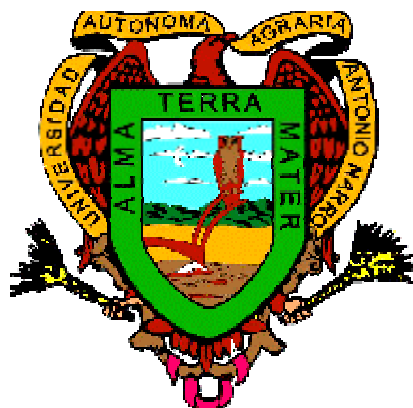


**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
“ANTONIO NARRO”**

División de Ciencias Socioeconómicas



**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÁ
(*Pasiflora edulis*) EN MÉXICO**

Por:

JORGE ALEJANDRO MAZA MAZARIEGOS

MONOGRAFÍA

**Presentada como Requisito Parcial para Obtener el
Título de:**

Licenciado en Economía Agrícola y Agronegocios

Buenavista, Saltillo, Coahuila, México.

Mayo de 2005

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA AGRARIA
“ANTONIO NARRO”**

**División de Ciencias Socioeconómicas
Departamento de Economía Agrícola**

**PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MARACUYÀ
(*Pasiflora edulis*) EN MÉXICO**

MONOGRAFÍA

POR:

JORGE ALEJANDRO MAZA MAZARIEGOS

**QUE SE SOMETE A CONSIDERACIÓN DEL H. JURADO EXAMINADOR COMO
REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

LICENCIADO EN ECONOMÍA AGRÍCOLA Y AGRONEGOCIOS

A P R O B A D A

PRESIDENTE DEL JURADO

M.C. ESTEBAN OREJÓN GARCÍA

SINODAL

SINODAL

**M.C. VICENTE JAVIER AGUIRRE
MORENO**

ING. HERIBERTO RÍOS TAPIA

COORDINADOR DE LA DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIOECONÓMICAS

M.A. EDUARDO R. FUENTES RODRÍGUEZ

BUENAVISTA, SALTILLO COAHUILA, MÉXICO, MAYO DE 2005

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
ÍNDICE DE CUADROS	i
ÍNDICE DE IMAGENES	i
ÍNDICE DE GRÁFICAS	i
INTRODUCCIÓN	ii

CAPÍTULO I. ASPECTOS GENERALES DEL CULTIVO DEL MARACUYÁ

1. Antecedentes de la producción del cultivo en México	1
2. Descripción botánica	3
3. Condiciones del cultivo	5
4. Importancia económica	6
5. Proceso de producción del maracuyá	8
6. El contexto mundial del maracuyá	11
6.1 Brasil	13
6.2 Ecuador	14
6.3 Perú	14
6.4 Colombia	15
6.5 La Introducción del Maracuyá en los mercados de Europa y EUA	16

CAPÍTULO II. LA PRODUCCIÓN DE MARACUYÁ EN MÉXICO

1. Producción nacional y principales estados productores	18
1.1 Producción nacional	18
1.2 Niveles de participación de los principales estados productores	21
2. Problemática de la producción de maracuyá en México	24

2.1 Problemática a nivel nacional	25
2.2 Principales estados productores	26

CAPÍTULO III. LA COMERCIALIZACIÓN DEL MARACUYÀ EN MÉXICO

1. El producto que demanda el mercado	28
2. Características de la demanda nacional	30
3. Canales de comercialización del maracuyà en México	31
3.1 Mercado para consumo en fresco	31
3.2 Mercado de la fruta fresca para la industria transformadora	33
3.3 El mercado de productos transformados	33
4. Precios y márgenes de comercialización	34
5. Acciones para inducir la competitividad del cultivo del maracuyà	36
6. Estrategia para ampliar el mercado Nacional	37
7. Problemática de la comercialización	38
CONCLUSIÓN	40
RECOMENDACIONES	41
BIBLIOGRAFÍA	43
ANEXO	45

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro

Pág.

1	Superficie sembrada de maracuyá en forma comercial, 1990 a 1996	7
2	Comportamiento de los principales indicadores de la producción de maracuyá (Promedio Nacional 1990 a 1996 y 2002 –2003)	20
3	Comportamiento de los principales indicadores de la producción de maracuyá en México 2002-2003	23
4	Precios en el mercado nacional (\$/Kg.) 1995/1996	35

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen

1	Descripción de la flor del maracuyá	4
2	Descripción de la planta en condiciones optimas de producción (Maracuyá púrpura)	5
3	Siembra en semillero (germinación en arena)	10
4	Apariencia de textura de la cáscara y factores de coloración para la comercialización en fresco y la extracción del jugo natural	29

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica

1	Participación porcentual de los principales países productores de Maracuyá (2002)	12
2	Precios del maracuyá en principales entidades productoras (2002-2003)	36

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo por su carácter primordial de investigación para el estudio de alternativas de producción de nuevos productos (exóticos), busca reunir las características que suelen predominar en un estudio de esta categoría, algunas se dedican a describir las características del producto, debido al desconocimiento del este producto y de la información existente.

