

Ventaja Comparativa Revelada del Limón Mexicano: análisis con España, Argentina y Turquía

Revealed Comparative Advantage of Mexican Lemon: an analysis with Spain, Argentina and Turkey

Joel Bonales Valencia¹

Francisco Javier Arroyo Cañada²

Itzel Tinoco Reyes³

Recibido el 21 de enero de 2016- Aceptado el 27 de junio de 2016

RESUMEN

Este artículo presenta el resultado de una investigación científica realizada sobre el limón de México. Su objetivo general es hacer una descripción del comportamiento de las exportaciones de limón para los cuatro principales países exportadores del mundo, que son: México, Argentina, España y Turquía, durante el periodo comprendido del año 2000 al 2012.

Se realizó una revisión teórica, donde se identificaron los principales indicadores económicos de los principales países exportadores de limón y la hipótesis general de esta investigación es: la Ventaja Comparativa Revelada del limón de México mostró crecimiento en comparación con España, Argentina y Turquía durante el periodo 2000-2012.

Para poder medir dicho comportamiento, se utilizó el Índice de Ventaja Comparativa Revelada de Bela Balassa (1965) y se usaron datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Con los resultados obtenidos se identificó el nivel competitivo del sector exportador del Limón Mexicano comparado con los otros tres países.

Palabras clave: Limón, Exportaciones, Competitividad

ABSTRACT

This article presents the results of a scientific research on Mexican lemon. Its overall objective is to make a description of the behavior of lemon exports for the four major exporting countries, which include Mexico, Argentina, Spain and Turkey during the period from 2000 to 2012.

1 Doctor en Ciencias Administrativas por el IPN, México, D.F. Profesor-Investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Línea de Investigación: Competitividad Internacional. bonales@umich.mx

2 Doctor en Empresa por la Universidad de Barcelona, España, Profesor-Investigador del Departamento de Empresa de la Universidad de Barcelona. Línea de investigación: Comercialización e Investigación de Mercados.fjarroyo@ub.edu

3 Maestra en Ciencias en Negocios Internacionales por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. itzeltinoco@gmail.com

After a theoretical review, the main economic indicators of major lemon exporting countries were identified; after that, it was established the general hypothesis of this research which is: Revealed Comparative Advantage of Mexican Lemon grew, compared to Spain, Argentina and Turkey, during the period 2000-2012. Results obtained identified the competitive level of the Mexican Lemon exporting sector compared to the other three countries.

Key Words: Lemon, Exports, Competitiveness

JEL: M21, G15

INTRODUCCIÓN

En las negociaciones comerciales internacionales el sector agroalimentario es considerado como altamente sensible en función de la multifuncionalidad de la agricultura. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2014)

México se posiciona como una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores y 60 por ciento del Producto Interno Bruto mundial, ya que cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 44 países, 28 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones y 9 Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) (ProMéxico, 2014).

Entre los principales productos agrícolas de exportación de México se encuentran el aguacate, las fresas, el jitomate, y el limón (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2014).

Acorde a datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), México, junto con España, Argentina y Turquía, son los principales exportadores de limón en el mundo. Las diferencias entre cada uno de estos países provocan que cada uno de ellos tenga diferentes niveles de desarrollo de las exportaciones, por lo que la investigación plantea hacer un comparativo entre estos cuatro países; en la tabla 1 se encuentran algunos de los principales indicadores económicos mencionados.

Con la investigación, se puede ayudar a obtener una mejor comprensión de su posición competitiva frente a sus principales competidores y determinar medidas para mantener y mejorar el desempeño de las exportaciones, esto se puede lograr a través de planes de acción para mantener e incrementar la inserción de productos agrícolas en los mercados internacionales.

El periodo de análisis termina en el año 2012 debido a que los datos de la FAO se encuentran disponibles hasta ese año en el momento del análisis y empieza en el año 2000 para tener un rango suficiente para hacer una comparación y análisis apropiados.

Tabla 1

Comparación de los Principales Indicadores Económicos de los
 Principales Países Exportadores de Limón

Indicador	México	Argentina	España	Turquía
Tipos de limón	Limón tipo mexicano y limón persa	Limón Eureka, limón fino.	Limón Verna y limón Fino	Limón Interdonato, limón Lamas, limón Kutdiken
Socios comerciales	Estados Unidos, Países Bajos Reino Unido,	Unión Europea	Unión Europea	Medio oriente y Asia
Regiones de producción.	Michoacán, Colima, Veracruz	Tucumán	Alicante y Murcia	Mersin
Población total 2014	125,385,33	42,980,026	46,404,602	75,932
PIB 2014 (millones USD)	1,282,719	540,197	1404306	799,534
Crecimiento PIB 2013-2014	2.1	0,5	1.4	2.9
Agricultura, valor agregado (porcentaje del PIB) 2014	3.5	8.2	2.5	8.0
Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB) 2014	32,7	14,9	32,0	27,7
Ranking en el Índice Global de Competitividad del Foro Económico Mundial 2014	61	104	35	45

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos del Banco Mundial y FAO, 2015

MARCO TEÓRICO

Michael Porter e importantes organizaciones internacionales, defienden el concepto de competitividad y resaltan su importancia; en el año de 1990, Porter la definió como “la capacidad para sostener e incrementar la participación en el mercado internacional, con una elevación paralela del nivel de vida de la población y en donde el único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad” (Porter, 1990).

Una de las primeras definiciones es del Foro Económico Europeo en el año de 1980, que expresa lo siguiente: “Una medida de la capacidad inmediata y futura de los industriales de diseñar, producir y vender bienes cuyos atributos en términos de precios y más allá de los precios se combinan para formar un paquete más atractivo que el de productos similares ofrecidos por los competidores: el juez final es entonces el mercado” (European Economic Forum, 1980).

