

## Promoción del mercado agrícola

# México, un mercado que renace

*Las empresas frutícolas mexicanas, optimistas ante la recuperación económica del país, están invirtiendo considerablemente en la promoción agrícola*

**Alicia Namesny**

Dr. Ing. Agr.  
agrocon@ediho.es

Pasado el «tequilazo», la economía mexicana vuelve al movimiento y, en consecuencia, el optimismo a sus empresas. El dinero continúa siendo caro, pero los empresarios están dispuestos a hacer inversiones, al amparo de un mercado cada vez más accesible, como es el estadounidense. Si bien hay aspectos del tratado NAFTA que periódicamente son objeto de discusión, dependiendo de si Estados Unidos necesita del producto mexicano o si su mercado sólo es capaz de absorber la producción nacional, lo cierto es que el horticultor mexicano entiende ahora que vale la pena tecnificarse para poder acceder al vecino del norte y aprovechar así cabalmente una situación geográfica que para sí quisieran estados más sureños.

Por su extensión y variedad orográfica, México cuenta con ecosistemas para todos los cultivos. Los frutales templados producen en Sonora, Chihuahua, Coahuila, Baja California Norte; los estados costeros como Veracruz y Colima tienen condiciones apropiadas para cítricos sensibles al frío, como la lima mexicana, aguacate, plátano y multitud de otras especies tropicales poco conocidas en el comercio internacional. La producción de hortalizas está presente en numerosas zonas, con grandes extensiones dedicadas al tomate en Sonora y Baja California -cotos tradicionales de ese cultivo- y la que



*El estado de Veracruz es sumamente activo en la promoción de sus productos.*

*En la foto, el stand en Conacqa 97; de corbata, Tomás Gallardo Romero, del Programa de Frutas y Hortalizas del Gobierno de Veracruz.*

*A su izquierda, Carlos Zavaleta, productor de lima ácida, un cultivo característico de la zona.*

● **El horticultor mexicano ya entiende que vale la pena tecnificarse para poder acceder al vecino del norte y aprovechar así cabalmente una situación geográfica que para sí quisieran estados más sureños** ●

emergió en los últimos años en Ayuela (Jalisco). Los cultivos ornamentales se concentran en Guerrero y en Xochimilco, esta última en las afueras de ciudad de México, en lo que queda del lago sobre el que se asentaba la capital de los aztecas.

### **Colima, ¿la futura Almería de México?**

El estado de Colima está situado a orillas del océano Pacífico y es zona de cultivo de frutas y hortalizas: «limones» (lima mexicana), melones, etc. y, en los últimos años, también papaya.

En él se obtiene un 10% del total producido por México. Cuenta con grandes extensiones de tierras utilizables en horticultura, con un clima que propicia las producciones tempranas. Ya existe una explotación en la zona dedicada a la producción de tomate cherry en invernadero con tecnología de Israel, que en el mes de abril comenzó a enviar al mercado sus primeros racimos.

La superficie total dedicada a invernaderos en todo México es de 250 hectáreas, que se espera aumenten en los próximos años pero con

proyectos como el anterior, que ya cuenta con 20 ha cubiertas de un total previsto de 60, y con iniciativas de menor extensión pero que apuntan igualmente al abasto de mercados mexicanos exigentes, como son las zonas turísticas y el sector hostelería en general, y a exportar hacia Estados Unidos y Canadá.