Es de suma importancia realizar un estudio de un producto que prospera en climas tropicales. Si bien no se ha generalizado el consumo de este producto a gran escala, pero puede llegar a demostrar que tiene un cierto potencial de mercado, solo lo que falta promover es más su consumo y convertirlo en una fuente importante de ingresos para los estados que lo producen en México, ya que no todos reúnen las condiciones climáticas necesarias para la producción.

A los nuevos cultivos se les ha denominado alternativos, no tradicionales de exportación o lo que muchos llaman comúnmente como productos exóticos, refiriéndose casi exclusivamente a plantas de climas subtropicales y tropicales, y a hortalizas y flores de todo clima y algunas frutas de clima templado, como la tuna, el aguacate y las frutillas.

La demanda que existe de estos productos en los países desarrollados, solo puede ser cubierta *in situ* a precios altos, porque muchos de ellos no pueden ser obtenidos a cielo abierto y, por lo tanto, los costos derivados de su producción, necesarios para superar las condiciones climatológicas, no les permiten ser competitivos. La producción de estos cultivos se orienta, entonces, a una demanda amplia y con capacidad de compra en los países de alto ingreso per

cápita, pero las oportunidades de éxito de un país en cualquiera de estos productos, se ven condicionadas por el hecho de que son muchos los países que lo intentan, dependiendo de una infinidad de factores tales como: la localización, la infraestructura, los apoyos gubernamentales, los costos de producción, la comercialización (competitividad), los niveles de integración, la publicidad y promoción y, sobre todo, el posicionamiento del mercado.

Considerando lo anterior el objetivo de esta investigación es analizar las condiciones generales en las que se lleva a cabo la producción y comercialización del cultivo del maracuyá en México, con el propósito de identificar su potencial como cultivo alternativo para las zonas tropicales del país.

Para alcanzar este objetivo, la investigación se desarrolló en tres etapas básicas, en la primera se seleccionó y recabó información estadística y documental, considerando las fuentes más importantes relacionadas con el tema de investigación, así como las estadísticas más actualizadas.

En la segunda etapa se organizó, se procesó y analizó la información recabada, para determinar el comportamiento y tendencias de los principales indicadores de producción y comercialización de maracuyá, así como la problemática que se presenta en las principales regiones productoras del país

La tercera y última etapa consistió en el análisis de oportunidades para México en la producción, mercados y condiciones de acceso a los mismos

La monografía se estructura en tres capítulos. En el primero se exponen los aspectos generales del cultivo, destacando los antecedentes del cultivo en México, su importancia económica, las condiciones en que se desarrolla, así como el proceso de producción. También se analiza el contexto internacional, identificando principales países productores y consumidores y las perspectivas del comercio internacional.

En el segundo capítulo se analiza la producción del maracuyá en el contexto nacional, destacando las principales regiones productoras y las perspectivas para este cultivo.

En el tercer capítulo se analizan los aspectos de la comercialización del maracuyá en México, y se identifican algunas estrategias para la comercialización, que permitan construir a este cultivo en una alternativa más del mercado nacional de productos exóticos.

Cabe destacar que la principal problemática para el desarrollo de este trabajo fue el acceso a información, ya que la que existe es poca, siendo utilizada aquella de mayor importancia y la más actualizada. La falta de información se debe a que el cultivo es poco conocido y la superficie cultivada es demasiado pequeña lo que ocasiona poco interés por parte de los investigadores, además de la dificultad que existe para la localización de los productores lo que dificulta el registro a detalle de datos de producción, consumo y otras variables.

La presente investigación es importante en la medida en que contribuya a reunir, sistematizar y analizar información sobre este cultivo en México y que dicha información pueda ser útil.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DEL CULTIVO DEL MARACUYÁ

La finalidad de este capítulo es analizar las condiciones generales en que se desarrolla la producción del maracuyá, tanto en el contexto nacional como internacional; se revisan los antecedentes e importancia económica del cultivo en México y las condiciones en las que se desarrolla la producción; también se analiza el contexto mundial de la producción y comercialización, información que servirá como base para identificar algunas ventajas y oportunidades para la explotación del maracuyá en nuestro país.

1. Antecedentes de la producción del cultivo en México

Es generalmente aceptado que el maracuyá es originario de América, es un componente tradicional de la cultura de Brasil, país en el que existe una gran producción, tanto para su consumo interno como para su exportación, pero se ha desarrollado también en Colombia, Ecuador y recientemente en Perú, Venezuela y Costa Rica.