Las teorías clásica y neoclásica ayudan a explicar el porqué del comercio internacional, al mismo tiempo, los conceptos de ventajas absolutas, ventajas

comparativas y dotaciones de factores pueden considerarse como términos semejantes a la competitividad. Estas teorías parten de la economía, no obstante en el ámbito de la administración y negocios también existen teorías que ayudan a entender la competitividad, una de ellas es la teoría de la ventaja competitiva.

Medición de la competitividad

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en el año 2004, menciona que existen dos tipos de mediciones que se pueden aplicar para la competitividad, establecidas por Myrdal en 1939, en donde se dividen en:

- Ex- ante: concepto prospectivo. Entran en juego las expectativas, los cálculos y planes que conducen a un proceso en el tiempo.
- Ex- post: concepto retrospectivo. Se mira hacia atrás sobre un período acabado. Se estudian magnitudes realizadas.

En las mediciones de competitividad, los números índices son utilizados con frecuencia, ya que son valores convenientes para medir variaciones relativas o diferencias de tiempo en tiempo o de lugar a lugar, estos números índices son más fáciles de manejar que largas series de datos y en general se comprenden fácilmente. Es así que se puede hacer una clasificación general de diferentes índices de competitividad, ex – ante y ex – post. En las mediciones Ex-ante, se encuentran índices de precios, los más utilizados son el tipo de cambio nominal y real y los precios y los costos relativos. Los indicadores de competitividad ex – post se realizan a través de mediciones históricas tales como los reportes y/o informes elaborados por organizaciones internacionales. Algunas de las mediciones más reconocidas para la medición de la competitividad de los diferentes países del mundo son:

- **Informe Anual de Competitividad Global** (Foro Económico Mundial, 2015)
- **Doing Business** (Doing Business , 2015)
- **Anuario de Competitividad Mundial**(International Institute for Management Development , 2015)

Índice de ventaja comparativa revelada

Los índices expresados anteriormente, son buenos para hacer un ranking de las economías de manera macro, sin embargo, cuando se quiere hacer una investigación de competitividad en un sector en específico, uno de los índices que existe es el índice de ventaja competitiva revelada.

Tal como señalan Daniel Chudnovsky y Fernando Porta “la teoría de las ventajas comparativas reveladas pertenece al campo de la teoría pura de comercio internacional. De acuerdo a las versiones modernas de estas teorías (Hecksher-Ohlin- Samuelson), los bienes fluyen de acuerdo a la abundancia relativa de los factores en los distintos países, especializándose cada país en producir y exportar aquellos bienes que utilizan sus factores relativamente más abundantes (Chudnovsky & Porta, 1990).

Esta teoría se construye sobre una serie de supuestos, entre los cuales se destacan la inmovilidad de los factores, la competencia perfecta en los mercados, y los costos constantes a escala. Si se cumplen estas condiciones, la forma en que un país participa del comercio internacional está determinada por la abundancia relativa de sus factores de producción y el único elemento de política relevante es permitir la libertad del comercio para que el país se pueda beneficiar al máximo de su participación en el comercio internacional. (Chudnovsky & Porta, 1990).

Bela Ballassa, en 1965 fue el primero en llamar a este tipo de análisis ventaja comparativa revelada, con el fin de indicar que, “las ventajas comparativas entre naciones pueden ser reveladas por el flujo del comercio de mercancías, por cuanto el intercambio real de bienes refleja costos relativos y también diferencias que existen entre los países, por factores no necesariamente de mercado”.

La Ventaja Competitiva Revelada (VCR) de un país para un determinado producto es el cociente entre la participación del país en el mercado internacional del producto y la participación del país en el mercado internacional de bienes. (Balassa, 1965).

Según la estructura de la demanda doméstica e internacional de un país, la VCR describe, por un lado, la forma en que los productores de un bien específico compiten por los recursos domésticos en comparación con otros bienes producidos y comercializados en el país y, por otro lado, muestra la competitividad de las industrias del país para competir en el mercado internacional de esas industrias (Balassa, 1965).

En el caso de los productos agropecuarios, la fertilidad de los suelos, el clima favorable para el desarrollo del cultivo o la crianza, y la ubicación geográfica con respecto al mercado de destino del producto son, entre otros factores, determinantes de ventaja comparativa. (Vargas, 2014).

En la literatura existente, se pueden encontrar varios estudios relacionados con la Ventaja Comparativa revelada que Incluyen a México. En palabras de Villareal y Ramos (2001) se resalta la importancia de crear incrementos en la competitividad nacional, en donde si bien la agricultura es un sector fuerte para las exportaciones del país, mediante estudios de investigación se puede mejorar, generando cambios en la competitividad de todo el país.

Dado el enfoque que se pretende en esta investigación para estudiar a nivel de comercio internacional cuatro países, se decide buscar una metodología

que trabaje con datos secundarios, que se puedan obtener a través de organismos internacionales reconocidos.

MATERIALES Y MÉTODOS

La hipótesis general de la investigación es: La Ventaja Comparativa revelada del limón de México tuvo un crecimiento del 40%, en comparación con España, Argentina y Turquía durante el periodo 2000-2012.

Según la estructura de la demanda doméstica e internacional de un país, el Índice de Ventaja Comparativa (*Index of Revealed Comparative Advantage*, IRCA) describe, por un lado, la forma en que los productores de un bien específico compiten por los recursos domésticos en comparación con otros bienes producidos y comercializados en el país y, por otro lado, muestra la competitividad de las industrias del país para competir en el mercado internacional de esas industrias.

El índice se calcula usando datos actuales de comercio y, por lo tanto, incorpora la influencia de factores como ingresos relativos, eficiencias, políticas y estructuras de mercado.

De ambas reflexiones se deduce que la VCR, es una proporción general de proporciones parciales que reflejan la capacidad de exportación de un bien dado en comparación del mundo. Cuando esta capacidad es mayor en un país, en un producto o en un sector, que en el resto del mundo, puede deducirse que ese país tiene una ventaja comparativamente con el resto del mundo revelándose así en qué producto o sector y en qué proporción. Mientras mayor sea la proporción mayor será la ventaja. (Arias Segura & Segura Ruiz, 2004).

