

XIII Asamblea General de ALAFEC

Buenos Aires, Argentina
del 9 al 12 de Octubre de 2012



Competitividad internacional de agronegocios: el caso de la zarzamora mexicana

**XIII Asamblea General de ALAFEC
9 al 12 de octubre de 2012
Buenos Aires, Argentina**

Competitividad internacional de agronegocios: el caso de la zarzamora mexicana

Áreas temáticas

Negocios internacionales

El proceso de globalización de las economías y de los mercados y la internacionalización de las empresas

Autores:

Dr. Carlos Morales Troncoso
M.A. María de los Angeles Sánchez Olguín
Facultad de Contaduría y Administración (FCA)
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Circuito exterior sin número, Ciudad Universitaria, México DF 04510
Tel 52 55 56228401
cmorales@fca.unam.mx
angiesanchezolquin@gmail.com

La presente investigación contó el apoyo del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT IN305210) de la UNAM.

Resumen

El objetivo de la presente investigación es determinar la competitividad internacional de la zarzamora mexicana, tomada como un producto genérico, independientemente del comportamiento individual de las empresas en los mercados mundiales. Una dimensión indispensable pero no suficiente para determinar qué tan competitivo es un producto genérico en los mercados internacionales, es conocer su desempeño exportador.

El método de análisis utilizado consistió en una investigación documental y de series estadísticas de comercio exterior durante el último quinquenio (2006-2010) así como en visitas de campo a las principales regiones productoras exportadoras de México, complementadas con entrevistas a los principales productores y exportadores de la cadena producción-comercialización de zarzamora fresca.

En el caso de las zarzamoras frescas, México fue, en 2011, el primer exportador mundial, en volumen, participando con el 18% de las exportaciones mundiales. Además, se encontró que la TMCA, en valor, mundial de exportaciones (2006-2010) fue del 53% durante el período analizado; para el caso de México, ese valor se ubicó en 6.7%(2006-2011). Respecto al VCR, el resultado para México fue positivo derivado de sus ventajas comparativas en exportaciones y desventajas comparativas en importaciones. No obstante, existe una excesiva concentración de las exportaciones en un solo mercado, desaprovechando numerosas otras oportunidades mundiales.

Derivado de las visitas de campo y de las entrevistas a los productores, se logró detectar que muchos de ellos no participan activa y directamente en los procesos de exportación; estos negocios, hoy por hoy, están concentrados en reducido número de empresas de origen extranjero. Además, fue posible constatar que la producción y comercialización de zarzamora en México puede y debe coadyuvar al desarrollo integral de las regiones productoras. Sobre la existencia de un *cluster* (Porter, Ser competitivo, 2009) de zarzamora en Los Reyes, Michoacán, la principal región productora, ha sido motivo de polémica entre las autoridades estatales y municipales, así como entre los propios productores, exportadores y académicos. Como resultado de la investigación de campo, se pudo corroborar

que, en todo caso, la existencia de dicho *cluster* no está plenamente desarrollada y habrá que reforzar algunos aspectos relativos a la capacitación de los recursos humanos, el mayor involucramientos del sector académico y el desarrollo de la investigación aplicada al cultivo y su explotación integral para que pueda finalmente hablarse un *cluster* como tal.

Antecedentes

Mucho se ha discutido acerca de los efectos del Tratado de Libre de Comercio con Norteamérica (TLCAN) en el agro mexicano. Hay quienes afirman que sus impactos han sido perjudiciales y otros, en cambio, están convencidos de sus evidentes bondades en sectores como el de hortalizas y frutas de exportación así como en el impresionante incremento de la participación mexicana en los mercados mundiales de bebidas alcohólicas (cerveza, tequila y, más recientemente, mezcal). Sin pretender abonar a la discusión general, lo que es evidente es que México ha optado por el camino de la globalización y el neo-liberalismo, celebrando múltiples acuerdos de libre comercio, asociación y/o complementación económica, y haciendo del sector exportador la “locomotora” del crecimiento económico; todo ello se ha traducido en resultados muy positivos en términos del crecimiento sostenido de las exportaciones totales mexicanas y, por ende, de su posicionamiento mundial como una de las principales economías exportadoras del mundo¹.

Pero hablando específicamente del llamado sector agroalimentario, contenido fundamentalmente en los primeros 24 capítulos del Sistema Armonizado (SA), en las exportaciones mexicanas registradas en 1995 –año de entrada en vigor del TLCAN– y 17 años, después, se observa una tasa media de crecimiento anual (TMCA) del 8.16% aunque se siguen teniendo desbalances significativos en rubros tan importantes como carnes, lácteos, cereales, oleaginosas, grasas y aceites; y, en contraste, se obtienen saldos positivos de cuantía apreciable en los capítulos 07 (Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios), 08 (Frutas comestibles; cortezas de agrios o de melones) y 22 (Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre), tres rubros que representaron la mitad del total de

¹ México se ubica desde fines del siglo XX entre las primeras 15 economías exportadoras más importantes del mundo, de acuerdo con las estadísticas anuales del comercio mundial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) www.wto.org

exportaciones de los 24 capítulos del SA en 2011, tal como puede observarse en la tabla que se presenta enseguida.

Tabla 1 Crecimiento de las exportaciones agroalimentarias mexicanas 1995-2011 y saldos comerciales en 2011. Miles de dólares

Capítulo SA y descripción	Export 1995	Export 2011	Saldo 2011	TMCA 1995-2011
01 Animales vivos	540,705	831,045	683,078	2.7
02 Carnes y despojos comestibles	63,185	957,719	-2,465,788	18.5
03 Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	628,086	942,607	460,974	2.6
04 Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural	39,672	220,413	-1,447,239	11.3
05 Los demás productos de origen animal no comprendidos en otros capítulos	13,566	33,047	-159,151	5.7
06 Plantas vivas y productos de la floricultura	34,651	53,712	-52,048	2.8
07 Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	1,775,561	4,944,866	4,565,311	6.6
08 Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	626,986	2,764,355	1,945,664	9.7
09 Café, te, yerbamate y especias	782,460	764,356	537,410	-0.1
10 Cereales	85,706	342,403	-5,133,939	9.0
11 Productos de la molinería	19,850	138,867	-268,573	12.9
12 Semillas y frutos oleaginosos	44,807	123,644	-3,418,026	6.5
13 Gomas, resinas y extractos vegetales	23,769	92,931	-38,624	8.9
14 Materias trenzables	28,449	33,559	24,437	1.0
15 Grasas y aceites animales o vegetales	70,573	202,215	-1,518,217	6.8
16 Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos	67,932	108,576	-217,785	3.0
17 Azúcares y artículos de confitería	228,012	1,842,744	693,650	14.0
18 Cacao y sus preparaciones	44,776	631,289	83,865	18.0
19 Preparaciones a base de cereales	123,817	1,284,308	734,585	15.7
20 Preparaciones de legumbres	277,934	1,069,899	467,025	8.8
21 Preparaciones alimenticias diversas	136,316	821,296	-218,614	11.9
22 Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	534,748	3,294,747	2,397,138	12.0
23 Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias	12,670	167,043	-1,232,972	17.5
24 Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	61,383	300,049	129,466	10.4
TOTAL CAPÍTULOS 01-24	6,265,614	21,965,690		8.2

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos de COMTRADE y Trade Map

Al ir observando el desarrollo paulatino de esos contrastantes resultados a lo largo de la vigencia del TLCAN, el coautor de la presente ponencia se propuso, hace varios años, realizar una investigación acerca de lo que acontecía en los sectores

hortofrutícolas mexicanos, en cuyas cadenas de producción, transformación, comercialización y exportación participan numerosas familias mexicanas ubicadas justamente en el sector rural, donde la pobreza y la marginación es muy frecuente. Así, en un primer intento por entender cabalmente el fenómeno, se estudió a fondo el caso del aguacate, en donde México ocupa la primera posición mundial tanto como productor como exportador (Morales Troncoso, 2007). Posteriormente, se propuso ampliar la investigación, incluyendo otros casos del mismo sector; el resultado fue formalmente aprobado en el contexto del Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT IN305210) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) En particular, se decidió tomar como ejemplo el caso de la zarzamora, debido a su destacada participación en las exportaciones mundiales; hace dos años, se presentaron algunos resultados iniciales en la XII Asamblea General de ALAFEC (Morales Troncoso & Sánchez Olguín, 2010). En el contexto del mencionado PAPIIT, tres alumnos del Posgrado en Ciencias de la Administración de la UNAM obtuvieron su grado de Maestro en Administración de Negocios Internacionales en 2011 y 2012, todos ellos contribuyendo al esclarecimiento del tema comentado. Ahora, se presentan los más recientes avances de la investigación en curso que, finalmente, deberá contenerse, en el corto plazo, en una publicación de mayores alcances y extensión que la presente ponencia.