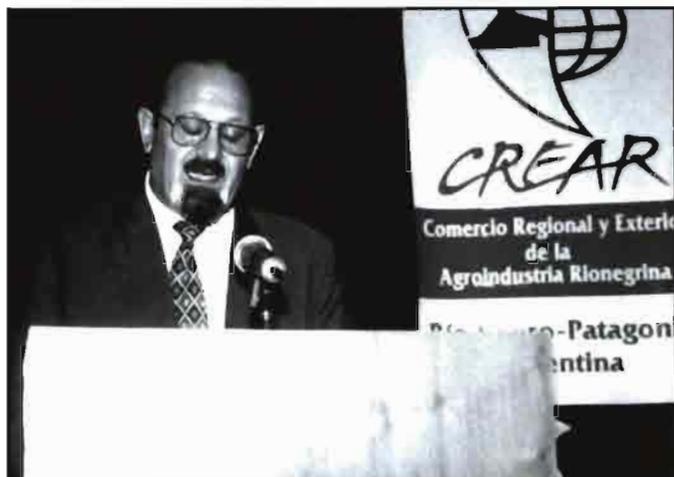
### **La Fundación Produce**

El interés de México en promover la producción ha generado la formación de las Fundaciones Produce. Cada estado cuenta con una, presidida por un empresario destacado por sus iniciativas, y su objetivo es desarrollar la producción agrícola, pecuaria y forestal en el marco de los preceptos de una agricultura sostenible, respetuosa del medio ambiente. La institución se ocupa de propiciar la tecnificación de las explotaciones de sus respectivos estados y de promover la implantación de desarrollos que signifiquen posibilidades de acceder a nuevos mercados con una producción de alta calidad y mayor ocupación para la población de la zona.

### **Roberto Vargas, un presidente prototipo**

El presidente de la Fundación Produce de Jalisco es Roberto Vargas, empresario que cubre ampliamente las características de promotor de nuevas iniciativas.

En contacto con Europa a través de tanto de Ecoproductos, la compañía dedicada a la explotación de iniciativas con un marcado carácter ecológico, como es el aprovechamiento de plantas espontáneas para obtener agroquímicos naturales y aplicaciones medicinales, es la contraparte en México de Western Seed. En las fincas que posee la compañía en ese país se desarrollan nuevos híbridos y se ensayan variedades para las condiciones locales.



*En la imagen superior, Joan Torrents, de Agromillora Catalana, explica las ventajas del material injertado a un grupo de productores mexicanos de melocotón en el stand de Agroconsorcio en la feria Conacca. En la imagen inferior, Roberto Vargas, a la izquierda, presidente de Western Seed en México, en uno de los invernaderos de hibridación de la compañía. Le acompaña Alexandre Figueiredo, encargado de las exportaciones de invernaderos de Ininsa.*

*Argentina apuesta por el mercado mexicano: el valle del Río Negro promovió su agroindustria en el marco de Conacca 97 a través de conferencias y catas de productos y un stand muy bien montado. Debajo, Vivero Huitziltil es una explotación representativa de la zona de cultivo de ornamentales de Xochimilco. En la foto, Iván García, ingeniero agrónomo hijo del propietario, muestra a Joan Torrents los cepellones en que se comercializan tradicionalmente las mudas, formados con el limo del lago.*

## Veracruz, un estado que apuesta por su gente

Veracruz es quizás el estado con más presencia en foros de promoción, dentro y fuera de México, sean éstos ferias o simposios; su apuesta es la potenciación, dentro del sector vegetales comestibles, de géneros para los que cuenta con condiciones naturales muy propicias: los «limones», aguacates, plátano, macadamia... al mismo tiempo que apoya a sus productores para que puedan invertir en la tecnología que les permita acceder a los mercados con productos de calidad y

presentación con niveles internacionales.

El gobierno local tiene una división dedicada a la promoción de sus frutas y hortalizas, sin descuidar el sector ornamental, que cuenta con ventajas para la producción de especies tropicales; existe el convencimiento de la potencialidad de sus cultivos y la conciencia de

que muchos de ellos deben apoyarse con campañas de divulgación, para que pueda crearse una demanda en mercados ajenos a México.

### Conacca

La Confederación Nacional de Agrupaciones de Comerciantes de Centros de Abastos (Conacca) convoca a

sus miembros y operadores relacionados una vez al año con sede itinerante. Una costumbre que se inició hace varios años y que en el actual dio lugar a la VII Expo Convención Conacca, que tuvo lugar este año en la ciudad de México. Se trata de un foro que, además del interés nacional, concita al de los operadores del sur de Estados Unidos, que acuden como visitantes. También el de la tecnología de producción, en especial, casas de semillas, que acompañan como expositores a sus clientes.

- **La Fundación Produce se ocupa de propiciar la tecnificación de las explotaciones de sus respectivos estados y de promover la implantación de desarrollos que signifiquen posibilidades de acceder a nuevos mercados**

● ● ●