



**Origen y Desarrollo del  
Proyecto de Promoción y Exportación  
de Aguacate Mexicano a  
Europa**

**Junio de 2014  
Actualizado marzo 13 de 2023**

*Arnulfo R. Gómez*

Con motivo de la reciente visita del Presidente de Francia a México, M. François Hollande, se celebró el Encuentro Económico Franco Mexicano con el tema **“México y Francia: dos actores complementarios en las cadenas globales de valor”**. Especial referencia se hizo en este evento a un producto mexicano cuya **exportación sistemática y continua** se inició a ese mercado: **el aguacate**, mismo que es resultado de un **Proyecto de Cooperación establecido en el año de 1984 entre México, Francia y la Comunidad Económica Europea**, y cuyos resultados halagüeños hoy podemos constatar pues, la habilidad y experiencia desarrolladas en la exportación hacia el **mercado francés, y a Europa en general**, fueron determinantes para que México pudiera desarrollar su planta productiva atendiendo estándares internacionales y un esquema de logística para lograr exportar hacia otros mercados. Como consecuencia, en el año 2013, **el aguacate se constituyó como nuestra tercera exportación agroindustrial más importante** con 1,229 millones de dólares, abarcando numerosos países, y sólo superada en monto por la cerveza y el jitomate.

A continuación, describo el origen y el desarrollo del Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate Mexicano a Europa, que ha sido el proyecto más exitoso y emblemático de cooperación con la Unión Europea.

Arnulfo R. Gómez

## **Origen y Desarrollo del Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate Mexicano a Europa.**

En el año de 1973 realicé mis estudios de especialización en Técnicas de Comercio Exterior en París, en l’Agence de Coopération Technique, Industrielle et Économique du Ministère de l’Économie et des Finances de Francia (ACTIM), becado por CONACYT y, como parte final del programa de estudios, elaboré una tesina sobre la comercialización de productos frescos en el mercado francés.

Entre las conclusiones se señalaba que México había realizado exportaciones de aguacate a ese mercado y a Europa de manera irregular e intermitente, algunas de ellas con pérdidas financieras para los empresarios mexicanos debido a que el proceso de exportación no había podido ser implementado óptimamente, motivo por el cual el producto pocas veces llegaba en condiciones satisfactorias para su comercialización, sin embargo, el aguacate mexicano que había llegado a comercializarse, inclusive que había sido enviado por vía aérea utilizando los fletes preferenciales que ofrecía Aeroméxico, fue muy apreciado por su calidad y sabor, mismo que los importadores señalaban como muy superior al de otros orígenes.

Este estudio fue entregado a la Consejería Comercial del Instituto Mexicano de Comercio Exterior en París (IMCE), lo que motivó que se me extendiera la beca para realizar un Curso Práctico de Comercio Exterior en dicha oficina, durante el cual realicé otros estudios de mercado que incluyeron uno sobre el cacahuete, un producto con enormes posibilidades en el mercado europeo, para el cual había una oferta mexicana muy interesante pero que, actualmente, importamos y dependemos en un 60% del producto extranjero para satisfacer las necesidades del mercado interno debido a la carencia de una estrategia y políticas públicas que nos permitieran el desarrollo adecuado de la producción nacional de cacahuete. Otros estudios incluyeron fresa y jitomate.

*Arnulfo R. Gómez*

Los intentos para exportar aguacate a Europa continuaron pero, desgraciadamente, tampoco fructificaron como se deseaba lo que se tradujo en exportación irregular y poco exitosa de este producto, sin embargo, la exportación de aguacate mexicano de manera sistemática y continua tuvo su origen en el **Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate** que, como Consejero Comercial del Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE) para el BENELUX y Países Escandinavos con sede en el Puerto de Rotterdam, propuse realizar como parte de mi Programa de Actividades 1984, mismo que incluía otros productos agroindustriales entre los que se contaba al cacahuete y las pasitas, habiendo solicitado a México la información para iniciar realizar la investigación y promoción en el mercado del BENELUX.

La respuesta de IMCE México fue que del cacahuete no se había encontrado empresario alguno interesado en exportar debido a la decreciente producción nacional y que, de pasitas, definitivamente no había oferta mexicana y que para la realizar la promoción del aguacate, me pusiera en contacto con una empresa especializada en investigación de mercados de la ciudad de Amsterdam, que el Consejero en Francia había conocido en la SIAL de París, para que cotizara sobre un estudio de aguacate del mercado Europeo, misma que presentó una cotización que me pareció muy elevada.