La VCR, puede calcularse solamente para las exportaciones o importaciones, de manera separada, o para el total del comercio, en este caso el resultado final del índice sería “exportaciones – importaciones”.

La Ventaja Comparativa Revelada de Balassa, con el cual se desarrolla la hipótesis general, se expresa matemáticamente de la siguiente manera: (Balassa, 1965)

$$IRCA = \frac{\frac{X_{ij}}{\sum_i^n X_{ij}}}{\frac{\sum_j^n X_{ij}}{\sum_{i,j}^n X_{ij}}} - \frac{\frac{I_{ij}}{\sum_i^n I_{ij}}}{\frac{\sum_j^n I_{ij}}{\sum_{i,j}^n I_{ij}}}$$

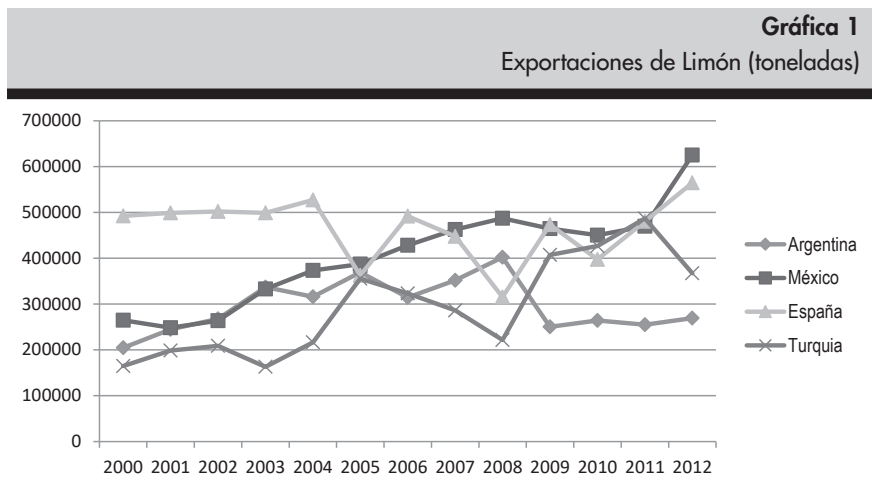
Dónde:

- X_{ij} Son las exportaciones del producto i para el país analizado j .
- $\sum_i^n X_{ij}$ Es el total de exportaciones del país analizado j .
- $\sum_j^n X_{ij}$ Es el total de exp. del prod. i para el conjunto de países analizados.
- $\sum_{i,j}^n X_{ij}$ Es el total de exportaciones para el conjunto de países analizados.
- I_{ij} Son las importaciones del producto i para el país analizado j .
- $\sum_i^n I_{ij}$ Es el total de importaciones del país analizado j .
- $\sum_j^n I_{ij}$ Es el total de imp. del prod. i para el conjunto de países analizados.
- $\sum_{i,j}^n I_{ij}$ Es el total de importaciones para el conjunto de países analizados.

Generalmente se utilizan las exportaciones/importaciones mundiales como conjunto de países analizados. Los numeradores de la fórmula explican la participación del producto del país en el mercado global, mientras que los denominadores muestran la participación de las exportaciones totales del país en el comercio mundial; por lo tanto, el IRCA es una relación relativa de participaciones. Por lo tanto, si el IRCA es mayor que 1, por ejemplo 27.79, significa que la participación de un país en las exportaciones mundiales de un producto es 26.79 veces más que su participación del total de exportaciones mundiales de todos los productos. En otras palabras, cuando un IRCA da mayor que 1, significa que ese país está exportando más de este producto, en términos relativos, al mundo, de lo que ese país lo hace con el total de productos.

RECOLECCIÓN DE DATOS

El comportamiento del volumen de las exportaciones de limón de los países seleccionados es identificado en la gráfica 1. Es importante analizarlo debido a las diferencias de comportamiento que existen entre dichos países.



Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

La fórmula de Balassa puede aplicarse solo para las exportaciones, sin embargo haciendo un análisis de comercio del limón en los países seleccionados, se observó que España es un país exportador destacado.

Se ha observado a lo largo de la investigación que los cuatro países analizados son muy diferentes entre sí. Una de esas diferencias es que los países seleccionados tienen diferentes grados de comercio internacional; España y México cuentan con niveles mucho más altos en comercio internacional que Argentina y Turquía, en consecuencia, el análisis de VCR se hizo de dos maneras diferentes: en la primera se utilizaron los datos de la agricultura como los

datos totales, buscando con ello obtener un efecto “normalizador”, mientras que la segunda comparación se realizó con las exportaciones totales de todos los sectores.

Los datos necesarios para la elaboración del Índice de Balassa son los comprendidos a continuación:

Tabla 2
Exportaciones de Limón (en dólares)

Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$ 726,024,000	\$ 94,076,000	\$ 73,535,000	\$ 238,677,000	\$ 67,704,000
2001	744,923,000	109,111,000	60,738,000	233,326,000	74,996,000
2002	742,329,000	87,308,000	63,623,000	249,110,000	75,266,000
2003	970,613,000	130,793,000	117,145,000	320,487,000	76,883,000
2004	1,102,839,000	126,902,000	164,806,000	353,997,000	99,211,000
2005	1,220,488,000	151,830,000	167,812,000	281,220,000	169,395,000
2006	1,201,254,000	121,581,000	212,252,000	323,535,000	122,440,000
2007	1,520,907,000	169,556,000	240,434,000	374,101,000	140,214,000
2008	2,137,841,000	388,017,000	242,315,000	409,841,000	202,874,000
2009	1,757,848,000	153,687,000	189,817,000	423,166,000	277,741,000
2010	2,071,022,000	204,089,000	232,672,000	418,633,000	312,955,000
2011	2,068,847,000	172,190,000	269,918,000	424,927,000	354,290,000
2012	2,132,502,000	206,766,000	270,387,000	502,332,000	266,652,000

Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

Tabla 3
Valor de las Exportaciones Agrícolas (en dólares)

Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$411,044,376,000	\$10,776,095,000	\$7,394,679,000	\$13,999,088,000	\$3,620,538,000
2001	414,421,580,000	10,958,729,000	7,513,892,000	14,504,504,000	4,093,693,000
2002	442,746,020,000	11,022,257,000	7,813,320,000	16,452,209,000	3,476,769,000
2003	525,374,815,000	13,866,854,000	8,613,812,000	21,441,638,000	4,830,543,000
2004	607,414,132,000	15,806,816,000	9,881,812,000	24,292,492,000	5,957,929,000
2005	653,561,909,000	17,952,304,000	10,571,620,000	25,081,764,000	7,705,938,000
2006	721,502,390,000	19,581,298,000	13,427,621,000	26,737,586,000	6,328,913,000
2007	873,251,257,000	27,141,775,000	14,388,882,000	31,060,724,000	6,541,824,000
2008	1,067,513,138,000	35,556,594,000	15,542,251,000	36,464,642,000	10,563,650,000
2009	951,298,046,000	26,642,972,000	15,284,461,000	32,538,551,000	10,454,318,000
2010	1,085,105,819,000	32,781,411,000	17,064,207,000	35,190,432,000	11,772,783,000
2011	1,320,805,499,000	43,206,677,000	20,997,304,000	40,902,405,000	14,140,030,000
2012	1,336,880,535,000	40,692,590,000	21,656,035,000	42,550,601,000	14,895,024,000

Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

Tabla 4
 Valor de las Exportaciones Totales (en dólares)

Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$6,959,445,202,374	\$26,341,029,193	\$66,294,339,530	\$113,343,229,177	\$27,485,359,097
2001	6,745,419,379,784	26,610,055,335	158,386,216,926	116,148,837,947	31,333,944,395
2002	7,115,212,603,145	25,709,371,110	160,750,540,171	125,872,283,010	35,761,981,307
2003	7,115,212,603,145	29,938,752,000	164,906,508,836	156,004,713,416	47,252,836,302
2004	10,063,393,473,002	34,575,705,522	187,980,442,491	182,727,353,874	63,120,948,800
2005	11,333,152,250,310	40,106,386,092	214,207,305,610	192,798,426,846	73,476,408,143
2006	13,162,307,101,198	46,546,224,081	249,960,545,529	214,061,202,096	85,534,675,518
2007	15,074,468,948,490	55,779,579,836	271,821,215,424	253,753,921,535	107,271,749,904
2008	17,466,323,013,752	70,018,850,811	291,264,808,810	279,231,467,630	132,002,384,611
2009	13,613,906,445,423	55,672,118,600	229,712,337,305	223,132,207,940	102,138,525,691
2010	16,539,614,206,985	68,187,227,424	298,305,075,136	246,265,330,443	113,979,451,826
2011	19,726,387,279,253	84,051,150,920	349,569,049,433	298,170,964,481	134,915,251,953
2012	19,332,107,093,111	80,246,132,803	370,642,551,856	285,936,445,693	152,536,652,596

Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

Tabla 5
 Valor de las Importaciones de Limón (en dólares)

Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$ 809,041,000	\$ 165,000	\$ 740,000	\$ 15,106,000	\$ 9,000
2001	832,736,000	316,000	449,000	23,190,000	11,000
2002	903,382,000	75,000	476,000	22,398,000	445,000
2003	1,084,994,000	15,000	496,000	41,417,000	988,000
2004	1,214,490,000	12,000	433,000	27,823,000	628,000
2005	1,383,680,000		376,000	67,748,000	545,000
2006	1,370,777,000	4,000	419,000	26,779,000	430,000
2007	1,748,748,000	18,000	630,000	39,969,000	1,176,000
2008	2,415,492,000	157,000	452,000	107,500,000	2,342,000
2009	1,837,166,000	2,816,000	354,000	36,334,000	1,289,000
2010	2,225,257,000	4,752,000	674,000	72,803,000	1,270,000
2011	2,175,205,000	1,522,000	1,357,000	44,212,000	528,000
2012	2,328,301,000	300,000	1,105,000	69,095,000	2,498,000

Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

Tabla 6
Valor de las Importaciones Agrícolas (en dólares)

Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$ 433,179,314,000	\$1,336,629,000	\$9,300,155,000	\$10,541,845,000	\$3,231,089,000
2001	441,859,890,000	1,209,831,000	10,759,010,000	11,225,631,000	2,421,383,000
2002	465,355,673,000	502,204,000	11,590,586,000	12,953,405,000	3,070,936,000
2003	551,763,324,000	735,207,000	12,179,591,000	16,319,214,000	4,178,569,000
2004	638,464,157,000	885,844,000	13,439,200,000	19,798,359,000	4,659,460,000
2005	679,922,167,000	943,286,000	13,999,477,000	21,342,793,000	4,842,319,000
2006	753,990,787,000	1,068,727,000	15,982,217,000	21,657,418,000	5,222,937,000
2007	913,274,807,000	1,815,940,000	19,150,287,000	26,752,434,000	7,251,049,000
2008	1,118,600,572,000	2,814,053,000	22,949,830,000	31,577,023,000	10,269,048,000
2009	988,052,830,000	1,580,469,000	18,148,935,000	27,219,620,000	7,482,300,000
2010	1,107,347,779,000	1,669,388,000	20,324,886,000	27,786,831,000	9,871,917,000
2011	1,355,864,579,000	2,005,262,000	26,035,799,000	32,811,848,000	13,748,485,000
2012	1,366,033,634,000	1,894,593,000	26,648,543,000	31,678,830,000	12,619,758,000

Fuente: División de Estadística de ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

Tabla 7
Valor de las Importaciones Totales (en dólares)

