicaciones de suero (2001), en *Énfasis, Alimentos-Tecnología-Empaque*, año 1, núm. 5, agosto-septiembre, México, COIN/ATAM, pp. 6-15.

*Sitios de internet consultados*

- CODEX ALIMENTARIOS, en <[http://www.codexalimentarius.net/web/index\\_es.jsp](http://www.codexalimentarius.net/web/index_es.jsp)>.
- FAOSTAT, en <<http://www.fao.org>>.

CUARTA SECCIÓN  
EL MERCADO DEL CAFÉ



EL PAPEL DE LOS PEQUEÑOS CAFETICULTORES  
DE LA UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS  
DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)  
EN EL DESARROLLO DEL MERCADO JUSTO

*José Luis García y Medina\**

RESUMEN

El objetivo central de este trabajo es observar las medidas alternativas que el propio campesinado adopta para resistir los embates del neoliberalismo y la desregulación en el campo nacional. Una de estas propuestas organizadas e independientes, además de la decena de las movilizaciones sociales de talante campesino, es el comercio justo, y un producto de primera línea en este “tipo de mercado”, es el café orgánico. México es el principal productor de este aromático, cosechado básicamente por comunidades campesinas marginales en el sureste del país.

En la observación de tales cambios y alternativas, veremos el México que se construye y sobrevive desde abajo y los cuestionamientos que este México “profundo” hace al modelo de desarrollo imperante en el campo y en la ciudad, desde las correcciones de mercado que el comercio justo apuntala, mediante intercambios locales y globales, atendiendo el costo social, ambiental, político y cultural de la producción de materias primas, en este caso, el café. Por ello hemos decidido estudiar en particular a la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), a su inserción en el comercio y en mercados alternativos. Particular atención se dedicará a la consolidación de proyectos de beneficio rural al interior de las comunidades indígenas, asociadas a esta organización histórica dentro del movimiento campesino orgánico.

\* Asistente de investigación del Grupo Sociedad y Biotecnología del Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad-Azcapotzalco. Coreo electrónico: <jlgm@correo.azc.uam.mx>.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto indagar si el modelo de producción campesino indígena de café orgánico, desarrollado en los últimos años a partir de esquemas comerciales opuestos al intercambio capitalista e histórico de los mercados de materias primas, es viable para responder a las necesidades agrícolas y sociales de la economía campesina en México y para contribuir al establecimiento de una noción diferente de desarrollo rural y social.

La relevancia de un estudio de esta naturaleza se enmarca en la actual crisis productiva y social que azota al campo nacional en diversos aspectos. Resulta paradigmático que un sector con alto grado de marginación en el proceso social de construcción de una nación como México, haya logrado establecer, en pleno vendaval migratorio y desolador, estrategias de producción que incorporan la entrada de lleno al mercado de valores éticos, sociales, ambientales y políticos, defensores de la producción del campesinado pobre en el Sur geopolítico y económico del mundo. Por ello, hemos decidido estudiar a un actor histórico en la reestructuración del sector cafecultor: la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI),<sup>1</sup> su inserción en el comercio y mercados alternativos y, básicamente, la consolidación de proyectos de beneficio rural al interior de las comunidades indígenas asociadas.

Tanto el análisis del café justo de esta cooperativa, como la posible “reestructuración productiva en la agricultura campesina mexicana”, marcan la trascendencia de la investigación, al generar información para orientar la adopción de decisiones que involucren a diversos actores sociales y productivos del campo, con el fin de integrar acciones (a corto, mediano y largo plazos), tendientes a mejorar la situación de los pueblos del país más desfavorecidos.

En este tenor, uno de los productos orgánicos de exportación que más relevancia ha tenido en los últimos años es el café “orgánico y justo”, aromático del cual México es el principal productor en el nivel mundial (Monroy, 2004).

El café mexicano es un cultivo básicamente minifundista. De los aproximadamente 280 mil productores, 92 por ciento tiene me-

<sup>1</sup> En 1988, la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) se formó con grupos y empresas “solidarios” del mercado justo en Holanda, bajo el nombre Max Havelaar, con el objeto de comercializar café de calidad en mercados externos bajo la integración de un sobreprecio que considera el costo social y ambiental de la producción.

nos de 5 hectáreas de huerta; 200 mil tienen 2 hectáreas o menos, y de éstos, 65 por ciento pertenece a algún grupo étnico. Así, nuestro aromático es un cultivo campesino y también un cultivo indio, producido mayoritariamente en zonas y regiones montañosas de escasos recursos (Van der Hoff, 2005:17; Aranda, 2004:9).

CUADRO 1  
DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LOS PRODUCTORES, PREDIOS  
Y SUPERFICIE SEGÚN RANGOS DE SUPERFICIE CULTIVADA  
CON CAFÉ (2005)

<i>Rangos</i>	<i>Productores (%)</i>	<i>Predios (%)</i>	<i>Superficie (%)</i>
Hasta 0.50 hectárea	38	30	9
Más de 0.50 y hasta una hectárea	26	25	14
Más de 1.00 y hasta cinco hectáreas	33	40	49
Más de cinco y hasta 10 hectáreas	2	3	11
Más de 10 hectáreas	1	1	17
Total general	100	100	100

FUENTE: elaboración propia a partir de los datos del Consejo Mexicano del Café.

Con la debacle en los precios de las materias primas en los mercados, a partir de los años ochenta, y la ruptura del Acuerdo Internacional del Café (AIC) que regularizaba las fuerzas del mercado y ofrecía precios de garantía a productores, los sectores agrícolas participantes sufrieron serios estragos productivos y sociales: se endeudaron, migraron o cambiaron de rumbo hacia un empleo no agrícola. Los que siguieron produciendo, con la desregulación y la privatización de paraestatales del campo, no tuvieron acceso a créditos. Su producción se estancó y ni siquiera lograron recuperar los costos, o simplemente, en algunos casos, cambiaron a cultivos más rentables.

En tales circunstancias, se observa “la necesidad y pertinencia” de 1) revisar el movimiento social que organizaciones campesinas, como la UCIRI, proponen para el campo en llamas; 2) fomentar el bienestar de la economía campesina, como uno de los sectores que más ha subvencionado el desarrollo de las ciudades y del mundo industrializado, y 3) integrar nuevos valores en el mercado para hacer de los intercambios, vectores de solidaridad social, compromiso

social y postura política-cultural, con la intención de promover el desarrollo de la parte más débil de la cadena productivo-comercial.

De la misma manera, es factible reflexionar sobre las limitaciones que el comercio alternativo plantea para ciertos productores u otro tipo de actores que se involucran en él. Por ejemplo, el Mercado Justo Max Havelaar ha permanecido estancado durante años, por lo que se ha restringido el ingreso a un mayor número de productores pobres. Existen problemas con la generación de una mayor demanda en el nivel nacional y de un apoyo más decidido por parte del Estado para cambiar condiciones, muchas veces estructurales, en los sistemas sociales y agrarios. De igual forma, en países como México, la certificación de la producción orgánica ha tenido costos elevados y ha dependido de empresas y organismos extranjeros, con repercusiones directas para los productores con menos recursos.

Ante éstas y otras dificultades que presentan los mecanismos de mercado, resulta básico preguntarse, ¿cómo se ha dado esa inserción de los pequeños productores?, ¿por qué interesarse en un segmento menor y en crecimiento como el café equitativo, que en términos actuales representa todavía una muy pequeña parte del mercado dominante del café y del sector agroalimentario, cuya lógica parece ir a “contracorriente” de las tendencias globalizadas imperantes?<sup>2</sup> Claro que este interés no se debe a la relevancia que pueda ofrecer *cuantitativamente* el caso, sino a las consideraciones *cualitativas* que promueven una reestructuración productiva en el campo, en especial en el sector del café orgánico y en regiones de elevado crecimiento de producción cafetalera orgánica, como en Oaxaca.

Así, el interés se centra en el valor ejemplar de una vía de inserción de los pequeños productores en el mercado global, una “vía que no es la vía dominante, aunque tampoco constituye una vía marginal, y ni siquiera alternativa” (Renard, 1999:38). De esta forma nos

<sup>2</sup> Es importante aclarar que la lógica y el funcionamiento de este segmento de mercado nos lleva a reflexionar, tal y como Renard (1999) advierte, sobre la convergencia de intereses mutuos y desarrollo de conflictos entre 1) ciertos consumidores ideológicamente convencidos de la necesidad del comercio justo, que representan un mercado suficiente como para que 2) cierto número de industriales, de negociantes y de distribuidores inviertan en este nicho comercial, no por filantropía, sino por “interés”, y 3) algunos pequeños productores de otro continente, organizados para poder exportar ellos mismos su propio café y que tratan de ingresar al mercado en condiciones favorables.



preguntamos, ¿qué papel e importancia tienen los pequeños productores en la consolidación de nichos de mercado alternativos?, ¿cómo producen y se organizan los campesinos que aún sobreviven a la crisis productiva y de precios en el campo?, ¿qué relevancia tienen actores colectivos como la UCIRI para un posible modelo viable y concreto para frenar la crisis en el campo de nuestro país? A estos y otros cuestionamientos trataremos de dar respuesta en los siguientes apartados.

#### ALGUNAS TENDENCIAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Las tendencias dominantes que resultan de la “concentración” y de la “oligopolización” de la industria alimentaria, del comercio y de la distribución, señalan el campo de los imperativos a los que están sujetos los actores involucrados en cualquier circuito comercial capitalista, como es la cadena del café.

Estas tendencias ponen de manifiesto ciertas contradicciones, como son la competencia de los actores por las cuotas de mercado y la distribución de las ganancias y, finalmente, la contradicción entre la uniformación del consumo de las grandes marcas internacionales y las diversidades regionales y culturales (Renard, 1999:51).

La marcada competencia por el acceso y consolidación de diferentes mercados coloca a los agentes económicos dentro de estrategias de segmentación de mercados y diversificación de los productos, junto con una creciente innovación científico-tecnológica.

El sector agroalimentario presenta una particularidad que lo distingue de los demás sectores industriales, pues su producción se encuentra basada en la domesticación de los procesos biológicos de la naturaleza. En ese sentido, la industria se apropia de masas de valor provenientes del campo por medio del control técnico y humano del mismo.

Actualmente, los productos agrícolas son sustituidos cada vez más por componentes de origen no natural, materias primas y productos sintéticos industriales, aunque aún de manera relativa. Debido a la paulatina desaparición de los componentes agrícolas de los

productos alimentarios, su identidad tiende a asociarse con marcas internacionales. Sin embargo, la integración de la agricultura a complejos agroalimentarios dominados por grupos industriales, avanza a ritmos muy variados según las regiones y los productos y no ha conducido a la estandarización de la agricultura. Por el contrario, los capitales alimentarios deben contar con regulaciones, proyectos y propuestas locales (como veremos con el café de la UCIRI y otros productores).

Nos encontramos frente a formas de integración productiva donde los elementos que componen un “producto final se ensamblan a todo lo largo de cadenas que se extienden sobre múltiples nichos económicos” (Llambi, 1992). Por consiguiente, la globalización responde a la búsqueda de “factores de producción menos onerosos”, ya sea mediante la deslocalización de las empresas hacia países que ofrecen una mano de obra barata, o mediante una estrategia de abastecimiento global, lo que disminuye la capacidad de control nacional. Sin embargo, el Estado-nación sigue siendo necesario para crear las condiciones óptimas de acceso a las corporaciones transnacionales agroalimentarias y otras inversiones de capital, es decir, la mano de obra flexible y calificada, medidas fiscales y administrativas favorables, infraestructuras y comunicaciones, mantenimiento del orden social-jurídico, etc. Dicho lo anterior, analicemos el mercado justo en el contexto actual y su desarrollo paralelo al mercado convencional de bienes agrícolas, como lo es el café.

#### EL MERCADO JUSTO Y EL MERCADO DEL CAFÉ

Comprender cómo es que se crean diferentes nichos para productos específicos, como el café justo, supone integrar en un contexto concreto los elementos que los actores que conforman la cadena productiva atienden y respetan en el intercambio económico. Pero vislumbrar estas posibilidades de intercambio significa la cancelación de diversas formas de interacción convencionales en los circuitos económicos de distinta denominación de bienes y servicios, donde participan numerosos actores sociales, políticos y económicos, como ya se mencionó.

El café es la materia prima (legal) más importante en el comercio internacional después del petróleo. Es el principal producto de exportación para muchos países desfavorecidos, y constituye hasta un tercio de la exportación para una serie de países latino-

americanos. Unas 100 millones de personas viven de la industria del café en el mundo, la mayoría de ellas pequeñas productoras y productores (OCT, Ideas, 2004:1).

Ante la caída dramática de los precios que pagan las grandes corporaciones en el mercado mundial, el empleo que proporciona el sector café se ha convertido en un trabajo virtualmente no pagado. Los precios de café ya no cubren los costos de producción. La actual crisis amenaza la base de la existencia de una multitud de productores.

El mercado internacional del café presenta la particularidad de haber sido regulado durante años (1962-1989) por un acuerdo internacional entre la mayor parte de los países productores y los países consumidores, que representaba un consenso entre los actores involucrados en la producción, la exportación y la transformación del café. La cotización pactada aseguraba a los consumidores un abastecimiento suficiente y regular, que daba a los productores la garantía de un mercado con precios remuneradores.

Otro factor importante que favoreció este acuerdo fue que en el periodo de posguerra, los estados productores se convirtieron en verdaderos agentes económicos y mantuvieron el control de su exportación (Renard, 1999:81).

Por supuesto que tal situación radicó, precisamente, en la cooperación entre los países productores que habían adoptado políticas económicas homogéneas. De ello, resulta claro que el acuerdo se suspendió cuando “la *cooperación* se transformó en *competencia* entre productores, industriales y consumidores” (Renard, 1999: 81). El modelo se volvió disfuncional para el nuevo periodo que se abría con la liberalización económica y la “utopía del mercado autorregulado” (Polanyi, 1957).

Así, en el marco del reajuste neoliberal estructural impuesto “desde fuera” por los grandes organismos financieros internacionales, los Estados productores iniciaron un proceso de privatización de los institutos públicos del café. La desregulación que cundió en el mercado del café transformó, sin lugar a dudas, la cadena internacional de café y la modificación de las estrategias de los actores involucrados. Muchas de estas “alternativas” se presentan en la actual organización campesina de productores para defenderse de la estructura dominante que prevalece en el mercado del café, eclipsado básicamente por grandes corporaciones agroalimentarias.

El café es un producto que tiene, en el lenguaje de los economistas, una baja elasticidad en el precio. Esto quiere decir que ni la producción ni el consumo cambian inmediatamente cuando los precios del café se modifican. Por parte del consumidor, el consumo se mantiene estable, aumente o no el precio. Por otro lado, la oferta de café tampoco varía inmediatamente.

El café es un árbol que necesita una temporada de dos años para empezar a producir, y más tiempo aún para ofrecer cosechas óptimas y producir por varios años (Domínguez, entrevista personal, 2006).

Esto hace que la producción no sea tan variable de un año a otro, como ocurre con otros cultivos anuales, donde cada año se decide si de nuevo se planta éste u otro cultivo.

Es por este motivo que “los cafetaleros siguen produciendo la misma cantidad, aunque bajen los precios”. En caso contrario, con precios muy altos por una demanda creciente, los agricultores tardan años en plantar más árboles y en poder producir más café (OCT, Ideas, 2004:5; Van der Hoff, 2005).<sup>3</sup>

La economía del café constituye una importante fuente de divisas y de ingreso nacional para unos 50 países en diferentes regiones del mundo, principalmente Brasil, Indonesia y México, que son los países que concentran los mayores volúmenes de producción. A pesar de esto, “son seis grandes empresas procesadoras y comercializadoras, radicadas en los Estados Unidos y la Unión Europea, quienes controlan entre 55 y 70 por ciento de las ventas mundiales” (Llambí, 1992:8).

Las grandes empresas multinacionales, como Nestlé o Philip Morris, tienen sus propios corredores de bolsa. Su gran poder de compra y venta les permite especular y ejercer una gran influencia en los mercados bursátiles. Los corredores de bolsa tienen acceso a una red ultramoderna de información y comunicación. Por ejemplo, si un estudio de satélite permite prever un problema climático en unos países productores como Brasil o México, su precio

<sup>3</sup> Ello explica por qué los productores marginales siguen produciendo aún en tiempos de “crisis”. Su estatus de productores no lo han perdido, a pesar de los múltiples movimientos migratorios y del deterioro productivo-económico del campo nacional. La UCIRI cumple un papel primordial para mantener una producción comercializable para más de 56 comunidades de la región indígena de la sierra central de Oaxaca y algunas zonas de Chiapas.

en los mercados internacionales aumentará. Si, por el contrario, la cosecha y los factores de producción se anuncian excelentes, los precios mundiales seguramente bajarán. Así, la concentración y el poder de decisión que ejercen tales empresas en el mercado del café son evidentes.<sup>4</sup>

En México prevalece el “sistema campesino-indígena de producción de café”, que se realiza en zonas montañosas con la altura adecuada para el cultivo. En las dos últimas décadas, se ha visto que el interés por producir en forma orgánica es más notorio en aquellos agricultores que cultivan productos que enfrentan crisis económicas agudas, ya que

[...] la caída de los precios ha llegado hasta por debajo de los 45 dólares por quintal 46 kg de café oro con algunas fluctuaciones, pero sin alcanzar precios superiores al equivalente del costo de producción, que se estima por arriba de los 80 dólares por quintal (Gómez Cruz *et al.*, 1999).

Sumamente importante es la participación de los productores más desprotegidos del país, los indígenas, quienes representan poco más de 50 por ciento de los productores orgánicos; 85 por ciento de los productos orgánicos se canalizan al mercado de exportación, donde existen dos segmentos: el orgánico tradicional y el mercado justo (*Fair Trade*). Las organizaciones que deseen comercializar sus productos en este mercado deben buscar su inserción en el registro de FLO (*Fair Trade Labelling Organizations*).<sup>5</sup>

Es claro que los productores orgánicos han obtenido mayores ventajas con el comercio justo, pues los consumidores prefieren un producto *fair trade* orgánico, a uno que sea sólo *fair trade*, porque saben que al mismo tiempo que están ayudando a un grupo de productores de pequeña escala, también están protegiendo su salud y el medio ambiente. De esta forma, “la participación del café orgánico en el Mercado Justo ha aumentado del 15 por ciento en 1997 a 44 por ciento en el 2002” (Gómez Cruz *et al.*, 1999), situación que

<sup>4</sup> En 1996, la revista *Forbes*, de Estados Unidos, publicó un informe según el cual el presidente y director general de Philip Morris, Geoffrey C. Bible, recibía un salario anual y compensaciones superiores a los 2.6 millones de dólares. En México, el salario anual promedio de un trabajador en una plantación de café es inferior a dos mil dólares anuales, es decir, inferior a 20 mil pesos anuales (Monroy, 2004).

<sup>5</sup> Información obtenida en la Fair Trade Labelling Organizations Internacional (2003).

ha permanecido estable dentro de este tipo de mercado, aunque se ha visto que la demanda de tales productos no ha aumentado radicalmente en los primeros cinco años del siglo XXI, debido en parte a la centralización del consumo en los países desarrollados (véase el cuadro 2).

CUADRO 2  
TONELADAS DE CAFÉ MEXICANO EN EL MERCADO JUSTO  
(1997-2002)

<i>Tipo de café justo</i>	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Café oro no orgánico (ton)	11.2	8.8	9.1	8.6	9.4	11.7
Café orgánico (ton)	1.9	2	4.1	5.4	7.4	9.3
Total (ton)	13.1	10.8	13.2	14	16.9	21.1
Participación orgánico (%)	15	20	31	39	44	44

FUENTE: FLO (2003).