De esta forma, para el caso específico del capítulo 08 del SA, que es el punto focal de la presente investigación, se identificaron todos los productos, a nivel de seis dígitos de dicho capítulo del SA, en donde las exportaciones mexicanas se ubican entre las primeras diez posiciones mundiales en 2011 y, de esta forma, se determinó que doce productos acusan este comportamiento destacado a nivel global, representando el 86.6% del valor total de exportaciones del mencionado capítulo 08 en ese año, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2 Frutas (Capítulo 08) mexicanas con alto desempeño exportador, 2011

Clasificación (SA) y descripción productos	Exportación mexicana (millones USD)	Lugar mundial	% de México en la exportación mundial	Principal país de destino (%)
080231 nueces con cáscara	104.6	3	11.8	US 87.0
080232 nueces sin cáscara	141.1	2	10.0	US 99.8

080440 aguacates	887.6	1	44.3	US 77.6
080450 guayabas y mangos	205.7	1	15.9	US 80.8
080550 limones y limas	269.9	3	13.0	US 92.9
080711 sandías	238.2	2	22.4	US 99.8
080719 melones	104.8	6	7.7	US 85.9
080720 papayas	46.3	1	23.5	US 99.1
081010 fresas frescas	142.1	5	6.6	US 99.9
081020 frambuesas, zarzamoras y moras	131.7	3	18.1	US 88.8
081110 Fresas congeladas	104.9	3	11.7	US 95.8
081400 cortezas de agrios	16.2	1	19.9	DK 24.7
TOTAL 12 PRODUCTOS	2,393.1	86.6%		
TOTAL CAPÍTULO 08	2,764.4			

Fuente: Elaboración propia con datos del *Trade Map* del Centro de Comercio Internacional, CCI de las Naciones Unidas (UNCTAD/OMC), disponible en <http://www.trademap.org>, recuperado el 11 de junio 2012. Los códigos alfabéticos de dos caracteres para los países utilizados aquí corresponden a la norma ISO 3166-2 (US= Estados Unidos; DK=Dinamarca)

Como puede verse en la tabla anterior, son siempre los EEUU (US) el principal y, a veces, el único mercado de destino de las frutas seleccionadas, salvo por el caso de la sub-partida 081400 en donde es Dinamarca (DK) el principal mercado de destino, aunque con un modesto porcentaje del total.

Específicamente en el caso de las frambuesas, zarzamoras y moras y de acuerdo con la misma fuente (*Trade Map*), además de vender la mayor parte de sus exportaciones de zarzamoras a los EEUU (el 88.8%), México también exporta a varios países europeos, entre los que destacan, en orden decreciente, los siguientes: Reino Unido, Holanda, Italia, Bélgica, Alemania, España y Francia. Sin embargo, todos ellos juntos apenas significaron el 10.8% del total exportado por México en 2011.

Específicamente, pues, en la presente investigación el análisis de las estadísticas de comercio exterior se centra en la sub-partida 081020 y en sus diferentes posiciones arancelarias, a más de seis dígitos, según existan datos disponibles por país importador. Es conveniente recordar que, en el caso mexicano, la sub-partida mencionada comprende casi exclusivamente zarzamoras frescas debido a que las frambuesas y las otras moras representan una mínima parte de la producción y, consecuentemente, de la exportación.

Objetivo de la investigación

El objetivo de la presente investigación es determinar la competitividad internacional de la zarzamora mexicana, tomada como un producto genérico, que es una dimensión distinta de otros conceptos de competitividad, e independientemente del comportamiento individual de las empresas en los mercados mundiales (Morales Troncoso, 2007).

Para ello, es menester reconocer que una dimensión indispensable pero no suficiente para determinar qué tan competitivo es un producto genérico en los mercados internacionales, es evaluar su desempeño exportador. Para medirlo, en la presente investigación se utilizaron diferentes parámetros: el crecimiento anual de las exportaciones; la determinación del lugar que se ocupa a nivel mundial; el porcentaje que representa el flujo de exportaciones de México en el total global; la diversificación de mercados de destino; su desempeño en los principales países compradores; y, finalmente, el cálculo del índice de Ventaja Comparativa Revelada (Arias Segura & Segura Ruiz, 2004).

También se tiene como objetivo el evaluar el grado de participación directa que los productores de zarzamora tienen en los procesos de comercialización internacional y, finalmente, definir si existe o no un *cluster* de esta actividad hortofrutícola en la principal región productora de zarzamora en México: Los Reyes, Michoacán.

Marco referencial

El marco referencial dentro del que se ubica la presente investigación es el del comercio internacional en general y especialmente el relativo a la competitividad internacional de un producto genérico de un país determinado así como el concepto de *clusters*.

En cuanto al comercio internacional en general, es indispensable recordar los fundamentales puntos de vista de los economistas clásicos: Adam Smith (Smith, 2006), David Ricardo (Ricardo, 1994) y John Stuart Mill (Mill, 2006)), quienes, con enfoques relativamente coincidentes, preconizan que el comercio internacional contribuye al crecimiento económico. También es recomendable tener en cuenta las propuestas de dos de los principales teóricos del comercio internacional (Heckscher & Ohlin, 1991), quienes introducen y desarrollan el tema de la dotación

de factores, llegando finalmente a uno de los más destacados defensores contemporáneos de la apertura comercial y la mundialización: Michael E. Porter, quien crea en 1990 –y desde entonces promueve– el concepto de la “ventaja competitiva” de las naciones y del “diamante de la competitividad” (Porter, 1990).

Pero, en contraste, también deben considerarse los puntos de vista de algunos de los más destacados críticos de esas corrientes de pensamiento mundialistas y competitivas, tales como: Paul R. Krugman, quien desde 1979 sentó las bases de lo que posteriormente se denominaría “Nueva Teoría del Comercio” (Krugman, 1979); asimismo, debe mencionarse a Joseph E. Stiglitz (Stieglitz, 2006), uno de los más lúcidos y acérrimos críticos de la globalización; y, por supuesto, a Amartya Sen (Sen, 1999). Todos ellos ganadores del Premio Nobel de Economía² y coincidentes en poner, justificadamente, en tela de duda las supuestas bondades de la globalización y la competitividad de los países.

Adicionalmente, es necesario también tener en cuenta las importantes actividades en pro del desarrollo del comercio internacional de algunas agencias internacionales como la Organización Mundial de Comercio (OMC), el Centro de Comercio Internacional (CCI), la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, por sus siglas en inglés), el Foro Económico Mundial de Davos y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), entre otras.

En lo relativo a la competitividad internacional de productos genéricos, de particular relevancia resulta la distinción que ha de hacerse entre el concepto de competitividad aplicado a una empresa en particular, a una industria de un país determinado en el contexto mundial, o a una ciudad, región o país, todos ellos en contraste con el enfoque que se propone en esta investigación y que constituye una aportación adicional a la vasta literatura acerca de la competitividad.

Este enfoque se centra en la evaluación de un producto genérico en los mercados mundiales, independientemente del desempeño de las empresas en lo individual.