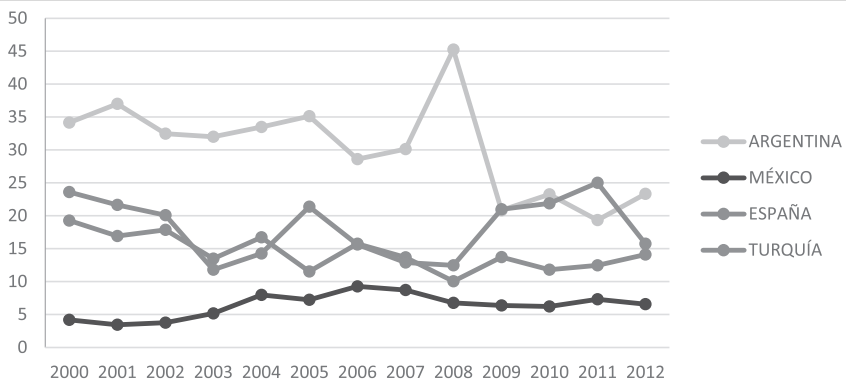
Año	Mundial	Argentina	México	España	Turquía
2000	\$7,297,336,574,686	\$25,280,463,491	\$179,403,617,623	\$152,898,168,796	\$54,149,795,284
2001	7,051,920,170,268	20,321,127,098	168,376,890,806	154,992,565,306	41,399,079,443
2002	7,343,196,112,804	8,989,546,000	168,650,540,779	165,919,564,934	51,270,195,622
2003	8,563,987,406,636	13,850,774,000	170,545,787,086	208,548,695,563	69,339,692,057
2004	10,432,884,702,816	22,445,246,576	196,808,374,762	259,264,826,295	97,539,765,968
2005	11,812,583,387,988	28,688,637,653	221,818,979,783	289,610,794,906	116,774,150,907
2006	13,686,967,413,129	34,153,541,756	256,085,920,260	329,975,826,516	139,576,174,148
2007	15,702,671,559,000	44,707,041,808	281,926,513,230	391,236,947,607	170,062,714,501
2008	18,228,312,309,169	57,461,774,372	308,583,119,940	418,728,299,509	201,960,779,436
2009	13,931,328,613,391	38,786,161,790	234,384,531,886	287,501,636,242	140,869,013,434
2010	16,922,673,278,187	56,792,359,347	301,481,733,926	315,547,199,309	185,541,036,697
2011	20,133,882,774,828	74,319,324,612	350,842,385,890	362,834,518,549	240,838,853,376
2012	19,726,465,758,674	68,020,032,535	370,751,407,489	325,835,176,357	236,544,494,245

Fuente: División de Estadística de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

RESULTADOS

Se presentan en primer lugar los resultados del IRCA con los datos totales, es decir, con la suma de todas las exportaciones y de las importaciones, esto con motivos demostrativos únicamente. Los resultados que realmente son tomados en cuenta para esta investigación son los mostrados después, en donde se usaron los datos del sector de la agricultura.

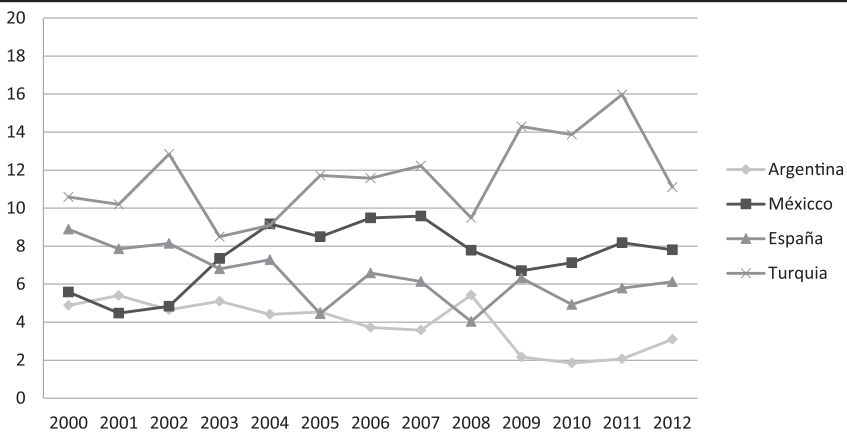
Gráfica 2
IRCA (total)



Fuente: Elaboración propia, a partir de resultados obtenidos con datos de la ONU para la Alimentación y la Agricultura, 2015

En la gráfica3, se hace la representación del cálculo del sector agrícola.

Gráfica 3
IRCA (agricultura)



Fuente: Elaboración propia, a partir de resultados obtenidos con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura 2015

México, España y Turquía presentaron tendencias a la baja para el año 2008, Argentina muestra un pico de subida en ese año, pero una caída para el año 2009 y con un nivel menor que la se tenía años antes del 2008, lo cual se puede observar en la gráfica 3. Turquía presenta diferente ventaja, en donde muestra un incremento en el año 2005, seguido de varios años con tendencia descendente, hasta que en los años 2009, 2010 y 2011 tuvo incrementos constantes, y termina con una caída para el año 2012. Al observar el comportamiento de España, se aprecia que tiene ciclos de altas y bajas, en donde el punto más bajo fue en el año 2008. México presenta un movimiento muy constante de manera un poco ascendente, y al igual que Turquía y que España presenta una ligera caída en el 2008. Turquía se encuentra en los valores más altos, seguido por México, España y Argentina.

El IRCA en México tuvo un crecimiento, lo que quiere decir que México incrementó su participación en el mercado mundial del limón. Algunas de las fortalezas que se pueden observar son que posee un gran volumen de producción y que tiene una gran proximidad geográfica con su mayor mercado: Estados Unidos. Además, los productores de limón mexicano se aprovechan de una ventana de oportunidad para el envío al mercado estadounidense durante agosto y septiembre, cuando la oferta de Estados Unidos es normalmente baja.