REESTRUCTURACIÓN PRODUCTIVA Y SOCIAL PARA  
LOS PEQUEÑOS CAMPESINOS CAFETICULTORES: EL CASO  
DE LA UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN  
DEL ISTMO (UCIRI), EN LA SIERRA CENTRAL DE OAXACA

*El istmo de Tehuantepec y la localización de la UCIRI*

La región del istmo de Tehuantepec se localiza al este del estado de Oaxaca, México, y representa la cuarta parte del territorio de esta entidad con una extensión de 2 500 000 hectáreas. Comprende 41 municipios, de los que solamente en 11, ubicados en la parte norte y noroeste (microrregión de la Sierra Central y norte de Oaxaca), se produce café. Por la superficie sembrada con este aromático, “el Istmo ocupa el cuarto lugar en el mapa cafetalero estatal, y por el número de cafeticultores, ostenta el quinto” (Van der Hoff, 2005:145).

En el istmo de Tehuantepec, más específicamente en la microrregión serrana, el café se cultiva desde fines del siglo XIX. “Actualmente, 60 por ciento de la superficie agrícola se destina al café, 30 por ciento al maíz y diez por ciento a otros cultivos, como calabaza, frijol, chile pasilla y frutas tropicales, principalmente” (CIESAS, 2003).

En la zona norte y noroeste de esta microrregión serrana, surge la UCIRI, que en un principio es conformada por tres comunidades que logran vender su café a un mejor precio: Guevea de Humboldt, Santa María Guienagati y Santo Domingo Petapa. En estas comunidades cafetaleras, catalogadas como de alta y muy alta marginalidad, la población es indígena, de las etnias mixe (73 por ciento) y zapoteca (22 por ciento) (García, entrevista personal, 2006).

CUADRO 3  
ÍNDICE DE MARGINALIDAD DE MUNICIPIOS  
DE LA MICRORREGIÓN DEL ISTMO

<i>Municipio</i>	<i>Clasificación</i>	<i>Índice</i>
Guevea de Humboldt	ALTA	0.581
Magdalena Tequisistlán	ALTA	0.125
San Miguel Tenango	ALTA	0.818
Santo Domingo Petapa	ALTA	0.239
Santiago Lachiguiri	ALTA	0.696

FUENTE: CIESAS (2003).

El sistema de producción campesino se integra por el ciclo café-maíz-frijol, complementado por la ganadería en pequeña escala, la horticultura de traspatio y la recolección de algunas plantas silvestres, práctica tradicional en la zona. La ganadería es más importante en la parte baja que en la alta y la media. En la zona alta, además de café y milpa, hay una importante producción de chile pasilla, que se generalizó durante la crisis de los precios del café. “Para las familias que combinan el aromático con el chile, la venta del café representa cerca de 50 por ciento de sus ingresos, y el picante alrededor de 30 por ciento” (Van der Hoff, 2005:146). Del total de 36 639 630 hectáreas, que representa 15.35 por ciento de la superficie total de la zona, se destina 75 por ciento para las actividades de labor agrícola, 19 por ciento es área de pastos naturales y seis por ciento es superficie con bosque o selva y sin vegetación (CIESAS, 2003).

El café se cultiva bajo sombra, con frutas tropicales en un sistema de policultivo tradicional, sin agroquímicos. “La mayoría de los cafetales son viejos, con plantas de una edad promedio de 30 años, aunque hay áreas de renovación, con plantas jóvenes de edad aproximada de 15 años” (Domínguez, entrevista personal, 2006). Las labo-

res culturales como son la limpia, la cosecha, el despulpado y lavado del grano, se realizan con el trabajo de la familia. Sin duda, el café es el producto más importante de la economía campesina de la zona, pues 80 por ciento del ingreso monetario proviene de su venta y el resto de actividades asalariadas, recursos institucionales y de la ocasional comercialización de la fruta y otros cultivos.

- Antecedentes

En marzo de 1981 un grupo de campesinos indígenas productores de café, y el equipo misionero de la diócesis de Tehuantepec, se reunieron para analizar sus problemas y decidieron emprender, en forma organizada, una lucha para vender mejor su café, por el que recibían un pago injusto. Algunos campesinos de Guevea de Humboldt y de Santa María Guienagati se arriesgaron a vender más de 35 toneladas con la Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC) de Misantla, en Veracruz. El buen precio obtenido los animó y para la cosecha del ciclo 1982-1983, campesinos de Santiago Lachiguiri, San José el Paraíso, Santo Domingo Petapa, Guadalupe Guevea y San Pablo Topiltepec, ya estaban organizados en la cooperativa (Van der Hoff, entrevista personal, 2006). Así, aunque el eje de la organización es la producción, beneficio y comercialización del café orgánico, en general surge para mejorar las condiciones de vida de los campesinos, ya que la UCIRI impulsa proyectos sociales de bienestar, en distintos rubros.

Desde hace más de cien años se siembra café en la zona, con poca asistencia técnica y baja productividad. La mayoría de los cafetales son de altura, entre los 800 y 1 200 metros sobre el nivel del mar.

Por falta de caminos en la montaña y de bestias, los cafeticultores vendían el café en forma de cerezo húmedo o seco y muy poco café pergamino, pues no tenían despulpadora, ni cómo hacer el beneficio.

A las comunidades venían los compradores con sus bestias de Ixtaltepec, Ixtepec, etc. Traían ropa, sal, azúcar, cemento y otros productos que cambiaban por café, siempre robaban, traían básculas romanas en mal estado, con sus resortes rotos, engañando en peso y precio a los pequeños productores indígenas (Domínguez, 2006).



En el año de 1973 llegaron el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé) y enseguida los técnicos del Banco Nacional de Crédito (Banrural). El gobierno mexicano trató de dar solución al problema de los caciques. Esto significó un progreso en las montañas: hubo cambios significativos en la producción y en la vida de las comunidades, pues se tuvo asistencia técnica, precios de garantía, mayor productividad y créditos.

La situación comenzó a cambiar en los años siguientes. Los campesinos se endeudaron con el Banrural, debido a que en los centros de acopio de café se les descontaba por las condiciones de humedad o de manchado, según era entregado. Pronto el dinero del café —recordemos el contexto de la crisis que estalló desde inicios de los años ochenta— no alcanzó para sufragar los gastos de las familias campesinas y para colmo terminaron endeudados con el banco, que se negaba a hacer válidos los seguros que compraban los campesinos e imponía tasas de interés muy elevadas. Fue así como se negaron a pagar y decidieron organizarse para vender mejor su cosecha y suprimir a intermediarios.

De esta forma, el descontento campesino promovió la integración de la organización en 1981, misma que quedó legalmente establecida en el año 1983 con el nombre Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, con registro agrario 130-8415/83.

Esta organización la forman campesinos indígenas cafeticultores de la zona centro y norte del istmo de Tehuantepec. En esta región habitan indígenas zapotecos y mazatecos; chontales de la zona sur e indígenas de la zona mixe media y alta, así como chatinos de la costa de Oaxaca. Actualmente la cooperativa agrupa a 57 comunidades y a más de 2 700 socios activos (Van der Hoff, 2006; García, 2006). De igual manera, existen dentro de la UCIRI, comunidades de la región este de Chiapas que recientemente han decidido participar de los beneficios que hasta ahora se han conseguido con mucho trabajo, por lo que acopian su café y reciben un mejor pago por el mismo.

#### • ¿Qué defienden y qué anhelan?

LA TIERRA. No usan fertilizantes químicos, pues la tierra, bien cuidada, no los necesita. Para mejorar el suelo y las plantas, aplican programas de abono orgánico, composta, resepa,<sup>6</sup> terrazas, siem-

<sup>6</sup> Resepa de cafetos se refiere a la labor de depuración de plantas improproductivas que tiene lugar como parte del proceso de mantenimiento de un cafetal adulto.

bra de leguminosas, poda de plantas y árboles de sombra, todo esto tal y como sus antepasados lo han realizado.

**EL TRABAJO, Y LOS FRUTOS QUE LES DA.** No regalan el café a los acaparadores, sino lo venden al exterior directamente o a cooperativas en la región. No quieren depender totalmente de un cultivo, por eso en lugar de plantar más café intentan mejorar los cafetales que ya tienen, y a sembrar más maíz, frijol, verduras y frutales como zarzamora, maracuyá, etcétera.

**LA SALUD.** Quieren comer mejor, con verduras y frutas, usar medicinas de hierbas sanas y tener la casa limpia, para poder trabajar mejor, estar alegres y con menos preocupaciones.

**VIVIR EN UNA CASA DIGNA Y HUMANA,** con cocina con su estufa Lorena, baño limpio (letrina seca), cuartos cómodos y patio de secado. Siguen luchando porque los pueblos tengan luz, agua potable y comunicación.

**MANTENER LA CULTURA Y CONOCIMIENTOS PROPIOS.** Mejorarla en lo necesario y valorar las cosas buenas de los antepasados, animándose a hablar su propia lengua. También desean autoridades que sirvan y ayuden, no que los engañen.

**ORGANIZARSE CADA VEZ MEJOR,** tomando más conciencia de sus luchas y sus prácticas, de lo que pueden y tienen que hacer. Los miembros de la UCIRI no se consideran miserables, pero sí se consideran pobres. Son seres humanos que defienden su dignidad y tienen esperanza y fe en ellos mismos; mantienen una fe religiosa, aunque no necesariamente católica, que los une, identifica y mantiene en contacto con todos los otros seres vivos que los rodean. Así, podemos hablar de campos de relaciones sociales que trascienden al individuo y nos muestran la construcción de un sujeto social que sólo es mientras los otros son, es decir, el complemento de cada elemento para la vida de muchos otros seres entrelazados entre sí, tierra, plantas, animales, personas, montañas, cielo, lluvia, etcétera.

- Estructura organizativa

Cada grupo comunitario de la UCIRI nombra una mesa directiva, un Consejo de Vigilancia, así como representantes fijos y comités para las distintas áreas de trabajo locales. Éstos ofrecen su servicio durante uno o dos años. Los representantes fijos y un miembro de las mesas directivas se reúnen en asamblea ordinaria los días 29 y 30 de cada mes en Lachivizá, Guienagati, para estudiar sus problemas y hacer planes. Llevan por escrito a sus comunidades lo tratado en la asamblea para discutirlo en la reunión de socios.

Es obligación de socios, delegados y comités participar en reuniones y asambleas. La falta injustificada significa una multa (un día de tequio, o como lo decida el grupo). En el nivel central, la UCIRI tiene un Consejo de Administración (cuatro personas), un Consejo de Vigilancia (cuatro personas), con sus respectivos suplentes y además cuenta con delegados de los diferentes pueblos. A los consejos de Administración y de Vigilancia, y a los delegados oficiales, se les nombra para que ocupen ese cargo por tres años. También en la Asamblea de Delegados se nombran a los Comités Centrales para las diferentes áreas, los cuales, junto con el Consejo de Administración, llevan las líneas generales del trabajo e informan a la asamblea de los avances y de los problemas que se presenten.

Básicamente los tipos de trabajo que realizan los comités centrales son: Salud, Educación, TCO (trabajo común organizado), Proyecto orgánico, CEC (Centro de Educación Campesina), Transporte (UPZMI S.C.L), Ferretería (Lachinavani, S.A de C.V), Elaboración de mermeladas, Proyecto de las Mujeres, Proyecto de Asistencia Técnica, Fondo de Ahorro y Crédito (FAC), Confeccionadora (Xhiina Guidxi S.C.L) y la comercialización nacional e internacional de sus productos, sobre todo del café.

### *La UCIRI y el comercio justo: los desafíos de la producción y la exportación*

Un registro que debió obtener la UCIRI fue el de exportación e importación. Fue la primera organización independiente que lograba este registro, pues, en ese tiempo sólo lo tenían los grandes finqueros y "coyotes". Cumplir los requisitos costó mucho trabajo y algunas veces perdían la paciencia y la esperanza, pero con el esfuerzo de varios delegados y sobre todo de los Consejos de Administración y Vigilancia, por fin las autoridades dieron el permiso, quizás no de buena gana, pero sí por su insistencia y perseverancia, el día 20 de febrero de 1985 (García, 2006).

Este proceso fue muy difícil, porque antes de 1985, la organización tenía que comprar cuotas de exportación por medio de la ARIC-Nacional, que conocía muy bien este sistema de cuotas, establecido por la Organización Internacional del Café.

Paradójicamente, con la liberalización del mercado cafetalero y la ruptura del AIC a finales de los ochenta, UCIRI ya no tuvo necesidad de acceder a cuotas de exportación y, al adquirir los per-

misos adecuados, pudo exportar en el momento en que quisiera (Van der Hoff, 2006).

De ahí una las ventajas que obtuvo la organización en esta recomposición del mercado mundial del café.

Entre tanto hicieron visitas algunos holandeses y alemanes que tenían mucho interés en apoyar la lucha que comenzaba en las montañas del istmo.<sup>7</sup> Eran representantes de grupos de solidaridad que compran café directamente con los campesinos pobres, un movimiento de la sociedad civil, jóvenes, amas de casa, estudiantes con una organización llamada Mercado Alternativo. Ellos compran productos sin intermediarios y con precios acordados con los pequeños productores organizados dan información a los consumidores sobre las condiciones del mercado libre, que no es tan libre para los pobres y explotados.

Para la cosecha 1986-1987, la UCIRI realizó su primera exportación directa a Simón Levelt, de Holanda, y GEPA en Alemania; y así poco a poco sus granitos de café atravesaron los mares hasta llegar a Alemania, Holanda, Suiza, Suecia, Italia, Francia, Austria, Japón, Canadá y Estados Unidos.

“Queremos vender nuestros productos en dignidad” (Domínguez, 2006). Por esto se desarrolló un mercado alternativo con consumidores solidarios sobre todo en Europa, Estados Unidos y Canadá, el mercado Max Havelaar, Transfair. De igual forma, se ha apoyado también el mercado justo de México, para poder vender sus productos más eficientemente en el mercado nacional a través de la comercializadora Agromercados.

En 1987 cuatro socios de la UCIRI estaban invitados por una ONG (Solidaridad) en Holanda para promover su producto, el café or-

<sup>7</sup> Fue una visita de sorpresa de algunos miembros de GEPA (un ATO) y el representante de la firma Simon Levelt, Hans Levelt (el dueño de una empresa familiar). Con ellos hicieron los primeros contratos en 1986 para exportar de forma directa unos cuatro mil sacos de café. Junto con ellos llegó un agrónomo de origen holandés, que trabajaba en una institución alemana y promovía la agricultura orgánica. Él se quedó unas dos semanas visitando varias comunidades y cafetales. Su conclusión fue que de hecho la producción de café de los productores era “orgánica por negligencia”. Esto lo animó para implementar nuevas técnicas en los cafetales y los conectó con una certificadora alemana, Naturland, que llegó para hacer la inspección y la certificó como orgánica. En aquel entonces no había tantos requisitos burocráticos para la certificación. Por eso fue necesario que la UCIRI misma hiciera sus propias reglas internas para la producción orgánica.

gánico. Pronto se dieron cuenta que el Mercado Alternativo (ATO's) fue muy poco accesible al público en general y los cuatro propusieron ampliar este mercado sobre todo a las tiendas y supermercados donde el público normalmente hace sus compras. La esperanza fue que un mayor grado de accesibilidad y puntos de venta podría aumentar considerablemente la venta del café. Formaron un pequeño equipo (el jefe de Solidaridad, el señor Niko Roozen y el asesor de la UCIRI, Francisco Van der Hoff) para investigar las posibilidades del desarrollo del mercado justo. Esto dio como resultado, en 1989, la formación de la entidad Max Havelaar de Holanda como primera iniciativa, que después, en más de 17 países industrializados, logró su establecimiento con la coordinación de FLO en Bonn, Alemania.

Se trata de mercados de nicho económico que comercializa y distribuye café justo y otros productos de pequeños productores del Sur, en tiendas de distribución masiva o hipermercados. Tienen nombres diferentes, según el gusto y alcance en cada país, sobre todo europeos. Ahora se vende este café en diferentes mercados, bajo el intercambio y el modelo de comercio alternativo (véase el cuadro 4).

De esta forma, se construye la segunda fase del mercado justo. La primera fue de los Mercados Alternativos y las tiendas del Tercer Mundo (ATO's, por sus siglas en inglés) con los cuales la UCIRI sigue en contacto y haciendo contratos de exportación, como son GEPA (Alemania), CTM (Italia) y Sacheus (Suecia). Y la segunda, se constituye con la creación de Mercado Justo Max Havelaar que ingresa a circuitos comerciales más amplios y eficientes, desde el punto de vista económico, en países industrializados con mayor consumo per cápita de estos productos.

La UCIRI ha comprado solidariamente diez por ciento de acciones de la empresa alternativa Sacheus, con la intención de propagar mecanismos solidarios en la producción y comercialización de bienes concebidos y generados desde el esfuerzo compartido y recíproco de hombres y fuerzas de la naturaleza (Van der Hoff, 2005).

#### EL PRECIO DE COMERCIO JUSTO

El sistema básico de la fijación del precio, bajo condiciones del mercado justo, es el precio mínimo que en el caso de los cafés arábigos está en 121 dólares por 100 libras. Además, hay un sobreprecio social de cinco dólares, y para lo orgánico certificado hay 15 dólares más. Significa que los 121 van al productor (menos gastos de ope-

CUADRO 4  
VENTAS DE CAFÉ DE COMERCIO JUSTO-UCIRI, 1999-2001  
(EN KILOGRAMOS)

<i>Mercado</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Trans Fair, Austria	283 843	299 484	332 261
Max Havelaar, Bélgica	477 236	547 853	582 203
Trans Fair, Canadá	77 600	154 224	258 124
Max Havelaar, Dinamarca	695 361	742 437	697 070
REK, Finlandia	35 600	90 648	97 000
Max Havelaar, Francia	270 300	495 425	945 000
Trans Fair, Alemania	3 332 237	3 098 440	3 127 650
Fair Trade Federation, Gran Bretaña	1 237 060	1 332 240	1 647 640
IFTN, Irlanda	40 490	55 000	62 000
Trans Fair, Italia	353 347	398 511	457 000
Trans Fair, Japón	6 200	6 600	6 569
Trans Fair, Luxemburgo	69 316	64 129	77 320
Max Havelaar, Holanda	3 185 513	3 101 923	3 104 681
Max Havelaar, Noruega	54 700	125 313	178 851
Rättvisse Market, Suecia	218 005	216 886	253 569
Max Havelaar, Suiza	1 424 584	1 381 860	1 306 415
Trans Fair, Estados Unidos	54 971	707 000	1 263 000
Total	11 816 363	12 817 973	14 396 353

FUENTE: UCIRI (2002).

ración), y los cinco van a proyectos sociales, decididos por los delegados como proyectos locales del grupo, en forma de mejora de la casa (letrina seca, estufa —de lodo y arena—, etc.), mientras que los otros 15 van para los programas orgánicos, tales como el CEC (Centro de Educación Campesina), la asistencia técnica y un premio o bono para los productores (Van der Hoff, 2006; Domínguez, 2006).

De tal suerte que los motivos principales para entrar en los Mercados Alternativos y la creación del Mercado Justo Max Havelaar fueron varios, entre otros:

#### MOTIVOS NEGATIVOS

- El precio de café que recibían no era suficiente para mantener a las familias.

- Los bancos no querían prestar dinero para poder cortar el café y buscar otros mercados que no fuera el de los coyotes (acaparadores).
- Tenían hambre por falta de dinero y no había los productos de primera necesidad en los pueblos.
- Se enfermaban y no había centros de salud o médicos.
- No había un sistema de transporte. Todo se tenía que transportar a espaldas o por mula en las brechas y barrancas de la montaña.
- Muchos pueblos no tenían acceso al agua potable, electricidad y menos al teléfono u otro medio de comunicación más rápido.
- La educación de los niños fue un desastre y los maestros se ausentaban por semanas.
- Las casas estaban en muy mal estado.