² Sen en 1998; Stieglitz, en 2001 y Krugman, en 2008.

Se debe entender por producto genérico³ una fruta, hortaliza, mineral, producto agropecuario, forestal o pesquero en cuyos procesos de producción, transformación, comercialización y exportación participan miles de individuos que se organizan de diferentes modos para constituirse en personas jurídicas, cuando así lo juzgan conveniente, que finalmente engrosarán las filas de las numerosas PyME's existentes en nuestros países latinoamericanos que desean internacionalizarse.

Es un hecho que este tema de análisis reviste un particular interés no sólo en términos económicos sino sociales, ya que se trata de un número significativo de productores dedicados a una misma actividad productiva en su país y que, como es el caso que nos ocupa, pueden generar importantes flujos de exportación y divisas que, en principio, deberían contribuir al incremento de sus ingresos y, esperanzadamente, de su calidad de vida en áreas rurales, costeras, mineras o forestales (Morales Troncoso & Sánchez Olguín, 2010).

Finalmente, en lo que se refiere al concepto de *clusters*, es indispensable considerar las importantes contribuciones del profesor Michael E. Porter (Porter, 2009) así como las actividades de la Organización de Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) que considera a los *clusters* y redes de negocios como herramientas para reducir la pobreza.

Hipótesis

Se proponen las siguientes cuatro:

- Las zarzamoras mexicanas han mostrado un desempeño exportador sobresaliente en los mercados mundiales.
- Como resultado del comportamiento de las zarzamoras mexicanas en el contexto global, se puede afirmar que se está en presencia de un caso de competitividad internacional.
- La mayoría de los productores michoacanos de zarzamora participan directa y activamente en los procesos de exportación, derivando de allí un

³ En el lenguaje común, se pueden emplear como sinónimos las siguientes expresiones: productos básicos, *commodities* o materias primas.

incremento en sus ingresos no sólo como productores sino como exportadores.

- Se confirma la existencia de un *cluster* de esta actividad agrícola en la principal región productora en México

Objeto de estudio

El objeto de estudio en la presente investigación son los productores y los exportadores de zarzamorras frescas quienes, en ocasiones, pueden ser los mismos. En el primer caso, casi siempre se trata de personas físicas mientras que, en el segundo, se encuentran casi exclusivamente empresas, todas ellas PyME's ya que rara vez superan el centenar de empleados. La mayoría tanto de productores como de exportadores se ubican en tres municipios del Estado de Michoacán y, marginalmente en los Estados vecinos de Jalisco y México.

Metodología

La investigación constó de dos etapas. La primera consistió en una investigación documental y de estadísticas de comercio exterior; la segunda, en investigación de campo, visitando las principales regiones productoras/exportadoras de México, y realizando entrevistas a un grupo reducido de productores y a casi todas las principales empresas exportadoras de zarzamora fresca.

Debido, por un lado, a los altos índices de inseguridad prevalecientes en algunas partes del territorio mexicano –y particularmente en el Estado de Michoacán– y, por el otro, a la limitación de recursos financieros, la obtención de información de campo tuvo severas restricciones. Empero, sí enriqueció la comprensión de lo que acontece en la cadena producción-exportación, ya que se obtuvieron valiosas entrevistas con personas bien informadas lo que, a su vez, permitió elaborar una base de datos de productores y exportadores de zarzamora (ver Anexo 1).

Por las razones anteriormente expuestas, la investigación de campo puede calificarse de meramente exploratoria y no pretende ser contundente para aceptar o rechazar hipótesis alguna.

Resultados de la investigación. Primera etapa: investigación documental y análisis de estadísticas de comercio exterior.

Durante esta etapa se realizó una evaluación del desempeño exportador utilizando los siguientes parámetros: crecimiento de las exportaciones; determinación del lugar que se ocupa a nivel mundial y del porcentaje del total global; diversificación de mercados de destino, desempeño en los principales países compradores y, finalmente, cálculo e interpretación del índice de Ventaja Comparativa Revelada.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)⁴, la producción mundial de zarzamora alcanzó casi 145 mil toneladas en 2011, siendo los principales países productores Estados Unidos, Nueva Zelanda, México, Guatemala, Colombia y Chile. A pesar de ser los EEUU el principal productor mundial, su consumo es muy superior a su oferta doméstica por lo que también es el principal importador del mundo, con alrededor del 38% del volumen global en 2011. México es, a su vez, su principal proveedor, especialmente de noviembre a junio, que es justamente cuando EEUU no tiene suficiente producción doméstica, tal como puede verse en siguiente gráfico.

Gráfico 1 Estacionalidad de oferta de zarzamora fresca

Proveedor	ene	feb	mzo	abr	may	jun	jul	agost	sept	oct	nov	dic
Estados Unidos												
California												
Washington												
Oregón												
Florida												
Colombia												
Chile												
Guatemala												
Nueva Zelanda												
México												

Fuente: elaboración propia con base en Estudio de diseño y estructuración de un modelo de comercialización para la zarzamora en el estado de Michoacán y café en los estados de Veracruz y Guerrero, Unión Nacional de Organizaciones Regionales Campesinas Autónomas AC, p. 20 consultado en <http://www.infoaserca.gob.mx/proafex/ZARZAMORA.pdf>

De acuerdo con la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA)⁵ el Estado de Michoacán aportó el 96.9% de la producción mexicana de zarzamora durante 2009 y el 96.7% de la producción acumulada durante la década 2000-2009; de la producción mencionada, el 91% lo aportaron tres municipios de esa entidad federativa: Los Reyes, Peribán y

⁴ www.fao.org

⁵ www.sagarpa.gob.mx

Tocumbo. El volumen de producción creció de manera importante en la década mencionada, al pasar de 13 mil toneladas en 2000 a poco más de 112 mil en 2009, lo que equivale a multiplicar 8.6 veces lo producido en el lapso de diez años o sea una tasa media de crecimiento anual de 27.1%.

En cantidad exportada, México se situó como el primer exportador en 2011, por encima de EEUU; sin embargo, si se considera el valor de las exportaciones, México fue superado por los propios EEUU y por España, demostrando así que los valores unitarios de exportación mexicana son sensiblemente menores a los de sus dos principales competidores en los mercados mundiales. Las exportaciones mundiales de la sub-partida 081020 crecieron sólo un 3% durante el quinquenio 2007-2011 tanto en volumen como en valor. México por su lado registró un crecimiento más acelerado en volumen (9%) pero tuvo un decrecimiento en el valor de sus exportaciones del 5%; por ello, su participación en el valor total mundial fue de sólo 18.1% a pesar de representar un porcentaje superior en el volumen global. Todo esto puede apreciarse en la tabla siguiente.