Las industrias del limón mexicano se componen de muchos productores, empacadores/embarcadores de distintos tamaños, brokers y otros intermediarios (Universidad de Colima y Fundación Produce Colima, A. C., 2003).

En México, existe la estrategia por parte del Gobierno de los Sistemas Producto, sin embargo, se encuentra dividida por los tipos de limones predominantes en México. Algunas de las asociaciones que se tienen del limón en México son:

- Asociación de Citricultores del Valle de Apatzingán A.C.
- Asociación Agrícola Local de Productores de Limón Del Municipio de Manzanillo, A.C.
- Alianza Citrícola de Martínez de la Torre, A.C.

Sin embargo están son pocas, y no se encuentran tan bien organizadas como las de aguacate, en donde limitan la oferta del producto o hacen promoción del aguacate.

Uno de los problemas más grandes de México es la corrupción, y en el área del comercio de limón no es la excepción. En el año 2007, se tuvo un caso de corrupción en el Consejo de Limón (Asociación Tucumana del Citrus., 2015) que afectó de gran manera los apoyos que se hacen a los productores ya que dichos recursos son escasos y además se encuentran mal utilizados.

En Argentina, se observa una diferencia entre el año 2000 y el 2012 de 284,571 toneladas, lo que refleja un incremento constante, llegando a ser casi un tercio de la producción total para exportación; sin embargo, en el año 2009, esta relación bajó y ya no volvió a alcanzar los niveles anteriores.

En el país de América del Sur, el IRCA ha disminuido, con la excepción del 2008, que tiene un gran incremento, seguido de una caída. Durante todo el periodo del análisis, el IRCA cayó en un 36.5%.

Algunas de las ventajas competitivas con las que cuenta Argentina incluyen las condiciones de cultivo adecuadas y la disponibilidad de tierras, los costos de trabajo son bajos, las empresas están integradas verticalmente. Entre sus desventajas se encuentran las barreras fitosanitarias y de calidad, la distancia a ciertos mercados (teniendo que competir en otros países del hemisferio sur principalmente Sudáfrica y Australia) y que están vetados del mercado de Estados Unidos.

El acceso se había concedido en 2000, pero fue rescindido en 2001 después de que un tribunal federal de Estados Unidos determinó que la evaluación inicial del riesgo de plagas había sido defectuosa. De nuevo la evaluación del riesgo de plagas está en curso.

La producción de cítricos en Argentina se vio afectada durante el periodo 2000-2005, por la inflación y la devaluación de su moneda, que provocaron incertidumbre entre los productores, pero después de ese periodo, la ampliación de la industria del limón se debió principalmente a los contratos con los principales fabricantes mundiales de refrescos para suministrar productos.

Para la producción de limón, las empresas están integradas verticalmente, tales productores poseen sus propios viveros, plantaciones de cítricos, y casas de empaque. Esta integración facilita el control de calidad y los costes y mejora la capacidad de cumplir con normas estrictas en los mercados de exportación.

Los productores de naranjas y limones argentinos han formado asociaciones regionales y nacionales. Las principales son la Federación del Citrus de Entre Ríos (Fecier), el Tucumán Citrus Asociación y la Federación Argentina del Citrus (FEDERCITRUS). Estas organizaciones en general, proporcionan información de mercado a los miembros, la investigación y el desarrollo de apoyo, y representan los intereses de los miembros con respecto a las políticas y programas de gobierno.

Las asociaciones son financiadas por los miembros. Debido a las variaciones a corto plazo en factores como las condiciones de oferta y demanda y la calidad del producto, fijación de precios en el mercado argentino.

España es el primer exportador mundial de naranjas y limones que mantiene una orientación a la exportación, principalmente a otros países de la Unión Europea. Pero la producción de cítricos se redujo drásticamente debido tanto a las bajas temperaturas como a la peor sequía de España en 60 años.

En España se tienen un grupo de cooperativas que es el líder español en la comercialización de frutas y hortalizas y el primer exportador y segundo comercializador de cítricos del mundo (Anecoop, 2015); este tipo de asociaciones fortalecen el sector, por ejemplo, los integrantes están obligados al cumplimiento de EurepGAP, un certificado de calidad europeo.

Hay otras organizaciones de la industria en España que proporcionan apoyo y asistencia a los productores de cítricos españoles, como el Comité de

Gestión de Cítricos, que es una Asociación Profesional de ámbito nacional de empresas exportadoras de cítricos, constituida en 1972 y cuyos principales objetivos son la prestación de servicios a sus asociados, la defensa de sus intereses y la representación ante las diferentes administraciones, instituciones, órganos de decisión y organizaciones internacionales (Comité de gestión de cítricos, 2015).

Las exportaciones de España a los Estados Unidos son relativamente bajas, dado que se han visto obstaculizados por las preocupaciones sobre la mosca mediterránea de la fruta y el virus de la tristeza.

Se debe de tomar en cuenta que si bien España es el que tiene un mayor precio de venta en el limón, también es el país con mayores costos. Uno de los costes más importantes es la mano de obra: los costes laborales de un recolector de fruta no calificado en España, varían entre 921 y 1331 euros al mes (Tu Salario, 2015). Para reducir los costos, los productores de cítricos españoles a menudo emplean mano de obra migrante.

Los productores de cítricos de la Unión Europea (UE) también tienen acceso a los servicios de investigación y extensión agrícola avanzada. En España, la mayor parte de investigación y extensión de los cítricos se lleva a cabo en el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias (IVIA), financiado por la Generalitat Valenciana. Es gracias a esto que también tienen uso de la última tecnología.

España, al ser parte de la UE, cuenta con ventajas que ninguno de los otros tres países tienen, por ejemplo, es parte de la Política Agrícola Común, que ayuda a invertir en la modernización de sus explotaciones y mantiene puestos de trabajo en la industria alimentaria (Unión Europea, 2015).

Otro de los puntos fuertes de España es su proximidad a los principales mercados, que son Alemania y Francia y que la mayoría de la fruta se consume poco después de la cosecha en los países europeos cercanos.