#### MOTIVOS POSITIVOS

- Acceso más directo al mercado del café.
- La creación de canales propios de comercialización (Max Havelaar, FairTrade, Carrefour, Mercado Justo de México, etcétera).
- Mejoramiento de la calidad y la producción orgánica y la colaboración en la creación de la certificadora mexicana (Certimex).
- Ingresos más estables y más altos que por medio de los canales tradicionales.
- Acceso a créditos mediante bancos y fondos de crédito y la capacidad de negociar con autoridades locales, regionales y nacionales.
- Desarrollo de proyectos alternativos y de servicio (salud, abasto, mejoramiento de casa, transporte, etcétera).
- La creación de la infraestructura, como bodegas centrales y locales, los dos beneficios (Lachivizá e Ixtepec), fábrica de mermelada y la confeccionadora.
- Manejo de transporte (línea de autobuses), para mejorar el traslado.
- Distribución de productos de primera necesidad (TCO).
- La organización que como tal puede negociar con instancias con mayor impacto y fuerza.
- Creación de proyectos de mujeres organizadas y de jóvenes.

- La creación del centro de educación y entrenamiento (CEC).
- La creación de redes de organizaciones y la participación en foros regionales, nacionales e internacionales.
- La capacitación de cuadros que no solamente hacen su servicio en la organización, sino también en los municipios (varios servidores han sido nombrados presidentes municipales, etcétera).
- La lucha contra los coyotes locales ha logrado que todos hayan abandonado sus actividades de coyote.
- La recuperación del orgullo de ser indígena, no en una forma romántica, sino como habitantes ancestrales de su tierra y país.
- La creación de cuadros técnicos que pueden dar asistencia a los socios en cuestiones de producción, organización, administración, etcétera.

En cuanto a los beneficios sociales y económicos del comercio justo para las familias de los productores, vemos que a pesar de percibir mayores ingresos no se puede decir que éstos son adecuados para la sobrevivencia de la familia.<sup>8</sup> El acceso a la educación en la zona es muy pobre e inadecuado. Los estándares de vida han mejorado y entre los socios ya no hay indicios de miseria extrema, pero la pobreza persiste en sus múltiples caras.

- Problemas y soluciones de las redes de comercio justo

En el principio (desde 1989 hasta 1992), la UCIRI participaba en el Consejo de Administración de Max Havelaar, en Holanda, como representante de los productores. Con el tiempo y la reestructuración en el ámbito internacional, la representación de los productores disminuyó hasta el mínimo. En la actualidad participan dos representantes de productores en el consejo de FLO. En general, el mercado justo no ha llevado a cabo en amplitud prácticas democráticas y por un tiempo los productores estaban completamente fuera de la toma de decisiones importantes. En la IFAT (International Federation of Alternative Trade, los ya mencionados ATO's), otro

<sup>8</sup> Se ha incrementado el ingreso promedio en 200 por ciento, pero en el año de 2006, el ingreso por día de cada familia fue de 18 pesos. No es gran cosa, pero en la sierra, los no organizados tienen que mantener a sus familiares con sólo seis pesos diarios solamente calculando ingresos por la venta de café (Van der Hoff, entrevista personal, 2006).



organismo extranjero certificador de agricultura orgánica en el mundo, existe una mayor participación de los productores. Aunque lamentablemente la UCIRI no es miembro de ésta, pues en términos prácticos y económicos, no es tan simple participar en todos los gremios del comercio justo para todos los productores y organizaciones.

Por ello, la organización ha convocado a los ATO's y FLO's para unificarse, pero no ha sido fácil, ya que romper intereses particulares para formar frentes comunes, representa una tarea constante y ardua, sobre todo para mejorar el mercado y la situación de más productores, puesto que estas iniciativas operan de vez en cuando en los mismos mercados, generando una competencia inútil entre productores y organizaciones. De tal suerte, hemos encontrado varios problemas con el mercado justo, que a decir de Francisco Van der Hoff (2006) representan puntos a superar con más trabajo y organización socioeconómica, por ejemplo:

- Pagos tardíos de clientes del Mercado Alternativo, miembros del sistema FLO.
- Poca comunicación con las instancias del mercado justo.
- Decisiones tomadas sin conocimiento de las organizaciones.
- Por un tiempo no hubo participación democrática en el sistema. Hay una estructura piramidal donde la cúspide pierde la conexión con la base.
- Existe una debilidad en la elasticidad del mercado justo por falta de promoción y concertación de los elementos de un mercado diferente. El peligro existe para que el sello del mercado justo se vuelva una marca de la cual extraigan ganancias empresas transnacionales, entre otros actores más.

Mediante presión se han logrado algunas soluciones, por ejemplo, que clientes del sistema de comercio justo pagaran (después de cinco meses) lo debido. "Ahora las relaciones se han mejorado considerablemente, creando mayor comunicación directa con los importadores y torrefactores" (Van der Hoff, entrevista personal, 2006). También, se advierte, que la comunicación con FLO se mejoró bastante y así, discusiones sobre políticas de los productores con representantes del mercado justo, se realizan ahora con mayor frecuencia. Pero algunos problemas en el desarrollo del mercado persisten y se acentúan. A fin de cuentas, el mercado justo ha sido una

propuesta concreta del Sur para el Norte, pero no ha logrado madurar en una solución a los problemas del desarrollo social y económico del propio Sur.

#### CONCLUSIONES

La idea inexorable, práctica y teórica, de consolidar el desarrollo en pueblos que carecían de él, ha sido inaplicable en muchos de los casos y, en general, ha resultado depredadora del ambiente por estar basada en el alto consumo de energía barata no renovable que apuesta por un modelo de crecimiento cuantitativo que pospone la “cualidad” del desarrollo motivado desde los recursos, agentes y conocimientos propios de cada país en el Sur. Este modelo no es sostenible como patrón para toda la humanidad.

Carece por completo de sentido seguir sacrificando a generaciones enteras de habitantes de los países pobres, en función de una meta de desarrollo y bienestar material modelada a imagen de la situación actual de los países ricos, cuando —para la mayoría de los habitantes de estos países— ésta es una meta que nunca podrá ser lograda (Lander, 1994:115).

Como hemos visto en el mercado mundial y en el propio sector alimentario, las negociaciones y decisiones referentes a la apertura de los mercados no son sólo económicas sino simultáneamente, “trascendentes decisiones políticas y culturales” (Lander, 1994:109), con intereses contradictorios y concretos para los diversos actores que particularizan su acción dentro del mercado.

El único criterio considerado como válido para decidir si se produce, comercializa y distribuye un determinado bien, sería su costo de producción (si cuenta o no con ventajas comparativas), independientemente de las implicaciones que ello tenga desde el punto de vista de la organización de la sociedad, o para la preservación o destrucción de tradiciones o recursos del medio.

De ahí la relevancia que tuvo en la década de los ochenta la capacidad que tuvieron los campesinos cafecultores (sobre todo los agrupados en la UCIRI en estos primeros años), para imaginar *la urgencia de un mercado justo y su capacidad de realizarlo, y con ello, la promoción de una nueva forma de desarrollo “no marginal” para los pueblos involucrados*. Los movimientos sociales y campesinos que dieron apertura a tales propuestas y demandas apuntan hacia

mecanismos más democráticos y justicieros en las experiencias de mercado, donde los intereses contrarios se supediten al bienestar integral de las cadenas, sus costos, pero por sobre todo, al bienestar de los sectores que históricamente no han recibido el pago justo por sus esfuerzos, desvalorizando sus conocimientos y energía laboral. Sin duda, el mercado justo pone sobre la mesa tal discusión.

Proyectos de este tipo poseen la ventaja, por un lado, de ser experiencias ya concretadas y reales por sistemas de producción cafetalera. Cumplen un papel clave en el mantenimiento ambiental e incorporan técnicas agrícolas adecuadas a las condiciones socioeconómicas de los campesinos en países periféricos.

Con el lema “Mercado sí, caridad no”, la UCIRI se lanzó a promover un tipo de mercado que no condicionara la vida y los intercambios multifacéticos por igual. *Para ello el mercado no es lo que determina la vida. La vida es más que el mercado. Y ninguna relación determina, sino, más bien, codetermina.* Y aunque no se observa un desprecio total por prácticas de intercambio, pues, se producen artículos para uno mismo y para otros que los requieren también, se trata incluso de una

[...] propuesta ancestral de canjear productos por diversos medios, como el mismo trueque, para satisfacer la necesidad de vender lo que se produce de más y comprar lo que falta en casa. Pero no se puede tener y crear al dinero como un fin para manejar mercancías y para hacer más dinero (D-M-D) (García, entrevista personal, 2006).

Para los campesinos es ahí cuando se habla de un mercado ajeno al entorno social y natural donde éste se desenvuelve.

Sin embargo, el mercado justo no es la panacea. Es un nicho minúsculo al que pocos pueden acceder. Su crecimiento fue importante pero se ha hecho lento y tiene fuertes costos de transacción sufragados mayoritariamente con trabajo voluntario. La certificación cuesta y cuando hay que obtener varias para acceder a distintos mercados puede resultar incosteable, y a fin de cuentas resulta que en algunos aspectos se comporta como cualquier mercado, porque siendo mayor la oferta que la demanda, los productores compiten por la entrada y finalmente la calidad del producto es la que abre las puertas del sobreprecio justiciero. Pero estos “asegunes” también son virtud, pues nos hablan de un proyecto realista, que seguirá siendo útil para algunos, además de paradigmático e inspirador para otros, en la medida en que se contamine todo lo que ha-

ga falta del mercado, pero mantenga vivos sus principios y valores. Y en esta línea se observan las estrategias de mercado que muchas transnacionales del negocio del café están incorporando para vender productos como “café justo y solidario con los pequeños productores”.

En resumen: el comercio justo es una práctica comercial basada en la eficiencia económica, sostenibilidad social y sustentabilidad ecológica. El precio integral es el instrumento que se requiere para la realización de estas normas. En este enfoque, el comercio justo se conforma a las leyes económicas y responde a intercambios simbólicos y económicos, distintos a los del mercado dominante.

EN PRIMER LUGAR: Comercio justo no significa vender más. El comercio justo tiene por objetivo cambiar las injustas reglas del comercio internacional y someter al comercio a las necesidades de los pueblos y de los sectores oprimidos. En consecuencia, vender más no es un objetivo final en sí mismo, sino un medio para sensibilizar y para apoyar solidariamente a los productores en el Sur, en una lucha común por un sistema político y económico solidario y respetuoso con el medio ambiente y las personas.

Vender más a través de las grandes superficies de los supermercados nunca nos permitirá modificar las injustas reglas del sistema comercial ya que éstas son las primeras interesadas en mantener un modelo comercial injusto que les reporta importantes beneficios económicos (Vivas, 2007).

EN SEGUNDO LUGAR: Comercio justo no es un listado de criterios. No podemos limitar el comercio justo a una serie de criterios aplicados a la producción de origen. El comercio justo es algo mucho más complejo que un producto producido con base en unos criterios de justicia social y ambiental; el comercio justo es un proceso comercial que va desde el productor al consumidor final y que tiene en cuenta toda una serie de actores que participan en esta cadena comercial (importadora, transformadora, distribuidora, etc.). No podemos someter al productor del Sur al cumplimiento de una serie de criterios en la producción (pago de un salario digno, organización democrática, políticas de género y respecto al medio ambiente) y no aplicar al resto de actores, que participan en esta cadena, estos mismos criterios.

EN TERCER LUGAR:

Comercio justo no significa sólo una relación comercial con el productor. No podemos limitar el Comercio Justo a una mera

transferencia monetaria Norte-Sur. Debemos trascender esta visión asistencial por una perspectiva de solidaridad internacionalista entre productor y consumidor, en lucha contra el modelo de globalización capitalista (Vivas, 2007).

Los supermercados someten y explotan al pequeño productor y agricultor con el objetivo de conseguir unos productos cada vez más baratos, pagando incluso por debajo del precio del costo. No en vano la renta agraria disminuye año tras año. Los campesinos cada vez reciben menos dinero por su producción y los consumidores cada vez pagamos más por estos productos. ¿Quién se beneficia?

EN CUARTO LUGAR: Comercio justo no sólo implica una relación Norte-Sur. La justicia en las prácticas comerciales no sólo debe limitarse al comercio entre países del Norte y del Sur, debemos reclamar una justicia comercial tanto en el nivel internacional como en el nivel estatal y local y, por lo tanto, exigir también un comercio justo Norte-Norte y Sur-Sur. Un comercio justo estatal y local implica poner énfasis en la comercialización de productos locales y de proximidad, elaborados por actores de la economía solidaria, y defender el derecho de los pueblos a la soberanía alimentaria.

Las grandes cadenas de distribución promueven una agricultura y una producción deslocalizada para conseguir productos tan baratos como sea posible, elaborados en países del Sur vulnerando los derechos ambientales y laborales, para luego venderlos tan caros como puedan. Éstos son los responsables de un consumo de alimentos viajeros que recorren miles de kilómetros antes de llegar a nuestras mesas (Vivas, 2007).

De esta manera, el comercio justo se anticipa a una economía sostenible. Una economía no sólo eficaz, sino también sostenible desde un punto de vista social y ecológico. Los aspectos sociales y ecológicos de la producción son definidos y enfocados en su dimensión económica, para superar el actual modelo de desarrollo económico que ha significado

[...] transferir volúmenes gigantescos de recursos humanos, financieros y materiales hacia la industria, despojando y empobreciendo otras actividades económicas como la agricultura, la artesanía, la educación y la salud (Razeto, 2006:10).

De ahí el camino invertido que develan algunas propuestas de economía solidaria orientadas a la satisfacción de necesidades básicas, pues

[...] si algo se debiera de priorizar serían exactamente aquellas ramas o sectores de la economía que proveen los bienes y servicios que las satisfagan, o sea la agricultura, la educación, la salud, y también las manufacturas e industrias relacionadas directamente con ellas y que no son precisamente las de gran tamaño, ni las que requieren inversiones gigantescas (Razeto, 2006:10).

Por último, ¿en qué medida la participación de los socios de la UCIRI en el mercado justo ha mejorado la situación del campo de los pequeños productores del istmo? La verdad es que muy poco, a pesar de los grandes esfuerzos. Los ingresos han aumentado un cien por ciento. Antes tenían un dólar de ingreso al día, hoy ya son dos dólares diarios. La coyuntura y el proceso histórico mexicano respecto al campo no les dan muchas posibilidades de hacer un desarrollo en el sentido occidental.

No tenemos que olvidar que, en términos generales, el campo, y sobre todo el campo del pequeño productor, fue siempre el subvencionista para el desarrollo industrial de los grandes centros y ciudades (Van der Hoff, 2005:71).

También, a pesar del arduo trabajo de la UCIRI en cuanto a la organización y concientización, existe un desnivel de participación social, política y cultural de los socios: 65 por ciento de ellos son luchadores en las buenas y en las malas; sin embargo, el resto está constituido por oportunistas que sólo ven el provecho económico y éste no es muy grande. Son fácilmente manipulados por chismes, promesas del partido (PRI), y optan por el mejor postor (Van der Hoff, 2006; Domínguez, 2006). De igual forma, se ha incrementado el ingreso pero no es suficiente. Los rezagos son grandes: se carece de infraestructura, como carreteras, medios de comunicación; no hay una regular atención médica y se carecen de doctores de planta en los pueblos; las casas no son adecuadas para muchos; los productos de primera necesidad se encarecen en las comunidades, etc. Esto significa que el factor costo de vida es más alto que en los centros urbanos.

Aunado a lo anterior, se descuidó por mucho tiempo el mercado nacional, pues había más interés en exportar para recibir dólares y financiar proyectos. Sin embargo, se ha aprendido que en México se debe producir para un mercado de los mexicanos. Así, la UCIRI funda el Mercado Justo México, pero es un espacio incipiente que requiere más atención y divulgación.

Por ello, “potenciar los usos y costumbres productivos de los campesinos, en organizaciones que son en sí una comunidad de comunidades. Asumir el desdoblamiento de los bienes en mercancías, pero no la inversión y el cambio de sujeto, de modo que el valor de uso siga imperando sobre el de cambio. Crear aparatos económicos eficientes y competitivos cuyos administradores manejen con prestancia las mañas empresariales pero pongan siempre por delante los objetivos sociales y la calidad de vida de sus agremiados” (Bartra, 2001). Esta es la utopía de los huerteros indígenas que se viene realizando en organizaciones como UCIRI. Y es también el paradigma de un proyecto para el Sur digno de ser impulsado.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARANDA J. (2004), “El sistema campesino-indígena de producción de café”, en Suplemento *La Jornada Ecológica*, Café: sustentable, orgánico y mexicano, lunes 30 de agosto.
- BARTRA, A. (2001), “Sur: megaplanes y utopías en la América equinoccial”, en <<http://www.laneta.apc.org>>, México.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS SUPERIORES EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL (CIESAS), Unidad Golfo (2003), Xalapa, en <<http://www.ciesas.golfo.edu.mx>>.
- CONSEJO MEXICANO DEL CAFÉ, Informes Anuales, varios años.
- FAIR TRADE LABELLING ORGANIZATIONS INTERNACIONAL (FLO) (2003), Bonn, abril, en <<http://www.fairtrade.net>>.
- FORBES (1996), Número Anual de la Revista.
- GÓMEZ CRUZ, M., L. GÓMEZ y R. SCHWENTESIUS (1999), *Desafíos de la agricultura orgánica. Certificación y comercialización*, México, Mundi-Prensa, CIESTAAM-UACH.
- LANDER, E. (1994), “América Latina: historia, identidad, tecnología y futuros alternativos posibles”, en Edgardo Lander (ed.), *El límite de la civilización industrial. Perspectivas latinoamericanas en torno al desarrollo*, Caracas, ALAS/FACES/UCV/Nueva Sociedad.
- LLAMBÍ, L. (1992), “Economías abiertas y mercados cerrados. La difícil inserción de la agriculturas latinoamericanas en la economía global”, ponencia presentada en el Seminario Internacional del Área Agroalimentaria del Doctorado de Ciencias Sociales, México, UAM-X, del 17 al 18 de noviembre.
- MONROY, M. (2004), “¿Qué hay detrás de una tasa de café? Datos básicos de café”, en *Rostros y Voces-Trato Justo A.C.*, <<http://www.vinculando.org>>, México.

- MORETT, J. (1987), *Agroindustria y agricultura de contrato en México*, México, Pueblo Nuevo/UACH.
- OBSERVATORIO DE CORPORACIONES TRANSNACIONALES (OCT), IDEAS/ Eco-justo, *Boletín: las transnacionales del sector café*, Ayuntamiento y Diputación de Córdoba, España.
- POLANYI, K. (1957), *The Great Transformation*, Boston, Beacon Press.
- RAMÍREZ, J. (1999), “La experiencia de UCIRI en México”, en Gómez Cruz et al. (coords.), *Producción, comercialización y certificación de la agricultura orgánica en América Latina*, México, UACH-CIESTAAM/AUNA, pp. 119-132.
- RAZETO, L. (2006), “Desarrollo económico y economía de solidaridad. El desarrollo como expansión, transformación y perfeccionamiento de la economía en el tiempo”, en *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, año 5, núm. 15, Santiago, Chile, pp. 27-39.
- RENARD, M. (1999), *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los productores de café*, México, CEMCA/ Embajada del Reino de los Países Bajos/ISMAM/CEPCO/UACH/ PDRCAFE.
- ROSSET, P. (2002), “El hambre en el tercer mundo y la ingeniería genética: ¿una tecnología apropiada?”, en *La vida en venta: transgénicos, patentes y biodiversidad*, Buenos Aires, Heinrich Boll.
- RUBIO, B. (1998), “Globalización, reestructuración productiva en la agricultura latinoamericana y vía campesina 1970-1995”, en *Cuadernos Agrarios*, núm. 17-18, México.
- (2002), “Los impactos de la globalización sobre el campo mexicano”, ponencia presentada al II Congreso Mundial sobre Desarrollo Rural en el Marco de la Globalización, La Guardia, España.
- TEUBAL, M. (1995), *Globalización y expansión agroindustrial: ¿superación de la pobreza en América Latina?*, Buenos Aires, Corregidor.
- UCIRI (2002), Archivo de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Itsmo, disponible en <[http://www.colostate.edu/dept/sociology/FairtradeResearchGroup/doc./UCIRI\\_final.pdf](http://www.colostate.edu/dept/sociology/FairtradeResearchGroup/doc./UCIRI_final.pdf)>.
- VAN DER HOFF, F. (2005), *Excluidos hoy, protagonistas del mañana*, México, Agroestrategias/UCIRI.
- VIVAS, E. (2007). “¿Comercio justo en el súper?”, en Consumo Solidario-España, <[www.ecoport.net](http://www.ecoport.net)>.