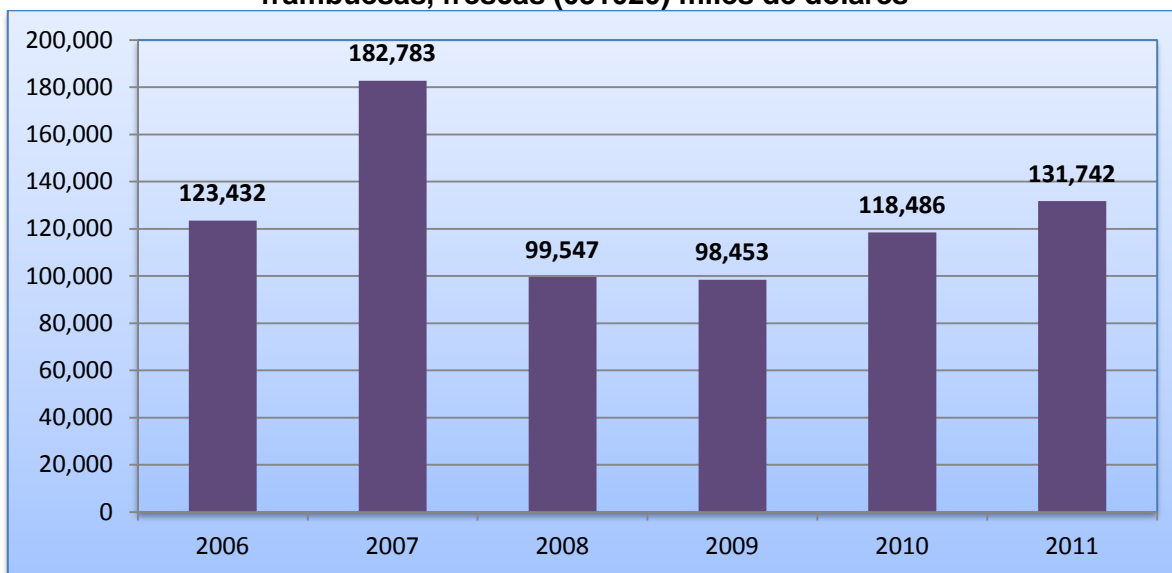
Tabla 3 Principales países exportadores de frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesas, frescas (081020) en 2011

Países*	Valor 2011 000 USD	Saldo 2011 000 USD	Cantidad 2011 (ton)	Valor unitario USD/ton	% Aumento 2007-2011 (valor)	% Aumento 2007-2011 (cantidad)	Participación en exportación mundial %
Mundo	726,852	-255,985	144,602	5,027	3	3	100
MX	131,742	130,922	43,655	3,018	-5	9	18.1
US	235,539	-89,428	36,102	6,524	20	12	32.4
ES	159,208	152,623	17,167	9,247	6	4	21.9
PL	21,092	19,994	17,013	1,240	-23	-14	2.9
RS	8,494	8,391	6,930	1,226	-25	-11	1.2
GT	7,693	7,686	3,513	2,190	10	5	1.1
AT	5,112	-16,353	2,787	1,834	-25	-20	0.7
PO	28,109	26,532	2,672	10,520	38	39	3.9
NE	32,234	-4,515	2,594	12,426	1	4	4.4
MO	9,761	9,761	2,078	4,697	20	27	1.3

Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos del *Trade Map* del Centro de Comercio Internacional, CCI de las Naciones Unidas (UNCTAD/OMC), disponible en <http://www.trademap.org>, recuperado el 10 de mayo 2012* Los códigos alfabéticos de dos caracteres para los países utilizados aquí corresponden a la norma ISO 3166-2

Considerando ahora las cifras del último quinquenio (2007-2011), la evolución de los valores exportados por México hacia sus cinco principales mercados de destino se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 4 Exportaciones mexicanas de frambuesas, zarzamoras, moras y moras frambuesas, frescas (081020) miles de dólares



Importador	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Mundo	123,432	182,783	99,547	98,453	118,486	131,742
EEUU	110,886	163,339	84,961	88,058	106,751	116,964
Reino Unido	7,465	13,096	10,265	6,610	6,556	6,432
Holanda	3,399	4,007	2,019	2,009	1,832	2,587
Italia	580	1,054	1,213	934	1,497	1,918
Bélgica	0	57	218	247	463	937

Fuente: Elaboración propia con datos del *Trade Map* del Centro de Comercio Internacional, CCI de las Naciones Unidas (UNCTAD/OMC), disponible en <http://www.trademap.org>, recuperado el 2 de junio 2012

Como se aprecia en la tabla anterior, se confirma que México destina sus exportaciones casi exclusivamente a Estados Unidos y, sólo marginalmente, a otros países europeos. Si, complementariamente, se consideran las estadísticas de fuente estadounidense, se advierte que casi la totalidad de sus importaciones provienen justamente de México, tal como se muestra enseguida.

Tabla 5 Importaciones estadounidenses de zarzamora (0810209040) toneladas

	2007	2008	2009	2010	2011
Mundo	20,477	26,049	37,202	43,391	27,486
México	18,752	24,694	35,051	41,367	26,954
Participación México	91.6%	94.8%	94.2%	95.3%	98.1%

Fuente: elaboración propia con base en datos del Departamento de Agricultura (USDA), disponible en: <http://www.fas.usda.gov/gats/default.aspx>, recuperado el 25 de mayo de 2012.

En lo que se refiere al cálculo e interpretación del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR), que permite dimensionar la ventaja exportadora de México en

este producto genérico, de acuerdo con Arias y Segura (Arias Segura & Segura Ruiz, 2004), se obtuvieron los valores que se presentan en la tabla 9 y que corresponden al primer escenario ($VCE > 0$, $VCI < 0$; $VCR > 0$) de los cuatro posibles, dependiendo del valor combinado de la ventaja comparativa de las exportaciones (VCE) y de la ventaja comparativa de las importaciones (VCI)⁶ Es decir, se está en presencia de un producto donde México tiene un VCR positivo, derivado de sus ventajas comparativas en exportaciones y desventajas comparativas en importaciones; en el primer caso (VCE), se confirma el buen desempeño exportador a nivel mundial; en el segundo (VCI), se constata que las zarzadoras extranjeras no han podido competir exitosamente en el mercado doméstico mexicano con la oferta local.

Tabla 6 Cálculo del Índice de Ventaja Comparativa Revelada de frambuesas, zarzadoras y moras (081020) mexicanas

Año	Ventaja Comparativa de las Exportaciones (VCE)	Ventaja Comparativa de las Importaciones (VCI)	Ventaja Comparativa Revelada (VCR)
2000	2.16	-3.05	5.21
2001	2.24	-3.56	5.80
2002	2.25	-3.42	5.67
2003	2.58	-3.48	6.06
2004	2.35	-3.37	5.71
2005	2.91	-3.57	6.48
2006	3.14	-3.11	6.25
2007	3.11	-3.54	6.64
2008	2.34	-4.00	6.34
2009	2.46	-5.01	7.47
2010	2.52	-3.29	5.81
2011	2.39	-3.17	5.56

Fuente: elaboración propia con base en datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), UNCOMTRADE de las Naciones Unidas y Trade Maps del Centro de Comercio Internacional

Con todo lo anterior, se confirma, de modo contundente, un exitoso desempeño exportador de la zarzamora mexicana a nivel mundial. Sin embargo, es necesario señalar que la principal debilidad detectada es su excesiva dependencia de un solo mercado (el estadounidense), desaprovechando importantes oportunidades en muchos otros, tales como Canadá y Alemania, entre otros.

⁶ Los cuatro posibles escenarios pueden ser: $VCE > 0$, $VCI < 0$; $VCR > 0$; $VCE > 0$, $VCI > 0$; $VCR > 0$; $VCE < 0$, $VCI > 0$; $VCR < 0$; y, $VCE < 0$, $VCI < 0$; $0 > VCR < 0$

Ahora bien, si el desempeño exportador de esta fruta mexicana ha sido sobresaliente según todos los parámetros utilizados hasta aquí, es prudente recordar que, para poder calificar a un producto genérico como competitivo internacionalmente, debe tratarse de un producto con una presencia exitosa en los mercados del mundo y que, al mismo tiempo, ese desempeño exportador destacado se traduzca en un impacto positivo entre los productores involucrados en su producción y exportación, tema de donde deriva su importancia social (Morales Troncoso, 2009)

Aunque dentro de esta investigación no se contempla el estudio profundo del impacto que haya podido tener la exitosa exportación de zarzamora en los ingresos de los productores mexicanos y/o en sus niveles y calidad de vida, --por las limitaciones ya comentadas en relación a la investigación de campo--, sí es posible, en cambio, hacer los siguientes comentarios para ubicar el tema de la pobreza rural, así como para aportar algunas otras dimensiones socioeconómicas que permitan conocer mejor la participación de los productores en los pingües negocios de exportación de zarzamora.