En Turquía, tanto la producción como la exportación han tenido un desarrollo ascendente hasta el año 2008 en donde se presentó una caída, sin embargo, a continuación mejoró su razón exportación/producción significativamente. El IRCA tuvo un incremento del 4.92% durante el periodo 2000-2012.

La economía turca ha gozado de un rendimiento excelente, con un crecimiento continuo durante la última década. La combinación de una firme estrategia macroeconómica, unas políticas fiscales sobrias e importantes reformas estructurales vigentes desde 2002, han integrado a la economía Turca en el mundo globalizado, al tiempo que ha transformado el país en uno de los principales receptores de Inversión Extranjera Directa (IED) de su zona (Invest in Turkey, 2015).

Turquía es considerado uno de los principales países del mundo en el campo de la alimentación y la agricultura gracias a sus favorables condiciones geográficas y a su clima; es fácil identificar la importancia del sector agrícola

en la economía turca por el alto nivel de participación del sector en el Producto Interno Bruto (PIB), que acorde a datos del Banco Mundial (BM) fue del 8% para el año 2014.

Los esfuerzos de reestructuración del sector que dieron comienzo a principios de la década de 1980, junto con una serie de reformas tales como las privatizaciones y la reducción de las barreras comerciales en el sector agrícola, han dado lugar a la creación de un mercado nacional que hoy día es parte integral de la economía mundial (Invest in Turkey, 2015).

En Turquía, se encuentra el “Turkish Citrus Promotion Group” que es un organismo creado por el Ministerio de Economía en el año 2007 con el fin de aumentar la demanda extranjera y local de productos cítricos y su objetivo principal es promover la imagen de Turquía. (Turkish Citrus Promotion Group, 2015).

Desde el punto de vista de la UE, el certificado más importante es el EurepGap. Este constituye el punto de partida de la cadena de suministro y es aceptada tanto por los productores como por los minoristas. Certificaciones como ISO y EurepGap se están volviendo muy importantes y casi obligatorias en los mercados de la UE, los cuales son selectivos y tienen expectativas de alta calidad. Los huertos de cítricos con certificado EurepGap son todavía insuficientes en Turquía. La aplicación del protocolo EurepGap en Turquía es difícil debido a algunas características del sector agrario turco. Los factores que restringen la aplicación del protocolo EurepGap son las zonas de producción pequeñas y fragmentadas y la existencia de la agricultura familiar en la producción de cítricos (Turkish Citrus Promotion Group, 2015).

CONCLUSIONES

Tal como lo expresa Roger Norton (2004), en su libro *“El sector agrícola y el crecimiento económico”*, la concepción del papel de agricultura como netamente de apoyo al resto de la economía, como una reserva de mano de obra y capital a ser explotada, está siendo reemplazada por la visión de que el desarrollo agrícola debe ser perseguido por sí mismo, y que en ocasiones puede ser un sector líder de la economía, especialmente en períodos de ajuste económico.

Si bien el limón persa y el limón tipo mexicano están divididos en diferentes asociaciones y esta división se encuentra justificada porque estos dos productos poseen características diferentes, sería considerable que estuvieran centralizadas en una sola organización, para que a través de eso se establecieran las estrategias de manera nacional que mejor convengan a los productores de ambos tipos de limón, maximizando así sus resultados.

Se necesita esta centralización de manera que se pueda tener una mejor planeación y control de la cantidad de limón producida y exportada, ya que muchas veces los excesos en la oferta provocan una baja de los precios del limón de México.

Una mejor promoción del Sector Limonero de México es indispensable, ya que en Turquía, la Asociación turca para la promoción de los cítricos cuenta con una página Web actualizada, accesible en varios idiomas (Turkish citrus promotion group), claramente orientada al comercio internacional.

En Argentina, la Asociación Tucumana del Citrus, realiza artículos de actualidad sobre el tema del limón en diferentes países, esto ayuda a conocer el entorno global del producto; en México, esto podría aplicarse para que los productores tengan acceso a este tipo de información y que decidan sus estrategias de producción y de ventas.

Debe existir una mayor integración entre el sector limonero y las Instituciones de Educación Superior para que se desarrollen nuevas tecnologías que se puedan aplicar al sector limón.

Se deben concentrar esfuerzos en encontrar nuevos socios comerciales, especialmente en mercados que actualmente estén en crecimiento, aprovechando la gran cantidad de Tratados de Libre Comercio y Tratados Comerciales que México tiene.

Uno de los principales importadores de limón de México es Japón, país con el que se tiene un acuerdo de asociación económica, por lo que se propone tener una mayor orientación a este mercado, ya que si bien el riesgo es mayor, también lo pueden ser las ganancias.

Una manera de facilitar el acceso a nuevos mercados es obteniendo certificaciones internacionales, como el ISO, EurepGap, Tesco, Haccp. México cuenta con su propio certificado, "México calidad suprema", en el que actualmente menos de 20 empresas se encuentran registradas (México Calidad Suprema, 2016). Para obtener este tipo de certificaciones se debe visualizar todo el proceso de producción y comercialización.

En el área de producción, un mal adiestramiento de los trabajadores, se refleja en como cortan el fruto del árbol por ejemplo, y esto, aparentemente tan simple, influye en la cantidad de días que un limón permanece apto para ser consumido. Resalta entonces la importancia que tiene la capacitación, por lo que se deben desarrollar mejores programas en este sentido para los trabajadores.

Mediante la integración que se ha propuesto antes sobre las instituciones educativas y el sector del limón, se puede generar una colaboración para hacer programas de capacitación que sean de bajo costo para los productores, ya que estudiantes de carreras relacionadas pueden instruir a trabajadores en cuestiones técnicas, y los estudiantes en cambio, pueden obtener práctica profesional en el área. Si esta acción está realizada por el gobierno, pueden liberar su servicio social.