*Entrevistas*

MARCELINO DOMÍNGUEZ (2006), presidente del consejo de administración (2004-2006) y pequeño productor de UCIRI.

RAFAEL GARCÍA (2006), secretario de vigilancia de UCIRI-central (2004-2006) y pequeño productor asociado.

FRANCISCO VAN DER HOFF (2006), asesor de la UCIRI.



## COMERCIO JUSTO Y PROCESOS ORGANIZATIVOS DE CAFETICULTORES

*Perla Vargas Vencis\**

### RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar cuáles son los criterios que demanda el comercio justo para que los pequeños productores tengan acceso a este mercado y en cuanto al precio del producto, cuál es el beneficio que llega a manos del cafeticultor. Para cumplir este propósito, analizaré cuáles son las exigencias de este mercado a partir de la experiencia de pequeños productores de café orgánico. Como han señalado estudiosos del tema, este nicho de mercado aparece en un momento en el que puede apalancar a las organizaciones cafetaleras para enfrentar uno de los momentos más complejos de la crisis internacional de los precios del café (1989) y comercializar en condiciones más favorables o menos desventajosas. La reflexión está centrada en la identificación de un candado que presumo importante y que tiene que ver con la difusión de la información sobre los precios y el beneficio económico que, finalmente, obtienen el productor por comercializar en este nicho.

### INTRODUCCIÓN

A partir del análisis de una experiencia de asociación de pequeños productores de café orgánico, que formaron una organización para realizar de manera colectiva el procesamiento y comercialización del aromático, este trabajo se propone exponer cómo funcionan los canales de información, específicamente sobre el premio

\* Profesora de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas. Correo electrónico: <taniperlas14@hotmail.com>.

social, un incentivo económico que el comprador otorga al pequeño productor, cuando cumple con los principios del comercio justo y, sobre todo, cuando produce de manera orgánica.

Los cafecultores, sujetos del estudio, tienen presencia en la región Selva-Fronteriza de Chiapas. Sus bases sociales están integradas por campesinos, ejidatarios y vecindados. Son indígenas mayas (hombres y mujeres) aunque también alberga, en forma minoritaria, a población hablante de castellano, que desde 1970 se asentó en la región proveniente de otras latitudes de Chiapas (Altos, Sierra, Fraylesca y Costa) y de los estados de Guerrero, Campeche, Michoacán y Veracruz y población proveniente de Guatemala que a principios de 1980 se refugió también en esas tierras, es decir, los cafecultores habitan en un escenario lingüística y culturalmente diverso.

La estructura organizativa es la Unión de Ejidos, que funciona por medio de las siguientes instancias: *a*) Comité Ejecutivo, integrado por un presidente, secretario, tesorero, cada uno con sus respectivos suplentes, y *b*) Consejo de Vigilancia, con sus suplentes; un representante de cada una de las comisiones creadas (ésta sólo tiene la Comisión de Café Orgánico) y 20 delegados, uno por cada ejido, localidad o ranchería donde la organización tiene socios. A partir de que ingresan al comercio justo han tenido que contratar los servicios de una empresa contable y administrativa que controla y dirige todo el proceso organizativo y de comercialización.

En este artículo se hace hincapié en la producción orgánica,<sup>1</sup> lo que no quiere decir que los cafecultores no produzcan ni exporten café convencional. El énfasis está centrado en lo orgánico porque hablar de este tipo de producción implica hacer referencia a un proceso que alude a tres tópicos: 1) cuidado del medio ambiente, 2) calidad del producto y 3) mercado específico. El café orgánico, también denominado café solidario, es producido por pequeños productores miembros de organizaciones campesinas, comercializado fuera de los canales controlados por empresas transnacionales y reconocido como tal por organismos certificadores.

<sup>1</sup> El café orgánico se empezó a producir a principios de los años ochenta y a partir de 1989 se incrementó su producción como una estrategia al problema de la crisis de esos años. La Finca Irlanda, ubicada en la región del Soconusco, es pionera en este tipo de cultivo. Después se trasladó a los pequeños productores y grupos indígenas en Oaxaca, a través de la Unión de Comunidades de la Región Istmo (UCIRI) y en Chiapas con la organización indígena de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM) (Trápaga y Torres, 1994; Santoyo *et al.*, 1994).

El escenario en que los cafeticultores realizan las labores orgánicas son las siguientes: condiciones ecológicas propicias para el cultivo; minifundismo generalizado (cada productor posee entre dos y cinco hectáreas); dependencia tecnológica y económica para llevar a cabo la producción; incipiente integración al mercado nacional e internacional; alta estratificación socioeconómica al interior de las organizaciones y poca capacidad y/o habilidades de los socios para acceder y administrar los créditos y capitales (social, político y cultural) con los que cuenta el colectivo.

Es pertinente indicar que la información que sustenta el artículo forma parte de una investigación sociológica y etnográfica más amplia realizada entre 2001 y 2004 (Vargas, 2006). Para cumplir el objetivo, el artículo está dividido en tres partes: en la primera sección, describo cómo funciona el comercio justo y específico cómo nace esta propuesta en México; después señalo qué es el premio social y narro la experiencia de los socios de la organización respecto al desconocimiento de qué es y cómo se distribuye éste; finalmente aparecen las reflexiones del trabajo.

### ¿QUÉ ES Y CÓMO FUNCIONA EL COMERCIO JUSTO?

En el mercado solidario,<sup>2</sup> también conocido como comercio justo, participa la Fundación Max Havelaar<sup>3</sup> y la iniciativa de comercio justo Fairtrade Lavelling Organization (FLO). El objetivo del mercado solidario es regular el comercio entre los países productores (América Latina y África) y los países consumidores (algunos europeos, Japón y Estados Unidos), bajo condiciones de intercambio justas y eliminando intermediarios, además, de procurar el bienestar social y económico de los pequeños productores y el cuidado del medio ambiente.

La propuesta del comercio justo internacional es reducir la pobreza gracias a un sistema comercial que dé a los productores marginados acceso a los mercados mundiales. También se le conoce

<sup>2</sup> El término solidario es una propuesta de agentes sociales europeos; en México el término ha sido retomado en los trabajos de Renard (2005); González (2005) y González, Thierry y Moguel (2003).

<sup>3</sup> En el año de 1988 se fundó la primera red de comercio justo, llamada Max Havelaar. Nació de una iniciativa conjunta entre México, a través de la Unión de Comunidades Indígenas del Istmo (UCIRI), y de la Organización no Gubernamental Solidaridad, con sede en Holanda (CJM, 2004:6). Desde julio de 2001, México dispone de un sello de comercio justo.

como “alternativo” porque permite a los productores participar de su propio desarrollo y satisfacer las demandas de los países consumidores (CJ, 2004a). En términos generales, en sus reglas de intercambio se establece que el productor debe cultivar un producto orgánico con estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza, a cambio bonificará al productor un excedente económico o precio *premium*. Me parece que sus ventajas más significativas son: mejor precio para los productos orgánicos, establecimiento de contratos de compra-venta por plazos entre tres a diez años y la promoción de mecanismos comerciales más equitativos.

En 1988, con el registro de su primera *marca Max Havelaar*,<sup>4</sup> el comercio justo cobra renombre. Se otorga el uso de la marca a las empresas comerciales que respetan los criterios del mercado solidario y que aceptan un control externo de los organismos promotores. En 1989 nace la International Federation of Alternative Trade (IFAT) que reúne a organizaciones de comercio justo de África, Asia, Australia, Sudamérica, Norteamérica y Europa. Además de vender los productos de este mercado, la idea es sensibilizar a los consumidores de las deplorables condiciones de vida de los productores y comprometerse a cambiarlas. Después de Max Havelaar se crearon dos marcas más: Transfair y Fair Trade Mark. Desde abril de 1997, FLO coordina todas las marcas en 12 países europeos, además de tener sedes en Canadá, Japón y Estados Unidos.

La propuesta de comercio justo gira en torno a tres principios básicos: justicia social, solidaridad y precio justo. Sus objetivos son: a) comprar los productos reduciendo al mínimo el número de intermediarios; b) establecer el precio de compra en función de los costos de las materias primas, producción, tiempo y energía invertida; c) permitir al productor alcanzar un nivel de vida razonable; d) otorgar a los productores un prefinanciamiento para acopio, industrialización y trámites de exportación; e) establecer relaciones de compra-venta a largo plazo, avaladas con contratos

<sup>4</sup> La marca Max Havelaar proviene del título de un libro publicado en 1890, en donde el autor denunciaba las injusticias en el comercio del café entre Indonesia y los Países Bajos. En 1969 se creó la primera tienda de comercio justo, que creció considerablemente hasta contar con 70 importadoras en 16 países del mundo. Las importadoras compran directamente a los productores y venden a través de múltiples canales: tiendas, grupos de solidaridad, catálogos por correo electrónico, voluntarios de organizaciones no gubernamentales, tiendas de productos biológicos y puntos de venta tradicionales como cafeterías (CJ, 2004b).

establecidos, y *f*) de ser necesario, brindar ayuda para financiamiento, organización y formación técnica y administrativa.<sup>5</sup>

En la práctica, para los cafeticultores chiapanecos, sujetos de nuestro estudio, es difícil que algunos criterios se cumplan o los puedan realizar, por las condiciones políticas, las características socioeconómicas de las distintas regiones, las crisis cíclicas del precio del café, el entorno geográfico, es decir, el escenario local y global.

En resumen, el propósito del comercio justo es cambiar las reglas del mercado internacional y mejorar las condiciones de vida y trabajo de los productores; ofrecer el acceso directo al mercado (que como analizaremos no es así) operando sin intermediarios. Estos criterios tienen cuatro componentes: un precio justo, comprar a una organización de pequeños productores, financiamiento antes de la cosecha y contratos de compra-venta a largo plazo (Hernández, 1997; Roozen y Van der Hoff, 2002).

*En México, ¿cómo nace la idea del comercio justo?*

En México el comercio justo fue promovido por la fundación holandesa Solidaridad,<sup>6</sup> por sacerdotes católicos, líderes indígenas, activistas sociales y académicos interesados en el análisis y futuro del sector cafetalero. Su origen coincide con la desaparición del Inmecafé, organismo que por casi dos décadas se encargó de regular la producción, de la asistencia técnica, la investigación agronómica, la venta y el financiamiento del aromático, entre otras funciones. La desaparición del instituto propició la articulación de los pequeños productores en organizaciones cafetaleras, pues no deseaban recurrir a los intermediarios. María Cristina Renard señaló que la pertinencia del comercio justo y una de las ventajas del desmantelamiento del Inmecafé fue “acelerar el proceso de autonomía de las organizaciones que eran independientes del Estado” (Renard, 1999:267).

<sup>5</sup> En 1996 la European Fair Trade Association (EFTA, Asociación Europea de Comercio Justo) publicó su primer anuario. Es una federación de 12 organizaciones de comercio justo en nueve países europeos: Austria, Bélgica, Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, España, Suiza y Reino Unido (CJ, 2004c).

<sup>6</sup> Solidaridad es una organización eclesiástica no gubernamental que ayuda a los países latinoamericanos a través de la implementación de políticas públicas que ayuden a aminorar la pobreza en países en vías de desarrollo.

Los promotores del comercio justo en México han indicado que la iniciativa parte del siguiente principio: “es mejor remunerar equitativamente la producción de los pequeños cafecultores, que dar ayuda que no implique desarrollo” (Van der Hoff, 2002:60). El sacerdote holandés Frans van der Hoff —quien vive y trabaja en México desde 1973 con cafecultores de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región Istmo (UCIRI)— y Nico Roozen que, a partir de 1984, labora para la fundación holandesa Solidaridad relatan que la iniciativa surge (escribe Frans):

Cuando, en 1985, la fundación envió a Nico Roozen a visitar la UCIRI, sentamos las bases de la iniciativa Max Havelaar; nos comprometimos a luchar por relaciones más equitativas entre el Norte y el Sur. La base del proyecto la constituyen los indígenas cafetaleros, quienes nos han dicho: “No somos mendigos. Si nos pagaran un precio justo por nuestro café, podríamos defendernos sin más apoyos”. Esas palabras fueron el meollo de todo el asunto, tanto del punto de vista teológico como económico (Roozen y Van der Hoff, 2002:28).

Por su parte, Roozen señala:

[...] las palabras de los campesinos mexicanos constituyeron el fruto principal de mi viaje. Las personas no querían ser dependientes de donativos y proyectos de ayuda, sino ganarse la vida con la venta de su producto (Roozen y Van der Hoff, 2002:43).

Los promotores de la propuesta señalan que sus principios básicos, también llamados criterios, son:

- A. Ser pequeño productor, poseer entre una a cinco hectáreas de tierra, y estar organizados.
- B. Fijar el precio mínimo de garantía que debe pagarse por el producto, considerando los costos de producción, incluyendo un ingreso familiar que permita un nivel de vida digno.
- C. Pagar un premio social a los pequeños productores para el financiamiento de proyectos de desarrollo comunitario.
- D. Pagar premios de calidad por aquellos productos que cuenten con una certificación de producción ecológica.
- E. Las formas de pago y/o financiamiento de las transacciones comerciales son oportunas y respetuosas de las necesidades y posibilidades de los productores.



- F. Las organizaciones participantes son democráticas e independientes; además, deben perseguir el desarrollo integral sustentable.
- G. Las organizaciones o empresas industriales cuentan con una infraestructura física y organizativa que permita operar y cumplir los compromisos comerciales adquiridos, producir con respecto al medio ambiente y la salud humana, cumplir con normas de calidad predefinidas por los compradores (Roozen y Van der Hoff, 2002:117).

En el papel, otros principios que han adoptado las organizaciones del comercio justo internacional son brindar información a los productores sobre normas de seguridad e higiene; financiar proyectos para capacitar a los dirigentes, y mejorar las técnicas de producción. Los promotores de este mecanismo insisten en que éste busca un beneficio directo para las familias rurales e indígenas y enumeran una serie de características que —dicen— promueve el mercado justo:

Una relación más directa y solidaria entre productores y consumidores, evitando el excesivo intermediarismo; una mejor ganancia para los pequeños productores a través de un precio justo a cambio de calidad en los productos para el consumidor; y un ingreso seguro para los vendedores solidarios (CJ, 2004).<sup>7</sup>

El lema que difunde el Comercio Justo en México “es lo mejor para todos”; sus promotores afirman que el productor obtiene un ingreso mayor que le permite mejorar su nivel de vida y el consumidor obtiene un producto natural, de alta calidad, a un precio accesible. El beneficio en la sociedad y el medio ambiente consiste en apoyar a los grupos indígenas de México, fomentar el desarrollo local y regional, conservar el medio ambiente para que los recursos naturales se regeneren y para que los consumidores mexicanos consuman productos más sanos.

Sus estrategias de acción son creación de las normas y sistemas de certificación, realización de una adecuada distribución de los productos y promoción del comercio justo y su sello de garantía (*El buen café*, 2003a:4).

<sup>7</sup> *Café orgánico. De campesino a campesino*. Equipo Regional de Apoyo al Programa de Campesino a Campesino. San Cristóbal de Las Casas, Chiapas (s.f.).

Hasta aquí he señalado cómo está estructurado y cuáles son los principios del comercio justo internacional y en México. A continuación enuncio cuáles son las dificultades que los pequeños productores deben enfrentar para permanecer en el mismo. Como preámbulo señalo algunas ventajas, pues indudablemente este mecanismo de comercialización ha dejado resultados positivos en las familias productoras del aromático, para después subrayar los candados en la difusión de información para conocer cómo funciona uno de los dispositivos y “ventajas” que ofrece el comercio justo: el premio social.

#### EL MERCADO DE CAFÉ ORGÁNICO ¿INTERCAMBIO JUSTO?

Una primera ventaja que obtienen los pequeños productores que producen café orgánico es tener otras posibilidades para acceder al mercado europeo; el problema es que no siempre cuentan con el capital económico para cubrir los costos de las transacciones que implican la comercialización hacia el mercado internacional. En las organizaciones cafetaleras estudiadas, identifiqué severos problemas de capitalización que impiden lograr la permanencia en este tipo de mercado.

Otra ventaja es que promueve que los productores indígenas puedan exponer sus productos en ferias tradicionales e internacionales y así evitar depender demasiado del sistema comercio justo; sin embargo, esta posibilidad también genera costos económicos y organizativos, que las más de las veces el colectivo no puede cubrir.

El precio justo es, quizás, el elemento que más promueve el comercio justo. Cuando no se trata del café, las importadoras aceptan los cálculos propuestos por los productores. Según los lineamientos de este mecanismo comercial, en el resto de los productos, el precio cubre el costo total de la producción, gastos sociales y ambientales y debe ser lo suficientemente alto para que dé a los productores una vida digna y un margen para invertir en el futuro. Estos lineamientos han sido cuestionados en otro trabajo (Vargas, 2006: 305).

En el caso del aromático, el precio se determina en las bolsas de valores de Nueva York y/o Londres; el comercio justo paga lo establecido en la bolsa y fija un precio adicional, es decir, garantiza un precio independientemente de las fluctuaciones en el mercado y del bajo precio del aromático; a éste se le denomina precio *premium* o premio social (CJ, 2004d).

El siguiente cuadro nos permite observar el precio del café convencional, entre 1993 y 2003, respecto al orgánico y qué cantidad equivale al premio social. Además se puede apreciar que en diez años, el ciclo agrícola 1993-1994 y 2001-2002, el precio de café orgánico fluctuó entre 120 y 141 dólares por 100 libras y el precio del café convencional estuvo entre los 104 y 50 dólares. En los países en los que se consume café orgánico, el precio de café molido varía de siete a diez dólares por libra. Es una cantidad elevada si se considera que el productor sólo recibe 1.5 dólares. Yolanda Trápaga y Felipe Torres han indicado que “la industria y el comercio tienen una ganancia amplia, en detrimento de la cantidad neta que recibe el pequeño productor” (1994:158).

En 2003, el entonces director de promoción de productos no tradicionales y proyectos exitosos de la Sagarpa, José Zamorano Ulloa, indicó que el estímulo para los productores orgánicos proviene del hecho de que son generadores de divisas o *premium*. Aunque es difícil establecerlo, puede estimarse que con el precio *premium* se obtiene entre 40 y 50 por ciento más, depende del mercado y del producto específico (Zamorano, 2003:56). Al respecto, Víctor Pé-

CUADRO 1  
PRECIO INTERNACIONAL DEL CAFÉ CONVENCIONAL  
Y CAFÉ ORGÁNICO  
(1993-2003)

<i>Ciclo agrícola</i>	<i>Café convencional</i>	<i>Café orgánico</i>	<i>Precio premium en dólares</i>	<i>Precio premium (%) del total</i>
1993-1994	104	130	26	25
1994-1995	145	187	42	29
1995-1996	112	149	37	33
1996-1997	161	190	29	18
1997-1998	◆	◆	◆	◆
1998-1999	◆	◆	◆	◆
1998-1999	◆	◆	◆	◆
2000-2001	56	141	17	14
2001-2002	60	141	20	17
2002-2003	50	140	15	12

◆ No se tiene el dato.

FUENTE: Gómez *et al.* (1999).

rez-Grovas apuntó que el sobreprecio ha sido de por lo menos 15 dólares por arriba del precio de la Bolsa de Nueva York y no 40 o 50 por ciento, como subrayó el funcionario (Pérez-Grovas, 2002:48).