En este contexto, de acuerdo con el CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL, 2011), en México se redujeron las carencias sociales de acceso a los servicios de salud, acceso a la seguridad social, servicios básicos de la vivienda, calidad y espacios de la vivienda, y de rezago educativo en 2010, con respecto a 2008. Sin embargo, el 74% de las localidades rurales registraban condiciones de muy alta y alta marginación. De los 14.4 millones de mexicanos en condiciones de pobreza alimentaria, que existían entonces en el país, el 65% se encontraba en zonas rurales. En 2010, el 23.9% de la población rural, poco más de 24 millones de personas, padecía de pobreza alimentaria y el 64.9% de pobreza patrimonial; dos de cada tres mexicanos viviendo en el campo son pobres.

En el caso de Michoacán, principal estado productor de zarzamora, el grado de rezago social es alto; sin embargo, el principal municipio productor de zarzamora, Los Reyes, presenta un grado bajo de rezago social, tal como puede observarse

en el siguiente cuadro (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL, 2010).

MEDICIÓN MUNICIPAL DE LA POBREZA 2010			
Porcentaje de la población, número de personas, número promedio de carencias sociales en los indicadores de pobreza, México, 2010			
16075 Los Reyes, 16 Michoacán de Ocampo			
Indicadores	Porcentaje	Número de personas	Número promedio de carencias
Pobreza			
Población en situación de pobreza	61.3	38,237	3.1
Población en situación de pobreza moderada	44.9	27,994	2.6
Población en situación de pobreza extrema	16.4	10,243	4.3
Población vulnerable por carencias sociales	27.0	16,842	2.4
Población vulnerable por ingresos	4.9	3,027	--
Población no pobre y no vulnerable	6.8	4,258	--
Privación social			
Población con al menos una carencia social	88.3	55,079	2.9
Población con al menos tres carencias sociales	47.2	29,414	4.1
Indicadores de carencia social			
Rezago educativo	37.5	23,368	3.5
Acceso a los servicios de salud	33.6	20,976	3.8
Acceso a la seguridad social	75.9	47,361	3.1
Calidad y espacios de la vivienda	35.8	22,344	4.2
Acceso a los servicios básicos en la vivienda	42.1	26,257	3.8
Acceso a la alimentación	28.7	17,920	4.5
Bienestar económico			
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	25.3	15,749	3.3
Población con ingreso inferior a la línea de bienestar	66.2	41,263	2.8

A pesar de estos indicadores alentadores para el municipio de Los Reyes, (sólo 16.4% de su población se encontraba en situación de pobreza extrema frente al 23.9% a nivel nacional), conviene tener presente que, en general, la distribución del ingreso en México ha sido, y sigue siendo, uno de los temas de mayor preocupación interna y externamente. Se desconoce si la distribución del ingreso en Los Reyes es mejor, igual o peor que a nivel nacional.⁷

En todo caso, puede aseverarse que, en general, la población del campo mexicano presenta condiciones inferiores de vida a las del medio urbano, a cuya remediación contribuyen las eventuales remesas de sus familiares en el extranjero. Son tres los factores que frecuentemente se invocan como determinantes de la condición de pobreza rural en México: a) La zona geográfica y

⁷ Un indicador fundamental para medir este desequilibrio es el coeficiente de *Gini* que mide la desigualdad en la distribución de los ingresos. Dicho coeficiente es un número que oscila entre 0 y 1: en donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (todos tienen los mismos ingresos) y 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (una persona tiene todos los ingresos y los demás ninguno). México se ha caracterizado por una aguda desigualdad de la riqueza que lo sitúa por debajo de todos los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

la distancia a los núcleos urbanos, que ofrecen mayores oportunidades de diversificación de ingresos: así, la incidencia de la pobreza rural es mayor en el sur del país y en las zonas rurales dispersas, alejadas de las ciudades; b) El origen étnico, ya que se estima que en las áreas rurales el 61% de la población indígena vive en condiciones de pobreza extrema en contraste con el 19% de la población no indígena; por ello la pobreza rural se concentra en los estados con mayor densidad de población indígena como Oaxaca, Chiapas y Guerrero; y, c) El género de quien encabeza la familia, ya que la vulnerabilidad de los hogares con jefatura femenina es mayor debido a que las mujeres tienen menos oportunidades de trabajo y de acceso a recursos productivos, tierra y crédito.

Con todo lo comentado hasta aquí, puede afirmarse que el municipio de Los Reyes, a pesar de su carácter rural, parece ofrecer condiciones de pobreza menos lacerantes que otras comunidades rurales del país. Sin embargo, no se puede determinar en qué medida el agro-negocio de zarzamora ha impactado en estas condiciones ahora prevaletentes allí, aunque en opinión de algunos de los entrevistados, la producción y comercialización de la zarzamora sí ha tenido efectos benéficos para el municipio, tal como se comentará en los resultados de la investigación de campo.

Un indicador adicional para sopesar si los productores están o no derivando mayores ingresos por la venta de sus frutos puede estar constituido por el diagrama que se presenta enseguida, en donde se compara el precio medio rural contra los valores promedio de exportación mexicana y los valores promedio de importación estadounidense. Como se ve, el valor promedio se triplica, en números redondos, en el proceso de comercialización internacional. Los productores reciben poco menos de 2 mil dólares por tonelada; los exportadores 2,839, pero los valores de importación superan los 3,500 dólares por tonelada. Si existe una vinculación de dependencia de los exportadores establecidos en México respecto de sus matrices importadoras en EEUU, es probable que, en realidad, se estén obteniendo ganancias superiores a las contabilizadas en las estadísticas de exportación de México.



Otro hecho que confirma esta realidad es la excesiva concentración de las exportaciones de México en muy pocas empresas. En efecto, según datos de la Secretaría de Economía, en 2009 existían 46 exportadores de la sub-partida 081020; de éstos, los primeros 30 representaron el 99.8% del valor total de lo exportado en ese año, siendo todos, salvo uno, personas jurídicas (empresas). El 85% del valor total de esas exportaciones se concentraba en sólo 5 empresas y, si la lista se extiende a las primeras 10, en vez de 5, el porcentaje aumenta al 94%⁸. En este sentido, es interesante recordar que “se estima que el 80% de las empresas que se dedican a comercializar en el mercado nacional e internacional la producción de zarzamora son extranjeras y por ende son ellas las que se quedan con gran parte de la derrama económica que genera esta actividad” (Sanchez, 2007).

Finalmente, en cuanto al tema de la existencia de un *cluster* de zarzamora en Los Reyes, conviene recordar que el éxito de una empresa en la economía actual no depende sólo de sus acciones individuales, sino de su relación con otras empresas a través de una red de cooperaciones que generan sinergias. Las empresas han acelerado sus procesos de aprendizaje y alcanzado nuevos tipos de economías de escala concentrando capacidades en aquellos ámbitos donde poseen mayores ventajas competitivas, estableciendo relaciones con firmas complementarias y aumentando el valor de esta asociación. Como resultado se reducen los costos y se genera un mayor nivel de proximidad y conocimiento para hacer frente a la dinámica de los mercados globalizados actuales (Porter, 2009).

⁸ Driscoll's Operaciones SA de CV, Hortifrut SA de CV, Sun Belle México SA de CV, Expoberries SA de CV, Exportadora Internacional de Frutas SA de CV, Grupo Heres S de RL de CV, VBM Giumarra S de RL de CV, Sunnyridge Farm México SA de CV, Hursts México SA de CV y Meridian Fruits SPR de RL.

Este proceso de agrupamiento productivo se conoce con diferentes nombres: polo de competitividad, distrito industrial, consorcio de exportación o *cluster* o conglomerado, que abarca tres aspectos claves: proximidad geográfica, papel de instituciones externas, y la cadena productiva local pública y privada.

