



EDITORIAL

México es un importante exportador de frutas y hortalizas. La diversidad de climas y suelos que componen nuestro país, así como el trabajo constante de productores, nos permite esta posibilidad.

En los últimos años, este grupo de productos ha sido uno de los sectores más dinámicos en el comercio entre México y EE.UU. De acuerdo a la Coordinación General de Asuntos Internacionales de SAGARPA, las exportaciones anuales de frutas y hortalizas frescas mexicanas han sido del orden de 9.2 millones de toneladas, con un valor cercano a 11.6 mil millones dólares, lo que equivalen a cerca del 45 por ciento de las exportaciones agroalimentarias totales de México a EE.UU.

Nuestro país se ha convertido en un proveedor clave, para un mercado estadounidense que sigue en expansión. No obstante, si queremos seguir ampliando nuestra participación y llevar nuestros productos no sólo a nuestro vecino del norte, sino a todo el mundo, es importante que tengamos en cuenta los desafíos que este sector enfrentará en los años por venir.

A propósito de este tema, el año pasado la Produce Marketing Association (PMA), que es la asociación comercial que representa a las empresas de todos los segmentos de la cadena de suministro mundial de frutas y vegetales frescos, además de flores; presentó un estudio del entorno que enfrentarán estos productos en los próximos cinco años. Bajo el título: “Un vistazo al futuro”, el trabajo identifica los problemas y las tendencias que muy probablemente afectarán a las industrias mundiales de las frutas, vegetales y flores frescas, de la cual nuestro país ya forma parte.

Consciente de que es audaz hacer generalizaciones para toda la industria, debido a que las fuerzas que impulsan la demanda tienden a variar por producto o por grupo de productos, la investigación ofrece y aborda las tendencias emergentes con el fin de que los actores de la cadena comprendan los cambios futuros y en consecuencia desarrollen planes y estrategias que les permitan adaptarse de la mejor forma.

Para el PMA, los retos por venir se concentran en tres grandes aspectos: tendencias de consumo, comercio minorista y tecnologías de cultivo. Con respecto al primero, se parte de la premisa de que la demanda del consumidor es un factor clave en la circulación de frutas y vegetales frescos. Por lo que factores como el crecimiento de la población, mayores ingresos, la urbanización y las percepciones del consumidor respecto a la calidad y la seguridad, son algunos de los factores que modificarán los patrones globales del consumo de alimentos. Un ejemplo de ello, es la transición masiva de millenials a la edad adulta, lo que puede representar una oportunidad de ventas de 200 mil millones de dólares estadounidenses, a lo que se suma el hecho de que tendrán más poder adquisitivo en los próximos años.

En lo que al comercio minorista se refiere, se indica que está cambiando más rápido que antes, caracterizado por nuevos formatos de venta y canales electrónicos. De igual forma, se prevé que la competencia en el entorno minorista será bastante intensa, debido a la concentración del mercado, la consolidación y la presión de los precios, sobre todo con algunos puntos de venta al por mayor.

Por su parte, en el aspecto de tecnologías de cultivo, el PMA señala que la tecnología está evolucionando a un ritmo cada vez más rápido, por lo que se recurrirá a ella para afrontar una serie de retos como: el incremento de productividad, el control de los costos, la búsqueda de nutrientes y agua aceptables para los cultivos, mejorar la inocuidad alimentaria y aumentar la cuota de mercado. Pero también subraya, el uso cada vez mayor —por parte de los productores, empacadores, procesadores, entre otros— de los macrodatos y en particular, el poder analítico que se puede aplicar para identificar ineficiencias, mejorar la calidad e incluso identificar oportunidades de negocio.

El conocimiento y comprensión de las tendencias que regirán el mercado, así como del perfil de los consumidores, es vital para un sector como el de frutas y hortalizas mexicanas, que ya tiene un importante camino andado.

Alejandro Vázquez Salido
Director en Jefe de ASERCA

EDITORIAL

3 PERFIL DE LOS CONSUMIDORES NORTEAMERICANOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS MEXICANAS

- 5 Berenjena
- 6 Aguacate
- 8 Cebolla
- 10 Ajo
- 11 Col de Bruselas
- 12 Hongo
- 14 Espinaca
- 16 Pimiento
- 18 Lechuga
- 20 Tomate
- 22 Zanahoria
- 24 Brócoli
- 26 Coliflor
- 27 EloteDulce
- 28 Pepino
- 29 Toronja
- 30 Blueberry
- 32 Frambuesa
- 34 Limón
- 36 Naranja
- 38 Fresa
- 40 Piña
- 42 Uva
- 44 Platano

46 PRINCIPALES PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE EXPORTACIÓN

Claridades Agropecuarias, editada por la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, Municipio Libre 377, Piso 8 ala B, Colonia Santa Cruz Atoyac, Delegación Benito Juárez, C.P. 03310, México Distrito Federal, Tel. (55) 3871 7300 Ext. 50164 y 50187.

Revista de publicación periódica 2017, Número de Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor 04-2016-121315133600-102 Certificado de licitud de Título y Contenido No.15984, ante la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Impresa por Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos CONALITEG, Rafael Checa #2, Colonia San Ángel, Ciudad de México. C.P. 01000. Distribuida por SEPOMEX, Tacuba No. 1, Colonia Centro, Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06000, México, Distrito Federal, con los Registros Postales IM09-00863 y PP09-01908.

La responsabilidad de los trabajos firmados es exclusiva de los autores y no de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, excepto cuando exista una aclaración expresa que así lo indique. Distribución exclusiva por suscripción. Se puede reproducir el material de esta revista siempre y cuando se cite la fuente, salvo en libros de distribución comercial, para lo cual se requerirá de autorización escrita por ASERCA. Las imágenes utilizadas en el contenido de esta revista son de carácter ilustrativo y no necesariamente concuerdan con el producto mencionado.

SECRETARIA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PESCA Y ALIMENTACIÓN

SECRETARIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA,
DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN:
JOSÉ EDUARDO CALZADA ROVIROSA

SUBSECRETARIO DE AGRICULTURA:
JORGE ARMANDO NARVÁEZ NARVÁEZ

SUBSECRETARIA DE DESARROLLO RURAL:
MELY ROMERO CELIS

SUBSECRETARIO DE ALIMENTACIÓN
Y COMPETITIVIDAD:
RICARDO AGUILAR CASTILLO

OFICIAL MAYOR
MARCELO LÓPEZ SÁNCHEZ

AGENCIA DE SERVICIOS A LA
COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO
DE MERCADOS AGROPECUARIOS

DIRECTOR EN JEFE DE ASERCA:
ALEJANDRO VÁZQUEZ SALIDO

ASERCA

EDITOR RESPONSABLE:
NOÉ SERRANO RIVERA

REDACCIÓN:
RAÚL OCHOA BAUTISTA

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:
LILIANA ANDRADE GUTIÉRREZ
FRANCISCO RODRÍGUEZ CRUZ

COLABORADORES:
CHRISTIAN JOSÉ JIMÉNEZ COSTAS
ELISA FÉLIX BERRUETO
ANA B. GUTIÉRREZ HERNANDEZ
KARIME FADL FERNÁNDEZ