En el mercado orgánico la empresa comercializadora negocia el precio del producto con la organización social, en relación con la Bolsa de Valores de Nueva York, y le suma un incremento, conocido como “sobreprecio”. Comúnmente se realiza un contrato el cual especifica el precio y las condiciones de pago, el lugar de embarcación, la fecha de entrega, la cantidad, las condiciones de calidad, por mencionar sólo algunos criterios.

Según los lineamientos, “el precio justo se fija tomando en cuenta las necesidades para la reproducción digna de las familias rurales”, lo cierto es que establecen un precio uniforme que no permite la reproducción de las familias rurales. Por lo menos en el caso de Chiapas, he realizado investigaciones con organizaciones cafeticultoras de distintas regiones (Sierra, Altos, Selva y Fronteriza) y no hay diferencias respecto al precio que perciben por el producto. Esto significa que el precio no se estipula considerando las necesidades de reproducción de las familias, sino en función de las reglas de la oferta y la demanda y de las bolsas de valores de Nueva York y Londres. Vale la pena subrayar un aspecto importante: el precio se mantiene incluso cuando los precios de la bolsa de desploman. Un grupo de investigadores de CUESTAAM indican que cuando se trata de un producto orgánico se le suma una cantidad adicional, lo que asegura una ventaja para los productores que logran acceder al comercio justo (Gómez *et al.*, 2001:103).

De igual forma, otro aspecto importante del comercio justo es que (en el caso de los importadores que cuentan con el sello de Transfair) compran directamente a los productores, eliminando los intermediarios locales. Nacen otros intermediarios, pero ahora son profesionalizados que cobran por sus servicios. Cuando el precio internacional del café es bajo, las organizaciones cafetaleras reciben 1.26 dólares por libra, esto es, aproximadamente tres dólares por kilo. Cuando los precios suben, reciben cinco centavos de dólar por arriba de las cotizaciones de la Bolsa de Londres; al café orgánico certificado se le incrementan en promedio 15 centavos por libra. Las organizaciones sociales que comercializan con el sello Max Havelaar, adicionalmente reciben el premio social, que equivale a 15 dólares por cada 100 libras (una libra es igual a 0.453 kilogramos). Esto es, diez dólares por cada quintal de café pergamino (57.5 kilogramos).

CUADRO 2  
 PRECIOS DE COMERCIO JUSTO EN MÉXICO (2004)

<i>Calidad</i>	<i>Precio mínimo</i>	<i>Premio social</i>	<i>Total</i>	<i>Premio ecológico</i>	<i>Total orgánico</i>
Arábicas alavados	111	5	116	15	131
Naturales Tipo A	105	5	110	15	125
Desmanches	75	5	80	15	95

Dólares por cada 100 libras = 45.36 kilogramos.

FUENTE: CJM (2004:20).

### *¿Qué es el premio social?*

El premio social es una recompensa que se otorga a los productores por cumplir con los principios del comercio justo y, sobre todo, por ser productores orgánicos. Es un excedente económico que consiste en otorgar en promedio diez dólares por cada saco de café pergamino exportado (57.5 kilogramos). Para un productor tzeltal, “es considerado premio social porque ofrece beneficios directos e indirectos a los socios a través de un mejor precio y porque promueve la producción orgánica”.<sup>8</sup>

La FLO estipula que el premio social debe ser utilizado en alguno de los siguientes rubros: *a*) proyectos de desarrollo comunitario, por ejemplo, cursos y talleres de capacitación a los socios, proyectos productivos para mujeres, construcción de caminos, clínicas de salud, escuelas, entre otros; *b*) adquisición de infraestructura para la industrialización del café; *c*) capitalización para que los cafecultores puedan enfrentar riesgos económicos o eventualidades no esperadas, y *d*) la posibilidad para que un porcentaje del premio social sea distribuido equitativamente entre los socios o en función de la cantidad de cosecha que cada productor entregó en el ciclo agrícola.

Es pertinente señalar que la utilización del premio social debe ceñirse a estos rubros; de no ser así, la empresa cafetalera se hace acreedora de una sanción, por ejemplo, la suspensión temporal o definitiva para comercializar el café en ese mercado. Sin embargo, el anuario de comercio justo 1998-2000, indica que siempre que se

<sup>8</sup> Comunicación personal con Teodoro Reyes. Socio de la Cooperativa Tzeltal-Tzotzil, Foro de Nuevo Huixtán, municipio Las Margaritas, 8 de febrero de 2003. Para guardar el anonimato de los informantes he decidido cambiar sus nombres y organización de adscripción.

justifique la utilización de este recurso, los socios tienen la oportunidad en decidir su destino:

[...] muchos invierten [el premio social] para mejorar el producto o para tener capacidad financiera, técnica o administrativa de su organización y para construir edificios. Otros dedican la prima a la educación, salud, vivienda [...] a veces, cuando el precio del café es muy bajo, el premio social es el elemento que permite a la familia del productor evitar el hambre y el éxodo rural (CJ, 2004).

De igual forma, a pesar de que la FLO enuncia que

[...] la diferencia, entre vender bajo condiciones de comercio justo y vender bajo condiciones del mercado libre, radica en que el productor obtiene un beneficio económico y social que recompensa dignamente el trabajo invertido en la producción orgánica y el cuidado del medio ambiente [...].<sup>9</sup>

En la práctica, entre los cafecultores los beneficios económicos y sociales no son muy claros de apreciar, en primera porque no conocen en qué rubros deben distribuirse los recursos del premio social.

El importador holandés Norbert Duque, pionero en el comercio justo, refiere que debido a los ingresos que proporciona el comercio justo, los beneficios que tienen los productores son: estar mejor organizados, las cooperativas funcionan mejor, tienen una mejor administración y solucionan sus problemas de una manera mucho más eficiente, los cafecultores pueden diseñar programas educativos o de salud, adquirir transporte para trasladar el producto y construir caminos.

Al preguntarle si ¿comercio justo es rentable?, responde: “sí, el comercio justo es rentable, si la persona cree en el concepto, hace su trabajo con entusiasmo y si entiende que no es un proceso rápido, va a tener éxito”. Para indicar las ventajas que tiene este mecanismo de comercialización dice:

Yo visité a las cooperativas y me di cuenta de la importancia del comercio justo, el programa es sostenible porque no se regala una clínica de salud o una escuela, sino que los productores las cons-

<sup>9</sup> Tríptico: Feria de Comercio Justo y Simposio sobre Comercio Sostenible (2003).

truyen con los recursos del premio social. Se está trabajando con las cooperativas para establecer empresas fuertes, con capacidad administrativa y organizativa, y que produzcan cafés de calidad (*El Buen Café*, 2002b:6).

Los importadores del café pueden elegir con qué organización establecer contratos de compra-venta; en cambio, los productores no conocen la información precisa de los exportadores, ni cuáles son los mecanismos de comercialización y cuál es el precio exacto del aromático. La información referente al funcionamiento de cada organización cafetalera está a disposición de los compradores. El importador, al adquirir café en cualquiera de los 17 países donde existe el sello comercio justo, debe cumplir con las siguientes condiciones: *a)* conseguir café de manera directa en organizaciones inscritas en el registro de comercio justo; *b)* garantizar el pago del precio mínimo de garantía; si el precio de mercado sobrepasa este precio, deberá pagar el precio de mercado con un plus de 0.5 dólares por libra; *c)* por solicitud del productor, el comprador debe negociar un prefinanciamiento de hasta 60 por ciento del valor mínimo del contrato de venta firmado, y *d)* cooperar con los delegados nacionales de la FLO para el cumplimiento efectivo de dichas condiciones (*El Buen Café*, 2002a:4).

En los mecanismos de compra-venta debe quedar claramente establecido la calidad deseada, variedad, cantidad, fecha de envío o embarque, tiempo de entrega y, sobre todo, el precio según criterios de la FLO. Como se observa en el cuadro 3, el precio varía según el tipo de café, proceso de producción (orgánico/convencional) y país de origen.

En las entrevistas realizadas, entre los aspectos positivos que señalan los cafeticultores por vender su café en el comercio justo son: “el mejorar el precio del producto”; “establecer contratos a largo plazo”; “demostrar nuestra capacidad de exportar producto de alta calidad”; “nos ha obligado a mejorar la calidad del café”. Durante la investigación de campo pude constatar que pocos productores saben que el comercio justo otorga un apoyo económico conocido como premio social y otros lo confunden con recursos otorgados por el gobierno federal, a través del Fondo Estabilizador del Precio del Café,<sup>10</sup> pues este programa también otorga 20 dólares por cada quintal de café vendido.

<sup>10</sup> El objetivo del Programa Fondo Estabilizador del Precio del Café (FEP) es apoyar a los productores mediante la entrega de recursos económicos

CUADRO 3  
 PRECIO MÍNIMO DE GARANTÍA EN DÓLARES/LIBRA  
 (PUERTO DE ORIGEN)

<i>Tipo de café</i>	<i>Convencional</i>	<i>Convencional certificado</i>	<i>Orgánico certificado</i>	<i>Orgánico</i>
Variedad y lugar de procedencia	América Central, México, África y Asia	América del Sur; el Caribe	América Central, México, África y Asia	América del Sur; el Caribe
Arábica lavado	1.26	1.24	1.41	1.39
Arábica no lavado	1.20	1.20	1.35	1.35
Robusta lavado	1.10	1.10	1.25	1.25
Robusta no lavado	1.06	1.06	1.21	1.21

FUENTE: *El Buen Café* (2002a:4).



Un problema es que la información no está llegando a los productores o llega distorsionada. Cuando les pregunté ¿qué es el premio social?, invariablemente lo asocian con el programa federal de apoyo a los productores de café.

El desconocimiento que los cafeticultores tienen del precio se ilustra con la pregunta del señor Rufino Cruz. En la ciudad de Comitán de Domínguez, del 17 al 22 de noviembre del 2003, se llevó a cabo un taller de intercambio de experiencias entre cafeticultores salvadoreños y chiapanecos, “Capacitación y asesoría en comercialización a cooperativas de pequeños cafeticultores” (*El Buen Café*, 2003b:2).<sup>11</sup> Con el fin de dialogar e intercambiar información, el trabajo se realizó en grupos. Los temas abordados fueron: Dispositivos de organización, Sistema de Control Interno (SCI), Beneficio<sup>12</sup> seco, Calidad en la producción, Funcionamiento del mercado internacional y Alternativas y retos para el futuro del sector cafetalero.

El encuentro se llevó a cabo en el marco del programa para la promoción del comercio justo y la responsabilidad social en el sector cafetalero. El objetivo del taller fue efectuar una evaluación cualitativa para conocer los beneficios que éstos obtienen por comercializar en el mercado solidario o comercio justo. El señor Rufino Cruz, narró su experiencia así:

Vinieron productores salvadoreños y conocedores del mercado [compradores] a hacer recorrido en los cafetales. A mí me tocó mostrar mi cafetal y nos [me] hicieron algunas preguntas ¿cuánto les pagan por su café, a cómo venden?, no supe contestar. Imagínese, nadie sabe. También estaba el coordinador de los técnicos [Aurelio Díaz] y no quiso contestar. Él sabe bien [el precio] porque está en las oficinas [administrativas y contables],

que permitan compensar, parcialmente, sus ingresos en temporadas de bajos precios. Siempre que el productor compruebe la cantidad vendida se le otorgará entre diez y 20 dólares por cada quintal de café vendido. Para conocer la descripción de los objetivos consultar: <<http://www.sagarpa.gob.mx/progs2002cafe>>, 2004.

<sup>11</sup> El artículo de la revista referida describe las actividades que los cafeticultores realizaron en el marco del taller.

<sup>12</sup> Uso de la palabra Beneficio con mayúscula para identificar el nombre que reciben las instalaciones en las que se lleva a cabo el proceso para que el café sea consumido. El Beneficio del café se divide en húmedo y seco. El primero, incluye: cultivo, cosecha, despulpado y secado; mientras que el segundo, consiste en la clasificación del café según la variedad y calidad, además del proceso de industrialización: tostado, molido y empaquetado. Para una explicación más detallada de este proceso véase Vargas (2006).

pero no quiso decir nada para que nosotros [los productores] no nos enteremos. ¿Cómo vamos a quedar?, ¿los productores no saben a cómo venden su café? [...] [se preguntó en tono molesto, pues no encuentra respuesta y después agregó]: Yo quiero investigar a cómo nos están pagando [en el comercio justo] [...] [los directivos] nos pagan a 14 pesos, pero el mercado justo no paga a catorce.

[...]

Un día Carlos Escobar [presidente del Comité Ejecutivo 2000-2003] estaba medio bolo [borracho] y me dijo que pagaban a dieciocho o veinte pesos el kilo. Hasta ahí, porque no quiso decir más [...].<sup>13</sup>

[El testimonio de otro productor refuerza el argumento]: Muchos socios se han salido de la Unión porque no están de acuerdo en que un grupo de contadores dirijan la organización [miembros de la Consultoría Kaffe]. Nosotros somos los productores y no sabemos cuál es el precio de nuestro café, ellos sí saben. Hasta ahora los socios se empiezan a dar cuenta de que las cosas andan mal, pero nadie dice nada, no hablan. Cuando yo hablo caigo mal (*sic*)<sup>14</sup> [Se refiere a que cuándo él manifiesta su opinión, es criticado por sus compañeros].

A pesar de que los socios desconocen el precio al que venden su producto, la información vertida en el artículo de la revista *El Buen Café* es positiva, hace hincapié en los beneficios e ignora las dificultades y problemas que en los productores genera el desconocimiento de los dispositivos de información e intercambio del mercado solidario. Dicha evaluación está hecha de la siguiente manera: 1) el sistema organizativo es cooperativo, está gobernado por juntas de delegados que son elegidas por lo socios en asambleas; 2) el SCI (Sistema de Control Interno) está coordinado por la empresa Certimex y garantiza las correctas prácticas orgánicas en el campo y en el beneficio húmedo; 3) los socios reciben capacitación para realizar el beneficio húmedo y seco; 4) los integrantes de las organizaciones conocen los dispositivos para realizar la comercialización y exportación del café orgánico, que se requiere para ser competitivo en los mercados internacionales (*El Buen Café*, 2003b:2).

<sup>13</sup> Entrevista con Rufino Cruz, municipio La Independencia, 28 de noviembre de 2003.

<sup>14</sup> Entrevista con Luis Zamora, municipio La Independencia, 30 de noviembre de 2003.

Los criterios del comercio justo establecen que se garantiza un pago por adelantado o inmediatamente a la entrega del producto, garantía que puede servir para que los productores permanezcan fieles a la organización, aun cuando el precio caiga o los “coyotes” ofrezcan un precio mejor. Sin embargo, los productores dicen que no tienen dicha previsión de pago, por lo que se ven obligados a recurrir a los intermediarios.

[...] por más que se diga, mi café no vale más [precio justo]. El primer año si recibí completo [un mejor precio], después..., los dirigentes no entregaron la paga [el dinero] completa. Teníamos que esperar a que llegara el dinero de allá [mercado justo], salía igual vender con el coyote que vender en la organización.<sup>15</sup>

Se proclama que una de sus garantías es el pago por adelantado, a fin de que el productor entregue el total de su cosecha en la organización, sin embargo, en la práctica está lejos de cumplirse, porque algunos productores se ven obligados a vender con el intermediario, aun si el precio es menor al que ofrece la organización campesina. Hay que tener presente que los pequeños productores no deben limitarse a vender en este mercado, sino extender sus clientes al mercado nacional, además, para que sus esfuerzos se vean cristalizados y obtener un mayor rendimiento, es necesario que adquieran las capacidades técnicas suplementarias para realizar el proceso de transformación del aromático.

Si algunos de los socios están inconformes es porque los criterios del precio y el premio social no están claros. A pesar de que manifiestan inconformidad, no tienen disposición para dialogar con asesores y dirigentes campesinos para solicitar que se aclare la información, pero tampoco los asesores externos y los líderes campesinos muestran disponibilidad para explicar cómo se distribuye o cómo se ha distribuido el recurso del premio social.

En una asamblea ordinaria, celebrada el 28 de enero de 2003, el socio Fernando Garrido aprovechando la presencia del asesor y administrador de la cooperativa cafetalera le preguntó el destino del premio social:

Disculpe que le hable así, disculpe que sea tan directo, éste es mi carácter. Quiero preguntarle ¿en dónde está el dinero del premio

<sup>15</sup> Entrevista con Camilo Ríos, delegado, municipio La Independencia, 14 de noviembre de 2003.

social?, no hemos recibido nada. Nos visitó una persona del extranjero y nos preguntó sobre el recurso, ¿quiero saber en dónde está el dinero? [...].

Al escuchar el cuestionamiento, Ricardo Morales, encargado de la comercialización, tratando de evadir la pregunta, respondió: “no se preocupe, no hay por qué alarmarse, únicamente vinieron a monitorearnos”. El asesor Benito Vielma permaneció sin responder. Poco antes de que diera por terminada la reunión otro socio pidió la palabra y, dirigiéndose al directivo y asesor de la organización preguntó:

[...] perdón que insista, queremos saber cómo se va a repartir el dinero del [premio social].

[...]

[Nuevamente Ricardo Morales], recuerden que hemos tenido pérdidas [económicas], debemos un recurso en el Fondo Nacional de Empresas Sociales [Fonaes], decidimos que ese dinero fuera para saldar una parte de la deuda, mejorar las plantaciones de café y para publicidad [...].

Su argumento deja ver que el dinero fue utilizado, sin consultar a los socios, ni deja claro, según los principios del mercado justo, en qué rubros puede ser aprovechado y que estas decisiones deben ser consultadas en la asamblea general de socios para que sean éstos quienes decidan en qué invertir el recurso. Para evitar que entre el resto de los delegados asistentes creciera la duda, el asesor Vielma puntualizó:

A mí no me espanta hablar de ese tema, FLO establece que el premio social no es para repartir, es para el desarrollo de la organización, si lo distribuimos de manera individual nos expulsan de comercio justo.

Después de escuchar la respuesta, todo se quedó en murmullos entre los socios. La asamblea terminó sin que pudieran llegar a un acuerdo y sin que se aclarara el destino del recurso proveniente del premio social. En reuniones posteriores se discutió la posibilidad de comprar un camión para transportar el café del centro de acopio (que se encuentra en una de las localidades donde hay socios) al Beneficio seco que se encuentra en una de las principales ciudades de Chiapas.

Es difícil decidir el destino del premio social, cuando los dirigentes no brindan la información adecuada o bien, la ocultan. Es claro que los productores desconocen en qué rubros puede ser distribuido el premio social.

Resta explicar qué hace el mercado justo para identificar si las organizaciones cumplen con los criterios que establece. El comercio justo, recientemente, puso en marcha un sistema de control sobre sus propias actividades, llamado “auditoría social”. Este sistema de control pretende: *a*) identificar qué principios no están funcionando; cuáles son los factores que impiden mejorar la situación de los productores; *b*) identificar las personas y grupos afectados; *c*) evaluar las prácticas realizadas por las organizaciones campesinas con informes internos y recoger el testimonio de los productores, con un estilo similar a la auditoría contable; *d*) encargar a un organismo externo la verificación del informe, y *e*) comunicar los resultados y adoptar las medidas correspondientes (CJ, 2004e).

Una limitación de este sistema es que las organizaciones de productores sólo pueden obtener la certificación si la organización FLO-International considera que hay un mercado para sus productos etiquetados con la marca de comercio justo. Por lo tanto, para ingresar al sistema de comercio justo se recomienda como primer paso solicitar a la FLO y a los importadores información sobre las oportunidades del mercado para productos específicos. Otra limitación es que al adquirir la certificación no se está garantizando que toda la producción se pueda comercializar en el comercio justo (Andersen y Pazderka, 2003:9).

La propuesta del comercio alternativo es novedosa en la medida que otorga un mejor precio por el producto y porque constituye un mecanismo innovador de comercialización; sin embargo, para pertenecer a éste exige una serie de requisitos que los productores, sin la ayuda de asesores, no pueden cumplir. Entonces, el beneficio termina siendo para el asesor y no directamente para el cafeticultor y sus familias. Éste sí cobra un servicio profesional, independientemente de si se concreten o no, los contratos de compra-venta.