Al estar acreditado ante la Comisión de la Comunidad Económica Europea, inicié las negociaciones con funcionarios de la misma para que dicho estudio fuera financiado por dicha Comisión.

La respuesta de la Comisión de la CEE fue positiva señalándome que para la realización este proyecto, debería quedar inscrito en un Programa de Cooperación México-CEE. Por esta circunstancia, esta solicitud la presenté como propuesta mexicana para el desarrollo del Proyecto de Promoción y Exportación de Aguacate en la V Reunión de la Comisión Mixta México-Comunidad Económica Europea (CEE), que se celebró en la ciudad de México, en diciembre de 1984.

Esto tuvo como resultado el patrocinio de la Comisión de la CEE del Proyecto con el otorgamiento de un financiamiento a fondo perdido de 250,000 Unidades de Cuenta (ECUS), lo que permitió realizar un estudio detallado del mercado y diseñar una estrategia para acceder al mercado europeo.

Este estudio definió los detalles del proyecto y la estrategia de acceso que incluyó la organización de los exportadores mexicanos a través de la Unión de Productores y Exportadores de Aguacate de Michoacán (UPEAM) a fin crear una plataforma exportadora y contar con una fuente confiable y continua de suministro, la selección de importadores, una campaña de promoción haciendo la ponderación de las características y propiedades del fruto a través de folletos así como la elaboración de recetas para su consumo.

Así, se determinó llevar a cabo este proyecto teniendo como objetivo iniciar la exportación al mercado europeo, con destino principal al mercado francés que era el mayor centro de consumo de aguacate en Europa, y se consideró como punto de embarque y de acceso ideal al Puerto de Houston y al de Rotterdam, respectivamente, por las facilidades de logística que ambos presentaban, así como por la frecuencia de los buques.

En 1987, siendo Gerente para Europa Occidental de BANCOMEXT, con sede en la ciudad de México, le di continuidad al Proyecto llevando a cabo su implementación y, en

*Arnulfo R. Gómez*

coordinación con el Consejero Comercial en Francia, Lic. Eric Alvarez, el Jefe de Oficina Estatal de BANCOMEXT en Michoacán, Lic. Eduardo Ochoa Mancilla, y la supervisión del Consultor Gerard Boyer Vidal en Francia, se logró iniciar la implementación del proyecto de exportación continua y sistemática de aguacate a Europa.

Los elementos esenciales que permitieron el éxito del proyecto fueron que hubo un estudio completo del aguacate realizado por el consultor francés Gerard Boyer Vidal, mismo que fue adjudicado mediante licitación e incluyó el análisis de la producción mexicana, lo que permitió conocer el volumen de la oferta nacional y la oferta exportable, que esta oferta era de calidad óptima, con precios competitivos y se definió con precisión la dimensión total del mercado europeo así como el mercado meta, en este caso el mercado francés, con acuerdos muy precisos con importadores y observando estrictamente las normas sanitarias y fitosanitarias así como los estándares del mercado europeo.

También se determinó aprovechar la temporada en la que en ese mercado no se presentaba mucha competencia de otros proveedores (ventana agrícola), pero sobre todo, que se definió una estrategia con una plataforma exportadora que incluyó la organización de la parte productiva así como el empaque, etiquetado, el pre-enfriado, la cadena de frío y, muy importante, la logística completa para acceder al mercado de manera adecuada, con la creación de “testigos” que reproducían las condiciones del viaje de la fruta para conocer perfectamente la evolución del producto durante el trayecto completo.

**En el año de 1987, último año sin plataforma exportadora, la exportación total de aguacate mexicano a todo el mundo fue de 1,675 toneladas.**

**Durante la primera temporada de implementación del proyecto, en el año de 1988, se alcanzó una exportación a Francia y Europa de 24 millones US, con 11,800 toneladas, aprovechando la ventana agrícola que se genera en ese mercado durante la temporada noviembre-abril. El total de exportación mexicana de aguacate en el mismo año fue 13,100 toneladas (27 millones US)** y, a partir de ese año, la exportación de aguacate presentó un crecimiento constante llegando a 78,555 toneladas en el año 1995, con 39,958 toneladas a Europa, 23,424 de las cuales se dirigieron al mercado francés.