Según la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), el *cluster* representa una concentración sectorial y geográfica de empresas que producen y venden productos relacionados o complementarios, por lo cual tienen retos y oportunidades comunes y los define así:

agglomerations of interconnected companies and associated institutions. Firms in a cluster produce similar or related goods or services and are supported by a range of dedicated institutions located in spatial proximity, such as business associations or training and technical assistance providers. Vibrant clusters are home of innovation oriented firms that reap the benefits of an integrated support system and dynamic business networks⁹.

Los *clusters* promueven la conformación de redes de instituciones locales que contribuyen al desarrollo de su localidad, estimulando el aprendizaje colectivo y la innovación, a través de mecanismos de coordinación implícita y explícita. Asimismo, representan un espacio de intercambio de información que constituye un encadenamiento de sus productos y servicios para maximizar la productividad y la competitividad internacional. Este concepto, por tanto, va más allá de una simple cadena de producción/comercialización en una economía ya que incluye elementos adicionales que añaden valor, tales como centros de investigación, universidades y empresas altamente especializadas en productos y servicios para la cadena.

Debe recordarse aquí que, por ser altamente perecedera, la zarzamora no tolera la exposición al sol después de su cosecha y es extremadamente susceptible a daños mecánicos y al ataque de hongos, además de que su deshidratación es rápida si no se almacena adecuadamente. Esta fragilidad de la zarzamora, condiciona de manera importante la estructuración de su cadena de valor y, al ser un fruto no climatérico, es decir, que no tiene la capacidad de madurar después de la cosecha, debe ser cosechada justo en el momento en el que ha adquirido su

⁹ Disponible en: <http://www.unido.org/index.php?id=o4297> , rescatado e1º de junio de 2012.

madurez para consumo además de contar con características de color, sabor, cantidad de azúcar y sólidos; razón por la cual es indispensable el manejo adecuado tanto físico como de temperatura –en especial, la cadena de frío-- desde el momento de la cosecha para evitar su deterioro. Muchos productores en el Estado de Michoacán no están en condiciones de adaptar sus huertas para evitar este deterioro, por ello las empresas comercializadoras son las que dominan el mercado. Los principales centros de acopio de zarzamora en Michoacán fueron construidos y son propiedad de las grandes empresas comercializadoras, quienes establecen contratos de proveeduría con los productores, generalmente a través de sus Sociedades de Producción Rural o de sus Uniones de Productores. (Sánchez Rodríguez, 2008).

Resultados de la investigación. Segunda etapa: investigación de campo

La segunda etapa de la investigación consistió en el trabajo de campo que se realizó en dos fechas, noviembre de 2010 y julio de 2011, durante las cuales se aplicaron dos cuestionarios; uno, sobre el tema de la competitividad y la posible existencia de un *cluster* en la zona de Los Reyes, principal municipio productor de zarzamora; y el segundo que permitió conocer de qué manera los productores de zarzamora aplican la administración en sus agro-negocios y determinar cuál es su participación en las exportaciones de zarzamora¹⁰.

La aplicación del primer cuestionario se realizó a cuatro representantes de las universidades ubicadas en la zona (Universidad Don Vasco, Facultad de Agro-biología Presidente Juárez y el Instituto Tecnológico de Los Reyes); cuatro representantes del Gobierno (INIFAP, Secretaría de Desarrollo Social y Secretaría de Comunicación Social); nueve representantes de las comercializadoras ubicadas en la zona de Los Reyes (Sunny Ridge Farm, Splendor Produce, Hortifrut, Expoberries, VBM Giumarra, Grupo Heres, Sunbelle, Agroindustrial El Molinito y Berries Paradise); ocho representantes del grupo de proveedores de insumos y servicios (agroquímicos: Procal, Agrovasa, Experts for Growth y KRS Nitrógeno; embalajes: Sambramex; consultores agrícolas: Agro Science;

¹⁰ Los cuestionarios se encuentran en Anexo 2 de esta investigación; las entrevistas fueron realizadas por Carlos Othoniel Gutiérrez Valencia y María de los Angeles Sánchez Olguín, como parte de su investigaciones de campo para obtener el grado de Maestro en Administración en la UNAM.

suministro de estación: Poste-t; y, sistema de riego: John Deere); dos asociaciones civiles (Proberries AC y Sistema Producto Zanzamora AC); y finalmente a cinco productores de zanzamora.

Las opiniones de los entrevistados coincidieron en señalar que el establecimiento de las comercializadoras en la región ha sido positiva; se han generado nuevas fuentes de trabajo, principalmente para las mujeres, y los productores han incrementado sus ingresos.

A su parecer, ninguno de los tres niveles de gobierno se ha interesado lo suficiente en el cultivo de la zanzamora, pues no existen normas de producción o comercialización, éstas son impuestas por el mercado; aunque existe un Sistema Producto Estatal, éste no funge ni como intermediario para créditos ni como órgano regulador de normas. En contraste, sí existe una fuerte política ambiental, establecida por las comercializadoras y en concordancia de las exigencias internacionales.

En las universidades de la región, la investigación sobre nuevas variedades es escasa; este trabajo lo realizan directamente las comercializadoras, quienes prefieren encargar este tipo de investigaciones a las universidades de su país de origen (EEUU y Chile, fundamentalmente); es claro que los investigadores de la región no están estableciendo vínculos que permitan el desarrollo del cultivo o contribuyan directamente en la manera en que se organizan los productores.

Aunque existen los elementos necesarios para constituir un *cluster* en Los Reyes Michoacán, no es posible afirmar que exista uno actualmente; para que se desarrolle, es indispensable una activa participación de todos los actores, pues actualmente se tienen “islas” de empresas alrededor de la producción de la zanzamora.

El segundo cuestionario consistió en 33 preguntas, cuya estructura permitía que en cada pregunta se conociera más acerca del tema; es decir, dentro de cada pregunta existían otras que permitían esclarecer y ampliar el diálogo con los entrevistados. El cuestionario en cuestión se aplicó a quince productores de zanzamora del estado de Michoacán.

El 57% de los productores entrevistados provienen de la región productora más importante, el municipio de Los Reyes en el estado de Michoacán, el 72% de ellos manifiestan producir en paralelo aguacate, otra de las frutas de importancia internacional.

La mayoría de los productores (72%) cuentan con huertos mayores a 5 hectáreas, lo que revela que se trata de grandes productores quienes, además de ser dueños de sus predios, rentan parcelas con el objetivo de alcanzar los volúmenes de producción que les permitan lograr las metas a las que se comprometen con las comercializadoras establecidas en la región. Al ser dueños de sus parcelas, es frecuente que los productores empleen a sus familiares en el negocio de producción de zarzamora.

El nivel de estudios de los productores de zarzamora entrevistados supera la media nacional que indica como nivel máximo 4 años de preparación (menos del nivel básico o primaria); es decir, un 40% refiere contar con una licenciatura, otro porcentaje igual bachillerato, y un 20% estudios de secundaria.

Relacionado con el nivel de estudios, se les preguntó a los productores acerca de su preparación administrativa-contable, con el objetivo de conocer si tienen controles, procedimientos, presupuestos, incluso estados financieros que les ayuden a tomar decisiones. El 60% dijo contar con algún tipo de preparación relacionada con la administración de su agro-negocio. Más del 80% manifestó tener un ingreso adicional al de la producción de zarzamora.

El siguiente grupo de preguntas se refirieron al destino de sus ventas, los productores entrevistados señalaron que el 95% de lo que venden se destina a la exportación. El 5% restante es recolectado para su industrialización. En cualquier caso, indicaron que diariamente una camioneta recoge la fruta para llevarla a una procesadora.

El 70% recurre a las comercializadoras establecidas en la región para vender su producto, un 15% lo hace a través de una marca propia con la que logran vender directamente a los consumidores y el 15% restante venden su zarzamora en las centrales de abasto locales.

Aunque todos los entrevistados tienen contratos anuales con alguna de las grandes comercializadoras del área (Agrana Fruit, Hurts, Sunnyride Farm México, Driscoll's, Berrymex y Sun Belle México, entre otras), al preguntarles acerca del impacto que ha tenido el establecimiento de éstas en la región y qué tanto los ha beneficiado, el 70% considera que su establecimiento y operación los ha beneficiado mucho, mientras que el 30% restante señala que el beneficio ha sido sólo relativo.