#### REFLEXIONES FINALES

Para que la organización pueda realizar el proceso de comercialización contrata los servicios de un grupo de asesores que tienen una “consultoría”. Ésta tiene una estructura organizativa rígida y sólo sus miembros conocen los vínculos para conseguir los clientes

del mercado justo. Todas las operaciones contables y administrativas son realizadas por ellos; en tanto, los socios-productores, no conocen los contratos de compra-venta que establecen en el mercado justo. El responsable de la empresa consultora justifica esta situación afirmando que:

No los conocen porque ellos no entienden de números [...] los números ahí están [la información está disponible], a nadie se les impide verlos, pero los productores no los entienden.<sup>16</sup>

A partir de esto, no se da a conocer la información relativa a los costos de traslado del producto, así como comisiones, ganancias, precio neto del quintal (equivale a 57.5 kilogramos de café pergamino) de café convencional y orgánico y otras actividades que tienen que ver con las transacciones de compra-venta de café.

El conocimiento de los delegados y socios de los aspectos económicos y administrativos es casi nulo, situación que frena las labores productivas y organizativas. Únicamente el comité ejecutivo (integrado por ocho personas) está enterado, parcialmente, de las transacciones que se realizan para vender el aromático.

Por lo tanto, esta situación da como resultado poca transparencia en el uso de los recursos económicos, lo cual, no ha permitido que la organización consolide los procesos organizativos y liderazgos campesinos e incursione en otros proyectos comunitarios como salud, cultivos básicos, transporte propio y abasto para consumo familiar. Más aún, por los problemas administrativos internos, la organización ha sufrido un retroceso ya que muchos socios han desertado de las filas porque no tienen confianza en las labores y decisiones de los asesores de la consultoría.

Las bases no asisten a las asambleas ordinarias, por lo que los 20 delegados tienen la obligación de convocar a los socios de su ejido a una reunión informativa,<sup>17</sup> que por lo general se realiza esa misma tarde, con el objetivo de dar a conocer los asuntos discutidos y acordados en ésta. La difusión de la información es una de

<sup>16</sup> Entrevista con Benito Vielma, gerente general de Consultoría, 12 de febrero de 2003.

<sup>17</sup> Para conocer la manera en que los delegados difunden la información ante los socios de su ejido, acudí a diversas reuniones. La mayoría de las veces, al terminar la asamblea ordinaria, regresamos con el delegado a su ejido. Después de presenciar la reunión que éste celebró, permanecimos varios días en esa localidad para entrevistar a diferentes integrantes de la unión.

las tareas más importantes del delegado, sin embargo, no comunica correctamente lo ahí tratado, por lo que su divulgación suele llegar en forma distorsionada a los socios, lo que obstaculiza los avances en la organización.

Durante el trabajo de campo, fue posible constatar que la información que el delegado presenta a los socios no es totalmente fidedigna y da lugar a distorsiones y a falta de claridad respecto a los asuntos tratados en las asambleas.

Un reto vital para los productores es revertir la pérdida del capital social que se expresa, entre otros aspectos, en la desconfianza que los socios tienen en los asesores externos y respecto a ellos mismos. La fuerte dependencia que se ha desarrollado en la unión hacia el grupo técnico lleva a temer el fracaso en cuanto les falte la asesoría de los profesionistas. Reconocen que hay fallas en la forma cómo dirigen la organización, incluso expresan su descontento, sin embargo, siguen aceptando que las responsabilidades recaigan en sus manos. De esta forma, la participación de los delegados y socios es limitada, a excepción de las labores que tienen que ver con el proyecto de agricultura orgánica, las operaciones administrativas y contables no las deciden los cafecultores. Por lo tanto, la estructura organizativa de la unión es vertical, centrada en un grupo de profesionistas, que no son socios de la organización campesina. Un ex presidente de la unión, narró así su experiencia:

Los socios me han comentado que no están de acuerdo con el sueldo que se paga el contador [Benito] decidió cuáles serían los honorarios por sus servicios, pero, no podemos inconformarnos [manifestar su descontento] porque él nos amenaza con que podemos perder los contratos [de compra-venta en el mercado justo] si no tenemos su apoyo.<sup>18</sup>

[...]

[...] los socios se están saliendo de la organización, porque no tenemos confianza en los contadores [en este ejido] antes éramos 195, ahora somos 126 socios.<sup>19</sup>

No cabe duda que la asesoría proporcionada por el personal de la Consultoría abrió nuevos canales de comercialización y permitió a los socios consolidar el proyecto de agricultura orgánica;

<sup>18</sup> Entrevista con Clemente Méndez, ex presidente la unión, municipio La Independencia, 11 de febrero de 2003.

<sup>19</sup> Entrevista con Ricardo Morales, ocupaba el cargo de delegado en su ejido, municipio La Independencia, 18 de noviembre de 2003.



además, para los cafeticultores fue un aliciente importante para obtener su propio permiso de exportación. El problema nodal lo ubico en el ámbito de la participación y la información a los socios: la ausencia de canales efectivos de comunicación y acercamiento a las preocupaciones de los socios, lleva a una falta de confianza que impide que éstos manifiesten sus dudas, propuestas o inconformidades. La asesoría brindada por los profesionistas ha marcado las acciones que deben emprender los integrantes del Comité Ejecutivo y delegados, por lo tanto, algunos cafeticultores murmuraron su desacuerdo por las decisiones que adopta el gerente general. Ante esta problemática, las quejas se quedan en rumores porque, pues según ellos, no tienen la fuerza y herramientas para enfrentarlos, por lo tanto, justifican su silencio con palabras como las siguientes:

No estamos de acuerdo con lo que hace el contador<sup>20</sup> [Benito], pero tampoco tenemos las suficientes pruebas que lo descubran, lo que sí tenemos son bastantes dudas, por ejemplo, por qué se gasta tanto dinero en gastos administrativos.<sup>21</sup>

[...]

[los miembros de] la directiva [integrantes del Comité Ejecutivo] saben que hay problemas, los socios también nos damos cuenta de que las cosas andan mal [administración] pero no tenemos otra persona que nos ayude a buscar compradores, él sí sabe en dónde y cuáles son los contactos [en el comercio justo].<sup>22</sup>

Resulta, entonces, que una política clara y transparente de acceso a toda la información concerniente a la unión, podría ser la mejor herramienta para combatir el clima de desconfianza y duda que —es claro— se está desarrollando al interior de la organización y que puede poner en riesgo un proyecto, que indudablemente ha tenido numerosas virtudes y beneficios para sus asociados.

Por otra parte, una cualidad que es imprescindible para ocupar un cargo administrativo es saber leer y escribir, haber tomado al-

<sup>20</sup> Es necesario subrayar que el señor Benito Vielma no tiene el grado de contador público, no realizó estudios profesionales ni técnicos, sin embargo, pide que se refieran a él con ese título. El resto de integrantes de la Consultoría si ha efectuado estudios técnicos y profesionales, incluso en un periodo anterior.

<sup>21</sup> Entrevista con Rigoberto Martínez, delegado en un ejido del Opio, La Independencia, 14 de noviembre de 2003.

<sup>22</sup> Entrevista con Carmelo Hernández, delegado de una localidad del municipio Las Margaritas, 23 de noviembre de 2003.





gunos cursos de capacitación técnica (cuestiones productivas) y talleres de administración o ser pariente cercano de un miembro de la directiva saliente; estos parámetros impiden a muchos socios desempeñar estas funciones, ya que los cargos los ocupan quienes tienen mayores niveles de escolaridad.

Para analizar un problema o gestionar recursos en las dependencias de gobierno, los dirigentes indígenas cada vez se valen de asesores profesionistas con capacidad técnica. En otras palabras, lo que antes era una negociación entre dirigentes y funcionarios de gobierno se transformó en un proceso de gestión-negociación con un tinte altamente profesionalizado. El problema no radica en recibir asesoría técnica o administrativa; reside en la paulatina transformación de los asesores en dirigentes, con el consecuente desplazamiento de los líderes morales, electos por las bases, además de restringir la participación de los miembros de la organización. Otro problema derivado del anterior es que mientras los dirigentes campesinos deben renovarse cada dos o tres años, los asesores suelen permanecer en sus cargos por tiempo indefinido. Antes, para ocupar un cargo de elección, los dirigentes debían tener capacidad de liderazgo social y político; ahora, además, deben tener una formación profesional.

No hay duda de que el comercio justo ha traído beneficios para los cafecultores, pero no han podido alcanzar un objetivo primordial: la apropiación del excedente económico, esto es así porque las crisis cíclicas del sector cafetalero han golpeado severamente a los pequeños productores. Lo primero que tendríamos que considerar es cuál excedente si éste es casi inexistente; de hecho, existen miles de cafetaleros que ni siquiera pueden vivir de la venta del café, aunado a que en los canales de comercialización actúan diversos intermediarios comerciales y financieros.

El segundo desafío que han tenido que enfrentar es capitalizar-se o dar los beneficios a los socios. Esto es un dilema porque el comercio justo exige la capitalización y la introducción de criterios empresariales en su gestión; de no hacerlo la organización corre el riesgo de desaparecer de la lista de compradores. Lo cierto es que en el caso que nos ocupa no está capitalizada y los asesores, directivos y dirigentes campesinos tampoco distribuyen los recursos del premio social equitativamente entre los socios.

Otro reto radica en las distintas formas de comercializar el café; éstas no siempre responden a las necesidades de los productores, sino al lugar de cultivo, variedad y grado de transformación. ¿Por qué la comercialización constituye uno de los mayores problemas

que enfrenta el sector cafetalero? Los productores libres no tienen cabida en el mercado y por ello venden su producto a los “coyotes”; los que están asociados en alguna organización campesina, también entregan una parte de su cosecha a éstos y otra parte a la empresa campesina. Los menos pueden buscar otras alternativas, que se comparten siempre y cuando tengan redes establecidas en el comercio justo para lograr colocar el producto en los nichos del mercado internacional.

Es conveniente hacer una diferenciación entre los productores libres y los agrupados. Los productores libres no tienen las posibilidades de realizar el proceso del Beneficiado húmedo, trasladar el café al centro de acopio, ni buscar un comprador que ofrezca un mejor precio; en cambio, los segundos tienen la posibilidad de vender en conjunto, acopian su café, lo que en primera instancia les proporciona mayores beneficios económicos, pero siguen sujetos a los precios que ofrecen los intermediarios; ahora estos últimos son otros, asesores o profesionistas que cumplen muchas veces con el papel del intermediario, sólo que éstos sí reciben honorarios por sus servicios.

Considero que los costos para acceder a este tipo de mercado son altos y los productores, si no están asociados con otros colectivos, se encuentran imposibilitados para saldar todos los gastos. Por lo menos, en Chiapas las organizaciones cafetaleras que están comercializando en condiciones de mercado solidario están integradas en redes más amplias que agrupan a confederaciones de cafeticultores; sostengo que, sin el apoyo mutuo para realizar la comercialización, un colectivo no puede lograr la anhelada meta: acceder al comercio justo.

Otro factor que es importante considerar son las vías de comunicación: cuando éstas son adecuadas, aunque las distancias sean largas, las posibilidades de trasladar el producto son mayores; en ejidos o comunidades poco comunicadas aumenta el riesgo de estar a merced de los coyotes. Los productores que deciden no vender con éstos, previo trato comercial, entregan su café pergamino a una empresa transnacional o a la comercializadora estatal.

En la región de estudio, la producción y venta del café es la principal fuente de ingreso de los pequeños productores; sin embargo, no debe verse como la única actividad económica o la de mayor importancia. Entre los cafeticultores es necesario promover otras acciones productivas, como la intensificación de la producción orgánica no sólo en el café, sino también en los cultivos básicos, hortalizas y frutas —nativas de la región— para comercializar en

los mercados local, regional y nacional. Considero que con la puesta en marcha de proyectos productivos, que sean impulsados desde los productores y tomen en consideración las características geográficas, económicas y culturales de los grupos, estarán en mejores condiciones de arrojar resultados positivos.

Finalmente, es importante señalar otros candados para ingresar en estos nichos de mercado que no se hacen explícitos en las reglas del comercio justo: la producción orgánica exige un proceso de certificación de por lo menos tres años, pero esto no significa el acceso directo a este tipo de mercado. En otras palabras, si la organización campesina aún no pertenece al comercio justo, una vez certificado el producto, no hay garantía de venta en este mercado.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSEN M. y C. PAZDERKA (2003), *¿Es la certificación algo para mí?*, San José, Costa Rica, Serie de Publicaciones RUTA-FAO.
- CEPCO (2000), "Informe Anual, 2000", Coordinadora Estatal de Productores del Café de Oaxaca, A.C.
- \_\_\_\_\_ (2002), "Informe Anual, 2002", Coordinadora Estatal de Productores del Café de Oaxaca, A.C.
- COMERCIO JUSTO (CJ) (2004), *Anuario Comercio Justo, 1998-2000*, en <<http://www.comerciojusto.org>>, consultas realizadas: a) 21/04/2004; b) 25/04/2004; c) 24/04/2004; d) 12/05/2004; e) 18/05/2004.
- COMERCIO JUSTO MÉXICO (CJM) (2004), "El poder de un mercado diferente", en *Informe de actividades 1999-2004*, México, Comercio Justo México, A.C., <<http://www.comerciojusto.com.mx/informate/reporteannualok7.pdf-link.pdf>>, consultado el 26 de abril de 2004.
- EL BUEN CAFÉ (2002a), "El sistema de comercio justo. El nacimiento de los cafés de comercio justo", en *El Buen Café es Bueno para Todos*, núm. 1, primer trimestre, pp. 3-4, <<http://www.buencafe.org/Documentos/BOLETINESBC/3/boncafe1.pdf>>.
- \_\_\_\_\_ (2002b), "Desde el campo: presentando los grupos productores", en *El Buen Café es bueno para Todos*, núm. 1, primer trimestre, p. 6, <<http://www.buencafe.org/Documentos/BOLETINESBC/3/-boncafe1.pdf>>.
- \_\_\_\_\_ (2003a), "El sello de Comercio Justo mexicano", en *El Buen Café es bueno para Todos*, núm. 7, cuarto trimestre, pp.

- 3-4, <<http://www.boncafe.org/cat/canpanya/Revista7café.pdf>>, consultado el 26 de abril de 2004.
- \_\_\_\_\_ (2003b), “La actualidad del café. Intercambio de experiencias entre caficultores”, en *El Buen Café es bueno para Todos*, núm. 7, cuarto trimestre, pp. 1-2, <<http://www.boncafe.org/cat/canpanya/Revista7-café.pdf>>, consultado el 24 de abril de 2004.
- GÓMEZ, M., L. GÓMEZ y R. SCHWENTESIUS (1999), *Desafíos de la agricultura orgánica. Certificación y comercialización*, Chapingo, México, UACH-CIESTAAM/Mundi-Prensa.
- \_\_\_\_\_ (2001), *Agricultura orgánica de México, datos básicos*, Chapingo, Sagarpa/UACH-CIESTAAM.
- \_\_\_\_\_ (coords.) (2002a), *Seminario latinoamericano: producción, comercialización y certificación en agricultura orgánica*, Chapingo, CIESTAAM/AUNA/Cuba/Programa de Agricultura Orgánica, Chapingo.
- \_\_\_\_\_ (2002b), *Agricultura orgánica. Mercado internacional y propuestas para su desarrollo en México*, Chapingo, CIESTAAM-UACH, Reporte de Investigación núm. 62.
- GONZÁLEZ, A. (2005), “El mercado solidario: reglas de juego y certificación de valores simbólicos”, en E. Barragán (ed.), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*, México, El Colegio de Michoacán, pp. 501-514.
- \_\_\_\_\_, T. LINCK y R. MOGUEL (2003), “El comercio de valores éticos: las reglas del juego del café solidario”, en *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, núm. 75, octubre, pp. 31-45.
- HERNÁNDEZ, L. (1997), “Café: la pobreza de la riqueza/la riqueza de la pobreza”, en *El Cotidiano*, núm. 81, enero-febrero, pp. 99-112.
- LAMAS NOLASCO, Mario A. *et al.* (2003), “La agricultura orgánica. Una oportunidad de negocio sustentable para el sector agroalimentario mexicano”, en *Boletín Informativo FIRA*, tomo 1, vol. 35, núm. 322, México.
- PÉREZ-GROVAS, V., E. CERVANTES *et al.* (2002), *El café en México, Centroamérica y el Caribe. Una salida sustentable a la crisis*, México, Coordinadora de Pequeños Productores de Café en Chiapas (Coopcafé) y Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC).
- RENARD, M. (1999), *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*, México, CEMCA/ISMANN/CEPCO.

- \_\_\_\_\_ (2005), "El comercio justo: ¿Víctima de su éxito?", en E. Barragán (ed.), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*, México, El Colegio de Michoacán, pp. 443-457.
- ROOZEN, N. y F. VAN DER HOFF. (2002), *La aventura del comercio justo. Una alternativa de globalización, por los fundadores de Max Havelaar*, México, El Atajo.
- RUIZ, F. (1995), "La agricultura orgánica: ¿ecología o mitología?", Chapingo, Universidad Autónoma Chapingo, mimeo.
- \_\_\_\_\_ (1998), "Normatividad y certificación. El ABC de la agricultura orgánica", Universidad Autónoma Chapingo, 28 a 30 de septiembre.
- SANTOYO, H. *et al.* (1994), *Sistema agroindustrial del café en México: diagnóstico, problemáticas y alternativas*, Chapingo, CIESTAAM-Universidad Autónoma Chapingo.
- TRÁPAGA, Y. y F. TORRES (coords) (1994), *El mercado internacional de la agricultura orgánica*, México, UNAM.
- VARGAS, P. (2006), "Capital social rural. Experiencias organizacionales de pequeños productores de café orgánico en Chiapas", Zamora, tesis doctoral, Programa de Doctorado de Ciencias Sociales en el área de Estudios Rurales, El Colegio de Michoacán.
- ZAMORANO, J. (2003), "Agricultura orgánica", en *La Buena Cepa*, núm. 4, agosto-septiembre, México.

#### *Documentos*

- "Café orgánico. De campesino a campesino", Equipo Regional de Apoyo al Programa de Campesino a Campesino, San Cristóbal de las Casas, Chiapas, (s.f.).
- Trípticos Comcafé, Uno con Todos, Gobierno de Chiapas, en <<http://comcafe.gob.mx>>.
- Tríptico, Feria de comercio justo y simposio sobre comercio sustentable, Cancún, México, del 10 al 12 de septiembre de 2003 (documento impreso).

#### *Sitios de internet consultados*

- El Buen Café es bueno para Todos*, en <<http://www.buencafe.org/boletines.shtml?id=9&rd=23832>>.
- Sagarpa, en <<http://www.sagarpa.gob.mx/progs2002cafe>>, consultado el 19 de junio de 2004.



# GLOBALIZACIÓN Y CAFÉ: IMPACTO EN UNA REGIÓN INDÍGENA DE MÉXICO

*Benito Ramírez Valverde\**  
*José Pedro Juárez Sánchez\*\**

## RESUMEN

En esta investigación se analiza el impacto de la crisis del café en las familias campesinas de cuatro municipios indígenas del estado de Puebla, con alta y muy alta marginación. Se entrevistaron a 216 cafecultores indígenas. Los resultados muestran que los entrevistados son personas maduras y con bajo nivel de escolaridad. Los cafecultores viven en condiciones de pobreza y por lo regular su dieta alimenticia se reduce al consumo de tortillas de maíz y frijoles, esporádicamente consumen carne y leche. Las plantaciones de café son de tipo minifundista. Con respecto a las perspectivas de las plantaciones de café se tiene que un poco menos de la mitad de entrevistados consideró que el trabajar en los cafetales es buen negocio y piensan que una alternativa a la crisis del café es la migración laboral, realizada primordialmente por los hijos. La migración internacional es aún incipiente y se dirige sobre todo hacia Estados Unidos.