Ante el éxito alcanzado con el aguacate en el primer año de implementación del proyecto, en 1989 propuse la realización del **Proyecto de Promoción y Exportación del Productos Hortofrutícolas**, mismo que también fue aprobado y financiado por la Comisión de la CEE bajo el mismo esquema de fondo perdido e incluyó piña, melón y mango fresco, coco rallado y jugos de cítricos, así como otros sectores de enorme interés para México que abarcaron artículos de cuero y diseño de muebles.

La experiencia ganada y la habilidad desarrollada con la exportación de aguacate al mercado europeo sirvieron de base para que, a partir de 1990, siendo yo el Consejero Comercial de México en Quebec y las Provincias Marítimas de Canadá, se realizara la promoción en ese mercado, lo que permitió desarrollar la exportación a esas provincias y al resto de Canadá, misma que en el año 2013 alcanzó un valor de 66.1 millones US.

Estas experiencias sirvieron para demostrar que el aguacate mexicano era de calidad superior al de otros orígenes y que estaba libre de plagas, específicamente el procedente del estado de Michoacán, por lo que teniendo como base el principio de zona libre de plagas en México y el de baja prevalencia de plagas en EEUU, en el año de 1996 se determinó que se podía iniciar

*Arnulfo R. Gómez*

la exportación de aguacate mexicano a 19 estados de la Unión Americana; en 2001 se logró el acceso a 12 estados más; en 2005 a otros 16 estados adicionales y, a partir del 2007, ya se pudo exportar a los 50 estados de ese país.

En el año 2013, México fue el principal exportador mundial de aguacate, su exportación alcanzó la cifra de 1,229 millones US (646,812 toneladas) y se constituyó como el tercer producto agroindustrial más importante en la exportación mexicana sólo superado por la cerveza y el jitomate.

Junio de 2014

**N. B.** En el año 2016, la exportación total de aguacate ascendió a 1 millón 22,210 toneladas, lo que representó 2,314 millones US, se constituyó en el primer producto agrícola de exportación mexicana al desbancar al tomate (1,905 millones US), y se ubicó como el 30° producto más importante de la exportación total de México.

Para el año 2019, se consolidó como el principal producto agrícola de exportación mexicana con un valor total de 3,104 millones US, y ascendió al 22° lugar en la exportación total de México. Para el 2020, continúa en el primer lugar con 3,153 millones US, manteniendo a México como el principal exportador mundial de aguacate y ubicándose en el 19° lugar de la exportación total de México. En 2021, el aguacate consolidó su posición como primer producto agrícola de exportación mexicana con ventas de 1,400,000 toneladas y un valor total de 3,085 millones US y, para el 2022, las cifras preliminares señalan una exportación total de 3,350 millones US.

Marzo 13 de 2023

Arnulfo R. Gómez es Licenciado en Relaciones Internacionales por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. En 1975 elaboró su tesis comparando la estrategia de exportación mexicana a China y Japón. Cuenta con estudios de especialización en comercio internacional y promoción de inversiones en la Agencia de Cooperación Técnica, Industrial y Económica del Gobierno Francés en París (ACTIM); en el Centro de Comercio Internacional (CCI), en Ginebra; en la Comisión de la Comunidad Económica Europea en Bruselas; y en el Warwick Research Institute, en Inglaterra.

Fue Coordinador de Consejerías Comerciales para Asia, Africa y Oceanía; Gerente de Promoción y Coordinador de Consejerías para Europa Occidental y, con motivo de la reanudación de las Relaciones Diplomáticas con España, en 1977 fue designado Consejero Comercial Adjunto de la Embajada de México en Madrid; también fue Jefe de la Oficina Comercial para Cataluña y Valencia; Consejero Comercial en Costa Rica, Nicaragua y Panamá; Cónsul en el Puerto de Rotterdam y Consejero Comercial para el BENELUX y Países Escandinavos. También fue Consejero Comercial para Quebec y las Provincias Marítimas de Canadá, con sede en Montreal (1990/1994), periodo durante el cual se realizaron las negociaciones del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Actualmente es Asesor de diversos organismos empresariales, consultor y Catedrático de Comercio Internacional en la Universidad Anáhuac.