En México su explotación se inicia con la plantación en 1989/1990 de una huerta de tipo comercial de una hectárea en el Rancho Estancia Vieja en el municipio de Tabasco; en 1991 se instaló otra huerta en la finca Las Liliás, propiedad del Gobierno del estado de Tabasco; por esos años también se inician plantaciones en los estados de Puebla y Veracruz;¹ actualmente también se encuentran nuevas plantaciones en los estados de Oaxaca, Nayarit, Morelos, Yucatán y Veracruz.

Existen tres productos bien diferenciados del maracuyá; la fruta fresca, jugo simple y jugo concentrado, estos dos últimos se utilizan en variadas formas en la industria de bebidas, en la industria láctea y de repostería; de la cáscara del maracuyá se extraen pectinas para alimentación animal; de la semilla, se extraen aceites para la alta cocina; sus hojas son materia prima en la industria farmacéutica y en cosmetología; su flor es apreciada como ornato; y su

¹ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

aroma y su riqueza en vitamina C y en minerales hacen que se utilice en productos multivitamínicos, yogurts y tés.

La producción de maracuyá en México ha pasado por varias etapas bien diferenciadas. A partir de 1989/1990 se inicia la siembra de plantaciones comerciales con un alto nivel tecnológico, sobre todo en los estados de Puebla y Veracruz.

La segunda fase del desarrollo fue una en que parecía que el maracuyá se difundiría ampliamente como alternativa productiva, ante la crisis generalizada en el campo mexicano, sin embargo, esta etapa no dura mucho tiempo, sino que termina aproximadamente en 1993.

La tercera etapa es la actual y se caracteriza por el hecho de que algunos productores decidieron seguir con el cultivo a pesar del reducido mercado existente y entraron a un proceso de transformación artesanal de la fruta, buscando su venta en forma de jugo, pulpa, mermelada, miel, vino y licor; los productores que persisten en su cultivo y transformación están tratando de consolidarse en sus actividades.

En el ámbito nacional la superficie sembrada alcanzó su máxima extensión entre los años de 1992 y 1994, con aproximadamente 125 hectáreas (cuadro 1), concentradas en los estados de Tabasco y Puebla; los productores de ambos estados influyeron además sobre los de Veracruz, de manera que en algunos municipios de esta entidad también se empezó a sembrar. No obstante, ante la falta de mercado, muchos productores veracruzanos no llegaron más allá de la siembra y dejaron en el abandono las plantaciones. Como un mecanismo para disminuir los riesgos del cultivo, en la actualidad, todos los productores de maracuyá a escala comercial se caracterizan por tener una producción diversificada; la combinación típica que manejan los productores de Puebla y Veracruz es maracuyá con ganadería, con cítricos y/o con café.²

A pesar de los problemas enfrentados por las primeras explotaciones comerciales, a fines de 1995 surge nuevamente la idea de sembrar maracuyá en grandes extensiones en

² SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39.

Puebla, Veracruz, Michoacán y Colima, partiendo de la convicción de que las frutas exóticas representan una buena alternativa de producción, debido a los altos precios que alcanzan en el mercado mundial.

Algunos han sustituido áreas de café por el maracuyá. En Tabasco por ejemplo, se encontró la combinación con otras frutas exóticas, como el carambolo y la pitahaya, donde la actividad principal es la producción de caña de azúcar, se puede decir que la tecnología aplicada por los productores de maracuyá a escala comercial es una adaptación de la tecnología colombiana y brasileña.³

2. Descripción botánica⁴

Debido a que este cultivo es poco conocido, es conveniente resaltar ciertos aspectos que ayudarán a tener una información más detallada sobre las características de este producto, quizás novedoso para muchos.

- **Hojas**

Son simples, alternas, comúnmente trilobuladas o digitadas, con márgenes finamente dentados, miden de 7 a 15 cm de largo y son de color verde profundo, brillante en el haz y pálido en el envés.

- **Zarcillos**

Son redondos y en forma de espiral, alcanzan longitudes de 30 – 40 cm, se originan en las axilas de las hojas junto a las flores; se fijan al tacto con cualquier superficie y son las responsables de que la planta tenga el hábito de crecimiento trepador.

³SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39.

⁴ Oscar, Malca G. Seminario de Agro negocios, 2001, Disponible en:
<http://www.upbusiness.net/upbusiness/docs/mercados/10.pdf>

- **Tallo**

El maracuyá es una planta trepadora, la base del tallo es leñosa, y a medida que se acerca al ápice va perdiendo esa consistencia.