## INTRODUCCIÓN

México es el quinto productor mundial de café, ocupa el primer lugar en la producción de café orgánico y es el cultivo que en los últimos años ha ingresado la mayor cantidad de divisas por concepto de exportación. Actualmente las plantaciones de café están

\* Profesor-investigador titular de El Colegio de Posgraduados, Campus Puebla. Correo electrónico: <bramirez@colpos.mx>.

\*\* Profesor-investigador adjunto de El Colegio de Posgraduados, Campus Puebla. Correo electrónico: <pjuarez@colpos.mx>.

en crisis, debido fundamentalmente a la liberación de su comercio, al desplome de su precio en el mercado internacional y al escaso apoyo de los gobiernos nacionales. Se puede hablar de una crisis global del café, reflejada en las condiciones de vida de sus empobrecidos productores.

En México, las plantaciones de café están ubicadas por lo general en espacios de difícil acceso, situación que obstaculiza la introducción de nuevas tecnologías, mejoras al cultivo, la prestación de servicios y el acceso a los escasos apoyos proporcionados por el gobierno. Los productores tienen en su mayoría altos índices de marginación, viven en condiciones de pobreza extrema y sus unidades de producción se caracterizan por ser de minifundio. El Centro de Estudios de las Finanzas Públicas (2001:5) menciona que la superficie cafetalera se distribuye en 12 estados de la República Mexicana.

A escala nacional, el estado de Puebla ocupa el cuarto lugar en la producción de café y dependen de esta actividad 30 973 productores (Aragón *et al.*, 2004). La producción es realizada en su mayoría por indígenas, principalmente nahuas, totonacos y, en menor proporción, mazatecos y otomíes (Rivadeneira y Ramírez, 2006). Actualmente la cafecultura se encuentra en crisis; una de las causas son los apoyos insuficientes del Estado y a que operativamente presentan dificultades para que los beneficiarios los puedan ejercer, aunado a que se liberó el mercado mundial del café, el cual repercutió en la disminución de su precio debido al excedente en la producción. Esto ha ocasionado, entre otras cosas, la disminución de los ingresos de los productores, el abandono parcial y total de las fincas, la disminución del rendimiento, el deterioro del cafetal reflejado en la proliferación de plagas y enfermedades, así como en el desempleo, la migración y la profundización de la pobreza en el medio rural. La pobreza de los indígenas en los últimos años se ha agudizado por la crisis del café y la política económica instrumentada por el Estado mexicano (González *et al.*, 2006).

#### LA GLOBALIZACIÓN Y SU EFECTO EN LA ECONOMÍA CAMPESINA PRODUCTORA DE CAFÉ

La globalización económica impulsada por los medios de comunicación incluye la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones. Su desarrollo, ha permitido crear nuevas estrategias organizativas en las empresas transnacionales, con la finalidad de



incrementar sus beneficios económicos, en perjuicio de las condiciones de vida de la población que habita los espacios donde se instalan. Delgado (2005) menciona que los efectos de las políticas del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del Banco Mundial (BM), en particular en los países en vías de desarrollo, muestran el incremento de la pobreza y sus secuelas en la mortalidad infantil, insalubridad, desnutrición, analfabetismo, migración masiva, reducción marcada de las expectativas de vida, entre otros males sociales. Lo cierto es que la globalización económica ha mermado la calidad de vida de la mayoría de la población. Según datos presentados por Trueba en 2002, en el mundo habitaban aproximadamente seis mil millones de personas. En las cuatro últimas décadas, el crecimiento de los países en vías de desarrollo se duplicó, acercándose a los 5 100 millones, donde aproximadamente 60 por ciento vive y trabaja en el medio rural (Trueba, 2002).

En 2001, 44 por ciento de la fuerza de trabajo activa en el mundo tenía empleo en el sector agrícola: en los países desarrollados siete por ciento; en los países en vías de desarrollo 54 por ciento, y los que se encuentran en transición empleaban 15 por ciento. En el mundo existen 1 093 millones de personas con ingresos equivalentes a un dólar por día y 2 736 millones hacen frente a sus necesidades con dos dólares diarios (Cooper *et al.*, 2006). Es decir, 63 por ciento de la población en nuestro planeta vive con hasta dos dólares, lo cual es insuficiente para garantizar los mínimos de bienestar a que tienen derecho. Estos datos son reforzados por el *Informe de Desarrollo Humano*, presentado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2006), al mencionar que el ingreso promedio anual a escala mundial es de 5 533 dólares y que 80 por ciento del mundo, vive con menos de este promedio.

En 2005, América Latina tenía una población de 525 millones de pobladores y de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2006:5), 39.8 por ciento de la población de la región vivía en condiciones de pobreza (209 millones de personas) y 15.4 por ciento (81 millones de personas) vivía en la pobreza extrema o indigencia. En los hogares rurales se localiza, con más frecuencia, ya que 58 por ciento de esta población es considerada pobre. La pobreza se focaliza, fundamentalmente, en los espacios rurales, con 58 por ciento de esta población viviendo en esta condición, sin desconocer que también se manifiesta en las áreas urbanas.

Una de las causas de la pobreza en los espacios rurales es el control mundial del mercado de alimentos por unas cuantas em-

presas transnacionales agropecuarias, ubicadas en pocos países, dejando fuera a los pequeños productores agrícolas. El café es uno de los productos agrícolas más importantes en la economía, tanto por su participación en la generación de divisas, como por el empleo e ingreso económico que genera. Este cultivo no fue la excepción al impacto de la globalización económica. Años antes, los países productores y la mayoría de los consumidores que conformaban la Organización Internacional del Café (OIC) tenían como objetivo regular la oferta y la demanda, y de esta manera se aseguraba un ingreso a los agricultores mediante el equilibrio del mercado mundial. Ahora este mercado está sujeto a la oferta y la demanda, lo cual ocasiona que se inunde el mercado mundial con café de mala calidad, pero que es capaz de hacer que el precio disminuya considerablemente, afectando a los productores del aromático.

El café es, sin lugar a dudas, uno de los productos más polémicos. Al respecto el Observatorio de Corporaciones Transnacionales (2004) menciona que en este mercado el poder se ha transferido de los cafecultores a las importadoras transnacionales de los países consumidores. A su vez, los productores, comerciantes locales e incluso los gobiernos de los países productores han perdido sus posibilidades de influir en el mercado. La actual crisis en el mercado del café está destruyendo el medio de vida de 25 millones de productores en el mundo. En tres años, el precio del café ha caído al menos en 50 por ciento, alcanzando los niveles de hace 30 años y las previsiones a largo plazo son más bien pesimistas.

Los cultivadores de café de los países en vías de desarrollo, en su mayoría, son pequeños propietarios empobrecidos. Se localizan en sitios remotos distribuidos en el mundo, que venden sus granos de café a un precio muchas veces inferior a su costo de producción; 70 por ciento del café mundial se cultiva en granjas de menos de diez hectáreas y la gran mayoría lo cultiva en terrenos familiares de una a cinco hectáreas (Bungeroth, 2004). En México, 486 314 productores se dedican a la producción de café y cuentan con 684 763 hectáreas plantadas con este aromático, promediando 1.4 hectáreas por productor. De los productores, 70 por ciento son indígenas, que viven en las regiones con mayor pobreza y marginación del país (Aragón, 2006). Ello indica que hablar de la producción de café en México es hablar de pobreza y de grupos indígenas.

Entre los efectos que acarrea la crisis del café está la disminución del ingreso, con la consecuente reducción del consumo de alimentos, diversificación de las actividades —como respuesta a los pre-

cios bajos—, migración laboral y venta de tierra. Este tipo de estrategias desarrolladas por los cafeticultores se apegan a las políticas de desarrollo territorial rural que impulsan los gobiernos con modelos de corte neoliberal. Éstas comprenden la diversificación de las actividades agrícolas, la migración como una forma de mejorar las condiciones de vida mediante el envío de dinero a sus hogares y a través de la nueva reforma agraria, que busca crear y fortalecer un mercado de tierra que permita revertir el minifundismo y la pobreza.

El hambre se extiende en las zonas cafeteras. Campesinos de Honduras, Guatemala, Etiopía, Vietnam y otros países productores de café ya no cuentan con los recursos suficientes para alimentar adecuadamente a sus familias. El Programa Mundial de Alimentos en Honduras menciona que 30 mil personas sufren hambruna por culpa de la crisis del café y la sequía, y cientos de niños son hospitalizados por problemas de malnutrición (Intermón Oxfam, 2005). En Vietnam algunos cultivadores venden sus bienes para pagar a los cobradores de deudas (Osorio, 2002). Estos acontecimientos son manifestaciones de la crisis que están enfrentando los espacios cafetaleros a escala mundial.

Con respecto a la migración en los espacios cafetaleros, un claro ejemplo lo encontramos en el estado de Veracruz, considerado uno de los principales productores de café en México; actualmente se considera que es una nueva región migratoria, como lo es también Chiapas. La entidad ha venido escalando posiciones en la tabla de los estados expulsores de población hacia Estados Unidos: en 1992 se ubicaba en el lugar 30, para 1997 pasó al 27, en 2000 ocupó el lugar 14 y como resultado se estima que entre 1995 y 2000, salieron del estado 800 mil personas, y en 2002 llegó a su nivel más alto, ubicándose en la cuarta posición (Navarro, 2005). Aunado a este tipo de problemas se suman las violaciones de los derechos humanos denunciadas en el sector productivo del café que incluyen la explotación laboral de la infancia, salarios por debajo de cualquier salario mínimo, condiciones de trabajo inaceptables, degradación ambiental y restricciones de la libertad de asociación (Observatorio de Corporaciones Transnacionales, 2004).

Se puede concluir que la crisis de los espacios con plantaciones de café ha traído consigo el agravamiento de las condiciones de vida de las familias que dependen de esta actividad; uno de los mecanismos es la pérdida del valor de su producción por la vía de los precios. Los beneficiados son las empresas transnacionales del café y no necesariamente los consumidores. Las repercusiones de la cri-

sis de este aromático se manifiestan en la subalimentación de la población y la migración; en menores recursos para cubrir necesidades como salud y educación. Ello afecta en particular a las mujeres en su calidad de madres, de hijas y de jornaleras. En el nivel macro, los países productores sienten las repercusiones de este nuevo orden mundial en la sensible disminución de la entrada de divisas por la venta del café. La caída de los ingresos, la escasez de recursos para reinvertir en la finca, ha propiciado el resurgimiento de plagas y enfermedades en los cafetos, lo que a su vez disminuye su calidad y, por consiguiente, su precio.

#### LA CRISIS DEL CAFÉ

En el estado de Puebla, de acuerdo con datos del Consejo Poblano del Café, 38 755 productores tiene plantaciones y se ubican en los municipios poblanos con mayores niveles de marginación y pobreza (Rivadeneira y Ramírez, 2006). En los espacios cafetaleros de la Sierra Norte y en el Nororiente de Puebla, la gran mayoría de los productores de café pertenecen a algún grupo étnico. En los espacios cafetaleros de Puebla, 87 por ciento de los productores se encuentra en condiciones de alta marginación y pobreza extrema. En consecuencia, sus familias presentan un alto nivel de analfabetismo y bajo nivel de escolaridad.

A través de diversos estudios realizados sobre la problemática del café, se ha podido concluir que existe una estrecha relación entre indígena, pobreza y café, tal y como lo afirma Armando Bartra (1999). Esta situación histórica de marginación de los pobladores de las zonas cafetaleras se ha visto agudizada por la crisis en que se encuentra este aromático. El exceso de oferta de café, resultado de una sobreproducción y los bajos precios, han hecho aún más difícil la situación de las familias campesinas que dependen del aromático. Puebla es uno de los estados con mayores niveles de marginación y se ha detectado que las zonas indígenas son regiones donde sus habitantes sufren condiciones ancestrales de pobreza.

La información del Censo Cafetalero, levantado por el Instituto Mexicano del Café, registró a 54 725 predios dedicados al cultivo de café, mismos que se distribuyen entre 55 municipios poblanos. Éstos se localizan espacialmente en cinco de los ocho distritos de desarrollo rural que conforman el estado. La importancia de las plantaciones en cada uno de los distritos es diferente, siendo los más

importantes Teziutlán y Huauchinango, con más de 80 por ciento de los predios.

#### LOS MUNICIPIOS CONSIDERADOS EN EL ESTUDIO

Los municipios contemplados en esta investigación están ubicados en la Sierra Nororiente del estado de Puebla y son Cuetzalan, Huitzilán, Ixtepec y Huehuetla. Los dos primeros pertenecen al grupo étnico nahuas y los dos restantes a la etnia totonaca. En el mapa 1 se muestra su localización en el contorno estatal.

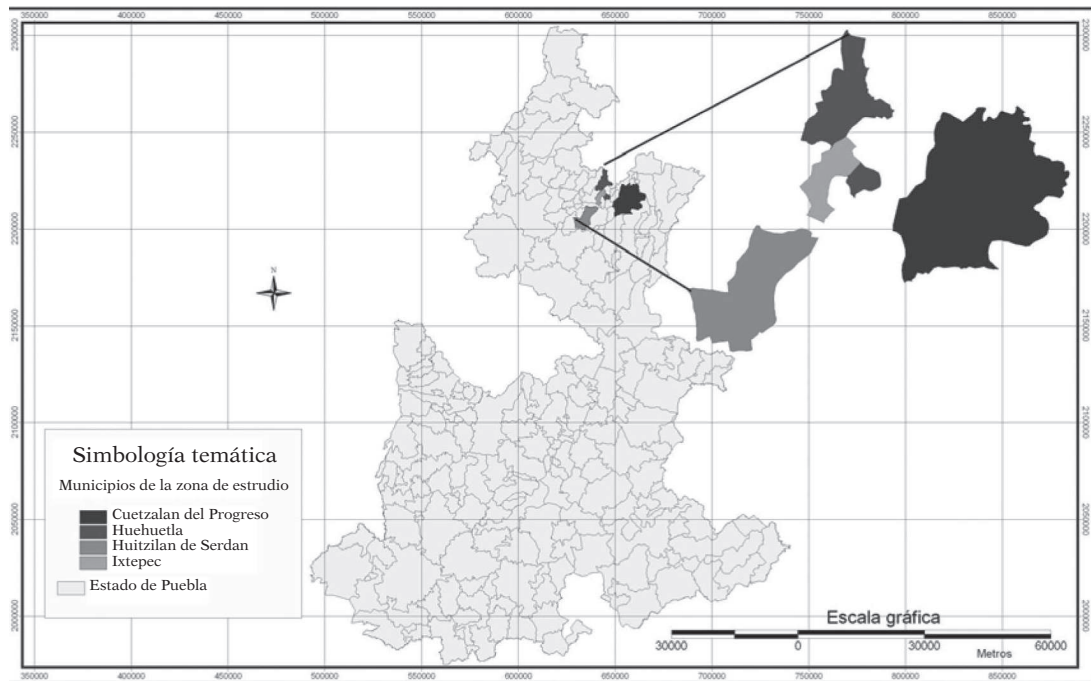
Según estimaciones de la Conapo realizadas con base en el XII Censo General de Población y Vivienda del 2000, Huitzilán, Ixtepec y Huehuetla están clasificados como municipios de muy alta marginación y Cuetzalan tiene un grado de marginación alto. Destaca sobre todo el hecho de que Ixtepec y Huehuetla se encuentran entre los diez municipios con mayor marginación en el estado de Puebla y entre los cien con el más alto grado de marginación a escala nacional.

Las condiciones de pobreza en la región de estudio se muestran también en los ingresos, la escolaridad y las condiciones de su vivienda. Aproximadamente, 90 por ciento de la población de estos municipios reciben menos de dos salarios mínimos. El porcentaje de población analfabeta de 15 años o más, asciende a 27.61 por ciento en Cuetzalan; 43.64 por ciento en Huehuetla; 40.77 por ciento en Huitzilán y 43.74 por ciento en Ixtepec. Respecto a las condiciones de habitación, la mayoría de los pobladores presentan algún nivel de hacinamiento. Un porcentaje considerable de viviendas tienen carencias de los servicios elementales, como drenaje, agua y energía eléctrica.

#### METODOLOGÍA

El universo de estudio de esta investigación refiere a los productores de café de los cuatro municipios señalados. El tamaño de la muestra se obtuvo de la lista de productores del censo cafetalero. Se usó un muestreo estratificado aleatorio, con asignación proporcional a cada uno de los municipios. La precisión fue de 15 por ciento de la media general con una confiabilidad de 95 por ciento. El tamaño de la muestra quedó definido en 216 entrevistados. La ecuación para estimar el tamaño de la muestra en un muestreo estratificado

MAPA 1  
UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA REGIÓN ESTUDIADA



aleatorio con distribución proporcional es presentada por Gómez (1979). De esta manera, la muestra quedó definida como sigue: en Ixtetec, se realizaron 30 entrevistas (14 por ciento de la muestra); Huehuetla, 35 entrevistas (16 por ciento); Huitzilán, 45 entrevistas (21 por ciento) y en Cuetzalan se realizaron 106 entrevistas que corresponde a 49 por ciento de la muestra total.

## RESULTADOS

Los resultados arrojan que 30 por ciento de los entrevistados pertenecen al grupo étnico totonaco y 70 por ciento a los nahuas. Los cafecultores son personas de edad madura, con un promedio de 50.3 años y una escolaridad de 4.6 años, aunque 15.7 por ciento nunca asistió a la escuela. Este resultado muestra la desigualdad y la injusticia en la que se ha sumido a los campesinos e indígenas mexicanos de las diversas regiones cafetaleras de nuestro país. El promedio de edad de los productores nahuas es de 50.4 años, la edad mínima encontrada fue de 24 años y el de mayor tenía 82 años. En el grupo étnico de totonacas el promedio de edad encontrado fue de 50.1 años, con una edad mínima y máxima de 25 y 80 años. Como puede observarse, los productores presentan una edad madura, similar a la de los campesinos de otras regiones del país, en donde los jóvenes generalmente buscan emigrar en busca de nuevas opciones laborales para mejorar las condiciones de vida de sus familias.

El promedio de escolaridad de los nahuas y totonacos fue de 4.40 y 4.95 años, respectivamente. Al comparar la edad de los productores y su escolaridad, se encontró una correlación negativa ( $r = -.414$ ;  $p < .001$ ), es decir, que los productores de café con mayor edad tienen menor escolaridad.

El café en estos municipios se siembra en superficies muy pequeñas; el tamaño promedio de los predios en México es de 2.7 hectáreas. También se reporta que 92 por ciento de los cafecultores del país se ubican en terrenos de cinco hectáreas o menos (ASERCA, 2002). Los municipios del estudio presentan un minifundio aún más extremo: tienen en promedio 1.42 hectáreas y están distribuidas en varios predios con un rendimiento promedio de 1 662.2 kilogramos por hectárea. Es posible notar la tendencia de que a mayor superficie del productor se obtiene un mayor rendimiento por hectárea ( $r = .243$ ;  $p < .001$ ). Este resultado muestra que los campesinos de

la región se encuentran en una situación muy difícil con respecto a la superficie dedicada a la producción del aromático a escala nacional. Bajo estas condiciones, los productores obtienen un rendimiento reducido y con los bajos precios internacionales del café, el efecto inmediato se refleja en los raquíticos ingresos que logran obtener, los cuales son insuficientes para cubrir las necesidades más elementales de la familia y, como consecuencia, las familias campesinas se encuentran en condiciones de pobreza. Los efectos de la crisis del café se reflejan en que la alimentación tan sólo se componga del consumo de tortillas de maíz, frijoles y esporádicamente consuman carne y leche.