Las razones que adujeron para justificar el beneficio de las comercializadoras para los entrevistados fueron en el sentido de permitir que el producto llegue en óptimas condiciones a los consumidores, pero señalaron que los beneficios económicos son mayores cuando se ellos se encuentran agrupados, pues consiguen mejores precios por la zarzamora que entregan. En este sentido, también consideraron que sus márgenes de utilidad se podrían ampliar si tuvieran un mejor conocimiento de sus clientes en el extranjero, lo cual les permitiría incrementar sus ventas y, seguramente, sus márgenes.

La mayoría de los productores de zarzamora tienen registros contables que les sirven básicamente para cumplir con sus obligaciones fiscales y no para establecer metas o corregir fallas, se convierten por tanto en estados financieros sin explicación o interpretación, registros sin futuro. Si lograran detectar la importancia de éstos, tendrían más claro cuánto gastaron en el cultivo de la zarzamora y cuál es su ganancia real, contando con una perspectiva más amplia de lo que quieren lograr o, tal vez, de reorientar sus actividades hacia algún otro cultivo más rentable o con mejores perspectivas de crecimiento.

Otra ventaja de conocer adecuadamente su propia información financiera, es disponer de elementos de juicio objetivos que les permitan decidir entre sólo seguir vendiendo a una comercializadora o estar en posibilidad de vender directamente al consumidor para lo cual, seguramente, habría que hacer ciertas inversiones y evaluar financieramente los proyectos.

Finalmente, se les preguntó acerca de los apoyos gubernamentales; el 30% afirmó haber recibido apoyos a la producción por parte del Gobierno Estatal, el 28% para

la capacitación y el 14% de tipo financiero. El 30% restante manifiesta no haber recibido apoyo alguno por parte del Gobierno.

Principales hallazgos, conclusiones y recomendaciones

Considerando las cuatro hipótesis propuestas y después de llevar a cabo la investigación documental y de campo, se comentan enseguida cada una de ellas.

- Las zarzamoras mexicanas han mostrado un desempeño exportador sobresaliente en los mercados mundiales.

Se confirma esta primera hipótesis ya que México fue, en 2011, el primer exportador mundial en volumen y el tercero en valor, participando con el 30% y el 18% de las exportaciones mundiales, respectivamente. Además, se encontró que el crecimiento del volumen exportado por México durante el último quinquenio (2007-2011) se situó en 9%, superando con mucho el promedio mundial que sólo fue de 3%, en el mismo lapso. Respecto al Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR), el resultado para la zarzamora mexicana fue altamente positivo (5.56) derivado de sus ventajas comparativas en exportaciones y desventajas comparativas en importaciones. Finalmente y no obstante la existencia de una excesiva concentración de las exportaciones mexicanas en el mercado estadounidense y del consecuente desaprovechamiento de otras oportunidades mundiales, la posición de México en ese mercado no podría ser más fuerte, ya que representó el 98.1% del total importado por los Estados Unidos en 2011.

- Como resultado del comportamiento de las zarzamoras mexicanas en el contexto global, se puede afirmar que se está en presencia de un caso de competitividad internacional.

Esta segunda hipótesis tiene que ser rechazada o, cuando menos, aceptada sólo parcialmente ya que, por un lado, se advierte una gran fortaleza de la zarzamora mexicana pero sólo en un mercado: el norteamericano. Por otro lado, no se pudo comprobar que, como consecuencia del excelente desempeño exportador en ese mercado, los productores hayan derivado un incremento en sus ingresos y, sobre todo, en sus niveles de bienestar y calidad de vida.

- La mayoría de los productores michoacanos de zarzamora participan directa y activamente en los procesos de exportación, derivando de allí un incremento en sus ingresos no sólo como productores sino como exportadores.

Esta hipótesis debe ser rechazada ya que, como consecuencia de las visitas de campo y de las entrevistas a los productores, se logró detectar que la mayoría de ellos no participan activa y directamente en los procesos de exportación. Estos negocios, hoy por hoy, están concentrados en un reducido número de empresas, sucursales de otras de origen extranjero. En consecuencia, los productores se restringen a ser simples proveedores de esas pocas empresas exportadoras que dominan los procesos de exportación de zarzamora fresca mexicana hacia los mercados norteamericanos.

- Se confirma la existencia de un *cluster* de esta actividad agrícola en la principal región productora en México.






Al igual que en el caso anterior, esta hipótesis debe ser rechazada ya que se corroboró que dicho *cluster* no está plenamente estructurado pues se advierten serias deficiencias en temas relativos a capacitación de productores, mayor involucramientos del sector académico y el desarrollo de investigación aplicada al cultivo y su explotación integral para que pueda finalmente hablarse de la existencia de un *cluster* como tal.




Recomendaciones. Es deseable una mayor y más organizada participación de los productores, en colaboración con los órganos de gobierno correspondientes, para diseñar una estrategia de desarrollo integral de esa actividad que responda a las aspiraciones locales de elevación de ingresos y calidad de vida, aprovechando así las oportunidades de la globalización en favor de la equidad social y el manejo adecuado de recursos naturales. Para ello, es indispensable continuar desarrollando proyecto de investigación como el presente.






Bibliografía






- Arias Segura, J., & Segura Ruiz, O. (2 de Junio de 2004). *Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país*, IICA. Obtenido de Agronet:
<http://201.234.78.28:8080/jspui/handle/123456789/570>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL. (2010). *Medición Municipal de la Pobreza*. Obtenido de Los Reyes, Michoacán:
http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/medicion/multidimensional/informacion_municipios.es.do
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, CONEVAL. (julio de 2011). *Pobreza en México y en las Entidades Federativas*. Obtenido de
http://web.coneval.gob.mx/Informes/Interactivo/Medicion_pobreza_2010.pdf
- Heckscher, E. F., & Ohlin, B. G. (1991). *Heckscher-Ohlin trade theory*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Krugman, P. R. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. (N. H. Co., Ed.) *Journal of international economics*, 9, 469-479.
- Mill, J. S. (2006). *Principios de economía política con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social* (2a en español quinta reimpresión ed.). México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Morales Troncoso, C. (2007). *Desarrollo exportador y competitividad: el caso del aguacate mexicano*. Obtenido de UNAM Dirección General de Bibliotecas, tesis digitales:
<http://132.248.9.195/pd2007/0614508/Index.html>
- Morales Troncoso, C. (septiembre-octubre de 2009). México campeón mundial en exportación de zarzamoras. (U. FCA, Ed.) *Emprendedores*(119), 59-62.
- Morales Troncoso, C., & Sánchez Olguín, M. d. (noviembre de 2010). *Competitividad internacional de productos genéricos: el caso de la zarzamora*. Obtenido de ALAFEC: http://www.alafec.unam.mx/memoria_xii.php
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (2009). *Ser competitivo*. México DF: Deusto.
- Ricardo, D. (1994). *Principios de economía política y tributación* (1a en español, quinta reimpresión ed.). México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Sánchez Rodríguez, G. (2008). *La red de valor de la zarzamora. Un ejemplo de reconversión competitiva*. Morelia: Fundación Produce Michoacán.
- Sanchez, H. (5 de Octubre de 2007). *Impulsarán agroindustria de zarzamora*. Obtenido de INFORURAL:
http://www.inforural.com.mx/spip.php?article13715&var_recherche=zarzamora
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press.
- Smith, A. (2006). *Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones* (2a en español, decimoquinta reimpresión ed.). México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Stieglitz, J. (2006). *Making Globalization Work*. Norton & Company Inc.