La comercialización del aguacate es un ejemplo a seguir, el aguacate de México está tan bien posicionado que realiza comerciales en eventos de alto renombre como el Super Bowl en Estados Unidos, logrando un reconocimiento de marca. El limón en México debe de desarrollar una marca igualmente, que sirva de distinción con el limón producido en otros países.

En el IRCA que utiliza los datos de agricultura, México presenta un movimiento constante de manera ascendente, con una pequeña caída en el año 2005, para luego recuperarse y en el año 2009 tener una gran disminución.

Esto puede deberse a la crisis internacional que empezó en el año 2008, siendo Estados Unidos uno de los países más afectados, y el cual es el principal socio comercial de México para el caso del limón con más del 80% de las exportaciones totales.

Existe en la actualidad un creciente acuerdo en que el crecimiento agrícola es la clave para la expansión de la economía global. En apoyo a esta idea, John Mellor ha escrito: Cuando la agricultura crece rápidamente, se alcanzan normalmente altas tasas de crecimiento económico. Esto se debe a que los recursos utilizados para el crecimiento agrícola son sólo marginalmente competitivos con otros sectores y, por eso, el crecimiento agrícola tiende a ser adicional al de los demás sectores lo mismo que un estímulo al desarrollo de los bienes no transables, normalmente con mano de obra desocupada (Mellor, 1966).

LITERATURA CITADA

- Anecoop. (2015). *Cooperativas cítricas españolas*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2015, de <http://anecoop.com/sobre-nosotros/>
- Arias Segura, J., & Segura Ruiz, O. (2004). Índice de ventaja comparativa revelada: un indicador del desempeño y de la competitividad productivo-comercial de un país. *Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura*, 2.
- Asociación Tucumana del Citrus. (2015). *México: Por sospechas de corrupción, suspenden recursos al Consejo del Limón*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2015, de <http://atcitrus.com.192-96-211-25.sectorshared.net/imprimir.asp?seccion=noticias&id=1026>
- Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and "Revealed Comparative Advantage". *The manchester school*, 33, 99-123.
- Canche Mis Randi, F. (2007). Estudio econométrico del mercado de limón mexicano (*Citrus aurantifolia swile*) en México 1980-2006. *Tesis Licenciatura*. Universidad de Chapingo.
- Chudnovsky, D., & Porta, F. (1990). *La competitividad internacional principales cuestiones conceptuales y metodológicas*. Centro de Investigaciones para la Transformación (Argentina).
- Comité de gestión de cítricos. (2015). *Comité de gestión de cítricos en Valencia, España*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2015, de <http://www.citricos.org/citricos/inicio.asp>
- Contreras, J. (1999). La competitividad de las exportaciones mexicanas de Aguacate: Un análisis cuantitativo. *Chapingo serie agricultura*, 393-400.
- División de Estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2015). *Statistics*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2015, de <http://faostat3.fao.org/download/T/TP/E>

- Doing Business. (2015). *Doing Business*. Recuperado el 14 de 10 de 2015, de <http://espanol.doingbusiness.org/about-us>
- European Economic Forum. (1980). *Definition of competitiveness*. European Economic Forum.
- Feitó, D., & Portal Boza, M. (2013). La competitividad en las exportaciones de papaya de México: Un análisis cuantitativo. *Perspectivas*, 7, 27-54.
- Foro Económico Mundial. (2015). *Reporte Mundial de Competitividad*. Recuperado el 14 de Octubre de 2015, de <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>
- Hurtado Bringas, B. A., Jaime Meuly, R., & Romero Vivar, N. G. (2015). La competitividad en la exportación de espárragos Sonorense hacia Estados Unidos en el marco del TLCAN. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 1265-1274.
- International Institute for Management Development . (2015). *IMD World Competitiveness Center*. Recuperado el 14 de Junio de 2015, de <http://www.imd.org/wcc/wcy-world-competitiveness-yearbook/>
- Invest in Turkey. (2015). *Información sobre Turquía*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.invest.gov.tr/es-ES/Pages/Home.aspx>
- Juaréz, J. M. (2009). *El mercado de los cítricos en Turquía*. Estambul: Plan de Promoción Exterior de la Región de Murcia.
- Magaña Sánchez, P. A., Padilla Bernal, L. E., & Vargas Hernández, J. G. (2013). *Competitividad de las agroindustrias del limón pertenecientes al clúster del limón mexicano en Colima México*. Querétaro: Universidad Autónoma de Querétaro.
- Mellor, J. W. (1966). *The Economics of Agricultural Development*. New York: Cornell University Press.
- México Calidad Suprema. (2016). *Certificaciones de limón*. Recuperado el 10 de Febrero de 2016, de <https://secure.azzule.com/mcs/public/ListaPublicaEmpresas.html>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2014). *Statistics*. Recuperado el 27 de Octubre de 2014, de <http://www.fao.org/home/es/>
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- ProMéxico. (2014). *Tratados de libre comercio*. Recuperado el 30 de Junio de 2014, de <http://promexico.gob.mx/>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. (2014). *Datos estadísticos del limón*. Recuperado el 25 de Octubre de 2014, de <http://www.siap.gob.mx/cierre-de-la-produccion-agricola-por-cultivo/>
- Turkish Citrus Promotion Group. (2015). *Asociación para la promoción del limón en Turquía*. Recuperado el 18 de Octubre de 2015, de <http://www.turkishcitrus.com/>

- Unión Europea. (2015). *Agricultura Unión Europea*. Recuperado el 27 de Diciembre de 2015, de http://europa.eu/pol/agr/index_es.htm
- United Nations Statistics Division. (2015). *Datos estadísticos*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015, de <http://unstats.un.org/unsd/trade/data/tables.asp#annual>
- Vargas, H. (2014). *Desempeño competitivo de productos agropecuarios de Guatemala*. Guatemala: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Villareal, R., & Ramos, R. (2001). La apertura de México y la paradoja de la competitividad: hacia un modelo de competitividad sistémica. *Comercio Exterior*, 772-788.