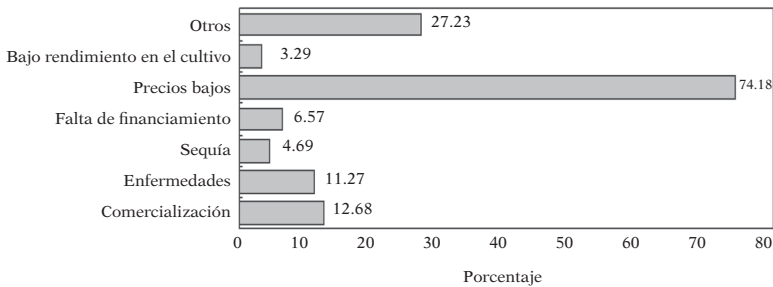
Para realizar las actividades propias del proceso de producción de las plantaciones de café, y ante la falta de recursos económicos para financiar el pago a jornaleros, los cafecultores en su mayoría (64.4 por ciento) recurren a la mano de obra familiar. Una cuarta parte contrata jornaleros para actividades específicas y 4.6 por ciento intercambian trabajo entre ellos mismos, como una forma solidaria de realizar las labores, ante la escasez de recursos económicos y falta de mano de obra familiar. Se preguntó a los entrevistados si ellos se consideraban pobres, al respecto 96.8 por ciento contestó afirmativamente. En el grupo étnico de los nahuas, 97.4 por ciento se consideró pobre y 95.4 por ciento de los totonacos. Se aplicó una Prueba Exacta de Fisher ( $p = .432$ ) y se encontró que no existe diferencia estadística entre los dos grupos étnicos respecto a considerarse pobre. Entonces, desde su percepción, estos dos grupos indígenas viven en condiciones de pobreza.

Asimismo 71.8 por ciento de los entrevistados son beneficiarios del Programa Oportunidades y se presenta una situación similar para los dos grupos étnicos estudiados; en el caso de los nahuas, 71.5 por ciento, y entre los totonacas, 72.3 por ciento de las familias participan en el programa. Estos resultados manifiestan que aproximadamente una cuarta parte de la población se considera pobre y no recibe los apoyos oficiales para mitigar sus condiciones de pobreza. La razón que los productores dieron para no estar incluidos dentro de este programa son: *a*) no salieron en la lista (43.8 por ciento); *b*) no se explican el motivo (18.1 por ciento); *c*) no se anotó (17.1 por ciento); *d*) la autoridad así lo decidió (6.7 por ciento); *e*) no conocen el programa (6.7 por ciento); y *f*) el resto menciona otras causas. Podemos observar que la gran mayoría de la población se encuentra en condiciones de pobreza y los apoyos del programa no alcanzan a cubrir a todas aquellas familias que lo requieren.



Se preguntó a los cafeticultores cuáles consideraba los factores más importantes que han influido en la crisis actual del cultivo y el resultado se muestra en la gráfica 1, en donde se observa que la mayoría de los productores están claros que la caída de precios y la comercialización son el principal problema que enfrentan actualmente. Con respecto a los canales de comercialización del café en la región, se encuentra que 37 por ciento de los cafetaleros lo vende a los acaparadores; 29.2 por ciento lo comercializa en la comunidad; 13.4 por ciento lo lleva al poblado principal de la región; 5.6 por ciento lo vende a sus vecinos; 11.6 por ciento lo vende a alguna organización campesina y 3.2 por ciento lo comercializa de otra manera.

GRÁFICA 1  
PRINCIPALES PROBLEMAS EN LAS PLANTACIONES DE CAFÉ  
EN LA REGIÓN DE ESTUDIO



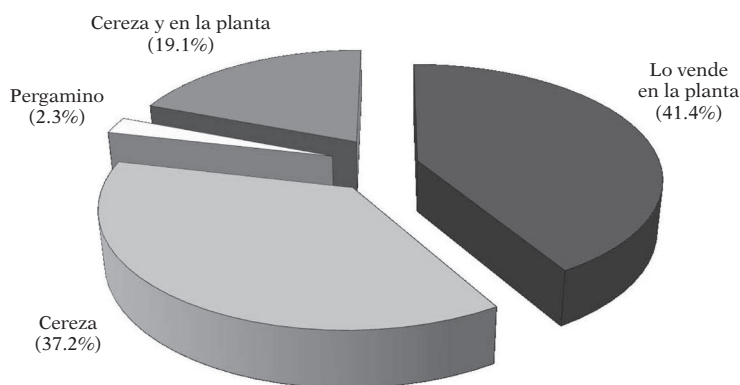
FUENTE: encuesta a agricultores (2005).

En la comercialización, los acaparadores continúan siendo el canal más importante en la compra del café. Las organizaciones campesinas tienen un papel reducido como consecuencia de la crisis del cultivo, e incluso algunas organizaciones han dejado de comprar café. Un ejemplo de lo anterior es la Organización Indígena Ttonaca (OIT), ubicada en Huehuetla, que dejó de comercializar el aromático porque simplemente era incosteable.

En relación con la forma en que venden el café, la mayoría lo comercializa en la planta y en cereza al carecer de recursos para su cosecha o por emergencias económicas. Sólo una pequeña parte de ellos, 2.3 por ciento, le da valor agregado al venderlo en forma de pergamino. Además, como ya se mencionó anteriormente, la superficie de los productores con plantas de café es muy pequeña, la

inversión sería cuantiosa en el caso de que decidieran invertir y aun así, no lograrían explotarla. Esta cadena de obstáculos les dificulta la posibilidad de proporcionarle valor agregado a su producto. Ante ello, se plantea la organización campesina como estrategia para agregar valor y generar mayores ingresos entre los cafeticultores. La forma en que los productores indígenas venden su producto, se presenta en la gráfica 2.

GRÁFICA 2  
FORMA EN QUE EL PRODUCTOR COMERCIALIZA SU CAFÉ  
EN LA REGIÓN DE ESTUDIO

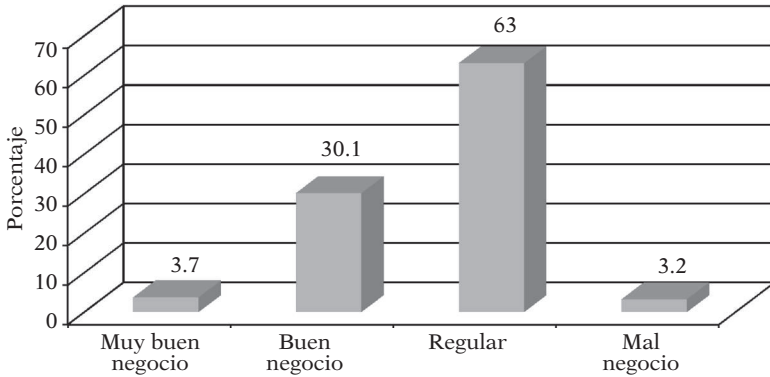


FUENTE: encuesta a agricultores (2005).

Según los datos de la encuesta realizada, los cafeticultores consideran que agregando valor a su producto podrían compensar la caída de los precios para, al menos, mantener sus condiciones de vida. En este sentido, 44 por ciento de los encuestados les gustaría seguir esa estrategia; 94.7 por ciento consideró viable transformar su café cereza en pergamino y 5.3 por ciento intentaría producir café molido. La mayor parte de los productores no agregan valor debido a la escasa capitalización de su finca y a la carencia de equipo. Una pequeña proporción mencionó no conocer la forma en la que se puede añadir valor a su café.

También se les preguntó si consideran la producción de café un buen negocio, a pesar de las condiciones actuales. Los resultados encontrados se muestran en la gráfica 3.

GRÁFICA 3  
OPINIÓN DE LOS PRODUCTORES SOBRE EL CULTIVO DE CAFÉ  
COMO NEGOCIO EN LA REGIÓN DE ESTUDIO



FUENTE: encuesta a agricultores (2005).

En la gráfica anterior puede observarse que los cafeticultores siguen considerando al cultivo como una opción viable de vida para sus familias, incluso con los problemas ya mencionados. Esta situación se confirma con el hecho de que 96.8 por ciento de los productores entrevistados manifestó que seguirá cultivando sus cafetales aun bajo las circunstancias que atraviesan. Los productores están seguros de que el incremento en el precio del café es la manera más rápida y directa para mejorar sus ingresos. Otros mencionan que interfiere el mejoramiento de la calidad del producto y la organización de los productores. Las opiniones sobre las estrategias para mejorar los ingresos con la producción de café se condensan en el cuadro 1.

Una estrategia de sobrevivencia más frecuente frente a la crisis del café es la migración. En la región se da fundamentalmente en los hijos de los cafeticultores y la razón más importante por la que se ven obligados a emigrar es por problemas de tipo económico. En relación con la migración internacional, ésta es aún pequeña y se dirige principalmente hacia Estados Unidos.

Por otra parte, 44.9 por ciento de los agricultores mencionó que tienen hijos viviendo fuera de la comunidad; de éstos 47.4 por ciento tiene un solo hijo fuera, 23.7 por ciento dos, 14.4 por ciento tres y 14.4 por ciento tiene más de tres hijos fuera de la localidad. Entre las razones por las que la juventud de esta región emigra en

CUADRO 1  
OPINIÓN SOBRE LA FORMA DE MEJORAR LOS INGRESOS  
QUE SE OBTIENEN DEL CAFÉ

<i>Opinión</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Producir con calidad	29	13.4
Plantar nuevos cafetales	28	13.0
Combatir las plagas	11	5.1
Mejorar la comercialización	10	4.6
Crédito y asesoría	11	5.1
Organizaciones de productores	13	6.0
Incrementar precios	71	32.9
Producir con calidad y plantar nuevos cafetales	22	10.2
Mejorar calidad y precios	21	9.7
Total	216	100.0

FUENTE: encuesta a agricultores (2005).

su gran mayoría (91.8 por ciento) se mencionaron los motivos laborales y 8.2 por ciento lo hace para buscar mejores oportunidades de estudio que no tienen en la región. Los resultados manifiestan que las condiciones para obtener trabajo en la región son difíciles y se agudizan con la crisis del café.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la muestra, la migración en los municipios de estudio inició desde el año de 1963, y desde este año hasta 1999 se registró la salida de la comunidad de 50.6 por ciento de los casos. Del año 2000 al 2005, se intensificó el proceso migratorio con 49.4 por ciento de los que han salido. Se observa que la mayor dinámica migratoria coincide con la crisis cafetalera. La migración es básicamente nacional y sólo 2.2 por ciento se dirige hacia Estados Unidos. A escala nacional, los principales puntos de destino son la ciudad de Puebla (42.7 por ciento), el Distrito Federal (33.7 por ciento) y el porcentaje restante menciona a Veracruz, Tlaxcala y el municipio de Zaragoza, en Puebla. La migración internacional es todavía pequeña e incipiente, principalmente por la falta de redes sociales, recursos económicos y el idioma.

La misma caída de los ingresos por la baja de los precios obliga a los cafecultores a combinar las labores agrícolas con otras actividades fuera de su comunidad. En la muestra estudiada, una cuarta parte de los productores manifestó haber salido en busca de trabajo durante el año 2005. La inmensa mayoría de ellos obtie-

nen trabajo en la construcción (70.4 por ciento), principalmente como ayudante de albañil. Las otras fuentes de trabajo en las que se emplean los productores de café fuera de sus comunidades son jornaleros (7.4 por ciento), empleado de seguridad (5.6 por ciento) y otras actividades diversas como ventas, carpintería y camarero (16.7 por ciento). Puede observarse que los trabajos realizados por estos campesinos son no especializados; por ejemplo, más de la mitad de ellos trabajan como ayudantes de albañil, actividades que en el mejor de los casos escasamente rebasa el salario mínimo. Así, las condiciones en las que viven en estos sitios son precarias por los propios niveles de ingreso y porque, además, deben ahorrar una parte para enviarla a sus familias que se encuentran en sus lugares de origen. Las estancias laborales de los migrantes tienen diferente duración y están en función al tipo de trabajo, necesidades de recursos y a las actividades por realizar en sus lugares de origen. La mayor parte de ellos (38.9 por ciento) realizan estancias de tres meses.

Con respecto a la migración internacional, sólo dos productores han salido a trabajar en alguna ocasión a Estados Unidos y el destino laboral de ambos fue el estado de California. Como ya se mencionó, la migración internacional es un fenómeno reciente. En ambos casos, la migración se registró en 2004, dentro de la reciente crisis cafetalera.

En relación con el idioma, tanto para la migración nacional como internacional, 17.5 por ciento de los productores considera que es una limitante cuando salen a trabajar. La mayoría de los encuestados no pueden comunicarse con las personas en su idioma (64.7 por ciento), porque no les entienden (23.5 por ciento); 11.8 por ciento afirmó que son discriminados por su idioma. En la migración internacional se enfrentan a los mismos problemas que en la nacional; no obstante, es más sencillo solventarlos para la población más joven, como corresponde al caso de los hijos de los productores. En este sentido, 1.4 por ciento de las familias entrevistadas admitieron tener al menos un hijo trabajando en Estados Unidos. De estas familias con migrantes internacionales, uno de ellos trabaja en California y dos más en Nueva York. Las estancias en Estados Unidos son amplias, dos de ellos regresaron a la comunidades después de dos años y el otro caso retornó a los seis años. Trabajaron durante su estancia laboral en Estados Unidos como empleados de un centro comercial, como jornaleros y cocineros. La totalidad de las familias afirmó que su estancia laboral en Estados Unidos fue útil para sus respectivas familias y que los re-

sultados se manifiestan en mejoras en la casa y un mejor nivel de vida de la familia.

Ante una situación económica cada vez más precaria, se cuestionó a los cafeticultores de la región sobre si estaban considerando la posibilidad de emigrar al año siguiente. Al respecto se encontró que 27.3 por ciento de los encuestados manifestó interés. Los lugares adonde piensan salir son la ciudad de Puebla (61 por ciento) y el Distrito Federal (32.2 por ciento). El resto ha pensado en trabajar en entidades como Tlaxcala, Veracruz y Chihuahua. Las actividades en las que piensa laborar son las que tradicionalmente han realizado: ayudante de albañil (61 por ciento), albañil (27.1 por ciento), jornalero (8.5 por ciento) y obrero (3.4 por ciento).

Salir de la comunidad es un acto obligado por la insostenibilidad económica de su unidad de producción. Los motivos que los impulsan son básicamente económicos, según lo constatan los datos de la encuesta: 42.4 por ciento de ellos manifestó que no existe empleo en la localidad; 16.9 por ciento opinó que el pago como jornalero en la región es muy bajo y el porcentaje restante, 40.6 por ciento, expresó que piensan salir de la comunidad debido a que la producción de café no proporciona los recursos suficientes para el mantenimiento de la familia. Esta última situación indica que la plantación del café en la región está siendo afectada por la crisis global del aromático y que el impacto en las familias productoras de café —minifundistas, pobres, indígenas— ha sido tremendo.

## CONCLUSIONES

Las plantaciones de cafetales en la Sierra Nororiente del estado de Puebla son realizadas por productores minifundistas que viven en condiciones de pobreza y marginación. La reestructuración del mercado del café y sus mecanismos de reproducción a raíz de la globalización, ha impactado a los pequeños cafeticultores, afectando aún más sus condiciones de vida. Ante esta situación, los productores diseñan alternativas que les permitan la sobrevivencia de su unidad familiar; algunas de las opciones planteadas por los campesinos son la agregación de valor al café mediante su integración a las diferentes fases de producción, industrialización y comercialización. Para lograr este objetivo es indispensable la organización de los productores y la intervención del Estado. Es necesario, entonces, establecer nuevas políticas de apoyo hacia los productores, cambios en la política social que permitan que los pequeños pro-

ductores de café puedan luchar de manera más efectiva contra la pobreza y la marginación.

Dentro de las estrategias para mejorar sus condiciones de vida, se plantea el empleo rural no agrícola y la migración tanto nacional como internacional. La segunda es aún incipiente, predominando ampliamente la migración hacia las principales ciudades del centro del país, donde desempeñan un trabajo no calificado y mal pagado, que genera ingresos apenas suficientes para mantener a la unidad familiar campesina en los límites de la subsistencia.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ARAGÓN, C. (2006), "Cafeticultura, inequidad y pobreza", en B. Ramírez, J. Juárez y A. Cesín (coords.), *Productores indígenas de café de la Sierra Nororiente de Puebla*, Puebla, Colegio de Postgraduados/FOMIX.
- , B. RAMÍREZ, I. RIVADENEYRA y A. ARELLANO (2004), "Café", en *Cadenas agroalimentarias: el papel estratégico de la tecnología y prospectiva en el Estado de Puebla*, México, Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología y Fundación Produce Puebla A. C.
- ASERCA (2002), "Café de México: hacia los mercados de calidad", en *Claridades Agropecuarias*, núm. 103, marzo, México, Sagarpa.
- BARTRA, A. (1999), "El aroma de la historia social del café", en *La Jornada del Campo*, suplemento del diario *La Jornada*, 28 de julio.
- BUNGEROTH, A. (2004), *La crisis del café*, OXFAM.
- CENTRO DE ESTUDIOS DE LAS FINANZAS PÚBLICAS (2001), "El mercado del café en México", Camara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro D.F., en <<http://www.cefp.gob.mx/intr/e/documentos/pdf/cefp/cefp0542001.pdf>>, diciembre.
- COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (CEPAL) (2006), *Panorama social de América Latina 2006*, División de Desarrollo Social y la División de Estadística y Proyecciones Económicas de la CEPAL.
- CONSEJO NACIONAL DE POBLACIÓN (CONAPO) (2000), Índices de marginación 2000, *XII Censo de población y vivienda 2000* en <<http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/indices/pdfs/005b.pdf>>.
- COOPER, E., P. GHAZI, K. HOLMES, K. KRCHNAK, Y. KURA, A. LAVIÑA, D. PRAGER, P. STEELE, W. VANASSELT y J. VIRIDIN (2006),

- La riqueza del pobre. Manejar los ecosistemas para combatir la pobreza*, PNUD/FIDA/BM/Instituto de Recursos Mundiales.
- DELGADO, D. (2005), FMI y Banco Mundial, *El holocausto silencioso. Globalización*, en <<http://rcci.net/globalizacion/index>>, junio.
- GLOBALIZACION, en <<http://rcci.net/globalizacion/index.htm>>, junio.
- GÓMEZ, R. (1979), "Introducción al muestreo", tesis de Maestría en Ciencias en Estadística, Centro Estadística y Cálculo, Colegio Postgraduados, Chapingo.
- GONZÁLEZ, A., B. RAMÍREZ, J. BOLTVINIK y A. MACÍAS (2006), "Pobreza y población. Objetivo de Progreso en cuatro municipios indígenas de la Sierra Norte de Puebla", en *Papeles de Población*, núm. 47, Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México, enero-marzo.
- INTERMÓN OXFAM (2005), *Crisis del café. Pobreza para 35 millones de familias*, Interfóm OXFAM, en <[www.IntermonOxfam.org](http://www.IntermonOxfam.org)>, septiembre.
- NAVARRO, L. (2005), "Migración y café en México y Centroamérica", en *Memoria*, núm. 199, en <<http://memoria.com.mx/node/646>>.
- OBSERVATORIO DE CORPORACIONES TRANSNACIONALES (2004), "Las transnacionales del sector agropecuario", en *Boletín 2, Observatorios de corporaciones transnacionales*.
- OSORIO, N. (2002), *La crisis mundial del café: una amenaza al desarrollo sostenible*, Organización Internacional del Café.
- PNUD (2006), *Informe de desarrollo humano 2006. Más allá de la escasez: poder, pobreza y la crisis mundial del agua*, PNUD.
- RIVADENEYRA, J.I. y B. RAMÍREZ (2006), "El comercio local del café a raíz de su crisis en la Sierra Norte de Puebla", en *Revista Mexicana de Agronegocios*, tercera época, año X, vol. 18, México, enero-junio.
- TRUEBA, I. (2002), *La seguridad alimentaria mundial. Primeras aproximaciones del siglo XXI. El papel de la FAO y el PMA*, Madrid, Cátedra Alfonso Martín Escudero-Universidad Politécnica de Madrid.



*Globalización y sistemas  
agroalimentarios*  
se terminó en julio de 2010  
en Imprenta de Juan Pablos, S.A.,  
Malintzin 199, Col. del Carmen,  
Del. Coyoacán, México 04100, D.F.  
<imprejuan@prodigy.net.mx>

1 000 ejemplares