Anexo. Empresas comercializadoras de zarzamora en México

EMPRESA U ORGANIZACIÓN	PRODUCTO/ FRACCIÓN	OTROS PRODUCTOS	PAÍS DESTINO	SEDE	ORIGEN DEL CAPITAL	PÁGINA WEB	ACTIVIDAD	MARCAS
ABA desarrollo S de P.R. de R.L	zarzamora fresca (081020)	Aguacate arándano frambuesa fresa	EEUU	Los Reyes Michoacán	sd	sd	Productor, exportador directo	sd
Agrana Fruit México SA de CV 	zarzamora congelada (081120)	Manzana Fresa Piña	UE	Jacona Michoacán	sd	http://www.agrana.com.mx	Exportador	Agrana
Agro Superior S.A. de C.V. 	zarzamora congelada (081120)	Brócoli calabaza coliflor/fresa/mango/melón	EEUU , Canadá	Jacona Michoacán	México	http://www.agro-superior.com/main.htm	Productor, exportador directo, Comercializador	Agrosuperior congelados
Agroindustrial El Molinito SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Los Reyes, Michoacán	EEUU	http://zoft.netau.net/calidad.html http://www.aneberries.mx/elmolinito/	Productor, exportador dir comercializador	Zitun Berrys
Alimentos Profusa S.A. de C.V. 	zarzamora congelada (081120)	Fresas mango	EEUU	Zamora Michoacán	sd	www.profusa.net	Productor Comercializador	Profusa
Berries Paradise SAPI de CV 	zarzamora fresca (081020)	Arándanos	EEUU Canadá Holanda Reino Unido	Los Reyes, Michoacán	México Chile	http://www.berriesparadise.com/	sd	Berries Paradise
BERRIMEX (proveedor de Driscoll's)	zarzamora fresca (081020)	Fresa	EEUU , Inglaterra, Japón	Zamora Michoacán Jocotepec, Jalisco San Quintín BCN	EEUU	www.berry.net	Productor, exportador directo	RAC, Reiter

								
Bioplant	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Valle de Bravo, Edo de México	sd	sd	Productor, exportador directo	sd
Congeladora Niño S.A. de C.V.	zarzamora fresca (081020)	Fresas mango piña	Canadá, EEUU, Japón	Irapuato, Guanajuato	sd	www.congelanino.com	Productor, exportador directo	sd
Discroll's Operaciones 	zarzamora fresca (081020)	Berries	EEUU, Inglaterra	Jocotepec, Jalisco	EEUU	http://www.driscolls.com/index.php	Productor, exportador dir comercializador	Driscoll's berries
Era 2000 S.A. de C.V.	zarzamora fresca (081020)	Aguacate brócoli espárrago limón persa	EEUU	León Guanajuato	sd	www.growersunion.net	Productor, exportador directo	sd
Exportadora Internacional de Frutas (EXIFRUT) SA de CV	zarzamora fresca (081020)	na	sd	Los Reyes Michoacán	sd	http://www.aneberries.mx/exifrut/	Productor Comercializador	Exifrut Premium berries
Expoberries SA de CV	zarzamora fresca (081020)	na	sd	Los Reyes Michoacán	Chile	http://www.aneberries.mx/expoberries/	Comercializador productor	sd
Frutas Finas Gertrudis S.A. de C.V.	zarzamora fresca (081020)	Aguacate mango	EEUU	Uruapan Michoacán	sd	sd	Productor, exportador directo	sd
Grupo Altex, S.A. de C.V. 	zarzamora fresca (081020)	aguacate piña brócoli fresa	EEUU	México D.F.	sd	www.grupoaltex.com.mx	Exportador, comercializador	EVA
Grupo Desarrollo Alfa S.A. de C.V.	zarzamora fresca (081020)	fresa congelada	EEUU	Zamora Michoacán	sd	www.galfa.com.mx	Productor, exportador directo	sd
Grupo Heres SRL de CV	zarzamora fresca (081020)	toronjas fresas	EEUU	Los Reyes, Michoacán	EEUU	http://www.grupoheres.com.mx/inicio.php	Comercializador y productor	Fruba y Morhe

								
Hortifrut SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	Berries	UE EEUU Japón China Corea Singapur Taiwán	Los Reyes y Zamora Michoacán Cd. Guzmán Jalisco Hermosillo Sonora	Chile	http://www.hortifrut.cl/ http://www.hortifrut.com/hf2008/main.html	Comercializador	Hortifrut Naturipe Farms Southern Sun Euroberry UK
Hurst's Agrícola SPRL de RL de CV	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Sayula, Jalisco	sd	sd	Productor	sd
Hurst's Berry Farm de México SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	Berries	sd	Los Reyes Michoacán Jalisco Colima	EEUU	http://www.hursts-berry.com/	Comercializador	Hurt's
Integradora Golden Valley Berries	zarzamora fresca (081020)	na	sd	Los Reyes Michoacán	México	sd	Comercializador productor	sd
Interfrut, S.A. de C.V. 	zarzamora procesada	Fresa, durazno, mango, manzana	EEUU	Jacona, Michoacán	México	www.interfrut.com.mx	Comercializador	Interfrut
Magromex SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	frambuesa arándano	Canadá. EEUU	Guadalajara Jalisco	México	www.magromex.com	Comercializador	Magberry
Meridian Fruits SPR de RL	zarzamora fresca (081020)	na	sd	Peribán, Michoacán	UK	http://www.freshkampo.com/	Productor	sd

Procesadora de Aguacate y Frutas, S.A. de C.V.	zarzamora fresca (801020)	aguacate	sd	Uruapan, Michoacán	sd	sd	Productor	sd
Productores Agrícolas de Jacona, S. de R.L. DE C.V. 	zarzamora fresca (081020)	fresa mango	sd	Jacona, Michoacán	sd	www.prodagri.com	Productor	sd
Proveedora de Frutas, S.A. de C.V. 	zarzamora fresca (081020)	Kiwi, toronja, manzana, melón, fresa	sd	Zamora, Michoacán	sd	www.profusa.net	Productor	sd
Solo Berries SA de CV	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Los Reyes Michoacán	sd	sd	Productor, exportador directo	sd
Splendor Produce SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	aguacate fresa frambuesa	EEUU	Peribán y Los Reyes Michoacán	México	http://www.splendorproduce.com.mx/	Productor Comercializador	Slendor Berries
Sun Belle México 	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU y Europa	Los Reyes Michoacán	Chile	http://www.sunbelle.com/oldsite/Berries.html http://www.sunbelle.com.mx/	Productor, exportador dir comercializador	Sunbelle
Sunnyridge Farm México SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Tuxpan/Jocotepec (Jal), Los Reyes (Mich)	EEUU	http://www.sunnyridge.com/	Comercializador productor	Sunnyridge
Valle Paraíso	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU Europa	Los Reyes Michoacán	sd	sd	Productor, exportador directo	sd

VBM Giumarra México SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	fresa frambuesa	EEUU	Los Reyes Michoacán	EEUU	www.giumarra.com/our_partnerships/giumarra_vbm_international_berry_llc/4	Comercializador	Vital Berry VBM
Veryberries SA de CV 	zarzamora fresca (081020)	na	EEUU	Los Reyes Michoacán	Chile	http://www.veryberry.com.mx/	Comercializador	Very Berry

Fuente: elaboración propia con base en Beatriz de la Tejera y Leticia Ochoa, *La zarzamora ante los retos productivos, del mercado y del desarrollo local*, p. 102-105, Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI), y Directorio de Exportadores de ProMéxico. Además se realizó investigación directa en las páginas de internet de cada una de las empresas que cuentan con ellas.

Nota: Las empresas que se resaltan con color morado pertenecen a la Asociación Nacional de Exportadores de Berries AC (ANEBERRIES AC), que en 2010 se constituyó con el objetivo de establecer un diálogo directo con los grandes exportadores de *berries* en México. Iniciando con 15 empresas exportadoras de fresa, arándano, zarzamora y frambuesa, que a su vez agrupan a un gran número de productores.