- **Raíces**

El sistema radicular es totalmente ramificado, sin raíz pivotante, superficial, distribuida en un 90% en los primeros 0.15-0.45 m de profundidad, por lo que es importante no realizar labores culturales que remuevan el suelo. El 68% del total de raíces se encuentran en una distancia de 0.60 m del tronco, factor a considerar al momento de la fertilización y riego.

- **Flores**

Las flores son hermafroditas (perfectas), nacen solitarias en las axilas, sostenidas por tres grandes brácteas verdes que se asemejan a hojas. Las flores consisten de 3 sépalos de color blanco verdoso, 5 pétalos blancos y una corona formada por un abanico de filamentos que irradian hacia fuera, cuya base es de color púrpura; estos filamentos tienen la función de atraer a los insectos polinizadores.

Imagen 1. Descripción de la flor del maracuyá



Fuente: imagen disponible en www.lavispera.org/photos/maracuyá.jpg

3. Condiciones del cultivo

El maracuyá es una fruta tropical de una planta que crece en forma de enredadera y que pertenece a la familia de las *Pasifloras*, de la que se conocen más de 400 variedades.

La fructificación se inicia de 7 a 10 meses después de la plantación y la máxima producción, ocurre entre 18 y 24 meses. El ciclo de vida es de 68 años, no obstante, la vida comercialmente útil se reduce de 3 a 4 años, período recomendado para la renovación del cultivo, en condiciones óptimas de cultivo y manejo, el maracuyá puede producir hasta 40 t/ha/año.⁵

Imagen 2. Descripción de la planta en condiciones óptimas de producción (Maracuyá púrpura)



Fuente: imagen disponible en www.ciat.cgiar.org/ipgri/fruitsfromamericas...

Esta planta, originaria del Brasil, presenta dos variedades o formas diferentes: la púrpura o morada (*P. Edulis Sims*) y la amarilla (*P. Edulis Sims. F flavicarpa Degener*).

⁵ Seminario de Agronegocios. “Maracuyá” Universidad del Pacifico. Facultad de Administración y Contabilidad. Abril 2000. disponible en: www.upbusiness.net.

La primera, se consume principalmente en fresco y prospera en lugares semi-cálidos y a mayor altura sobre el nivel del mar, en tanto que la segunda crece en climas cálidos, desde el nivel del mar hasta mil metros de altitud. La variedad púrpura es más apreciada por la industria gracias a su mayor acidez.

En nuestro país se han cultivado ambas variedades de maracuyá, aunque la más extendida ha sido la amarilla, cuyo jugo, ácido y aromático, se obtiene del arillo (tejido que rodea a la semilla) y es una excelente fuente de vitamina A, niacina, riboflavina y ácido ascórbico; la cáscara y las semillas también son susceptibles de emplearse en la industria, por los componentes que contienen.⁶

4. Importancia económica

Numerosos países de Asia, África y América han intentado mejorar su situación económica mediante la promoción y el desarrollo de cultivos alternativos, cultivos no tradicionales de exportación o cultivos exóticos. Los objetivos que se persiguen son principalmente tres: a) mejorar el ingreso de sus productores rurales, b) crear fuentes de empleo y c) obtención de divisas. Esos fueron inicialmente los propósitos de la introducción de maracuyá en México.

La producción de maracuyá en México ha pasado por varias fases de desarrollo, y como la planta no es originaria de México, su historia se inicia con el proceso de introducción al país y su posterior divulgación. Se desconoce cuando se introdujo por primera vez, si bien se registra que se introdujo en 1967 para ser estudiada en el Campo Experimental del Hule, en El Palmar, Veracruz, pero hay información de que antes de ello y posteriormente, se han realizado introducciones de otros materiales.

La plantación inicial del maracuyá en México se realizó en forma de siembras de tipo de traspatio, sobre todo en los estados de Puebla y Veracruz. A partir de 1989/1990 había iniciado la siembra del maracuyá en plantaciones comerciales con un alto nivel tecnológico, marcando una nueva fase de desarrollo a nivel regional, esta fue una etapa en que parecía que

⁶ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

el maracuyá se difundiría ampliamente como alternativa, sin embargo, el impulso no perduró mucho tiempo y terminó en 1993, aproximadamente.

Una tercera fase se observa a partir de esta fecha y se caracteriza por la incursión de los pocos productores que decidieron seguir con el cultivo en el proceso de la transformación artesanal de la fruta, buscando su venta en forma de jugo, pulpa, mermelada, miel, cáscara en almíbar, vino y licor. Esta fase es la que continúa, tratando de consolidarse actualmente.

Así, el maracuyá es un nuevo cultivo en México que, por su superficie, volumen, valor de la producción y empleo generado, tiene una escasa importancia en el país. No sólo se ubica entre las 16 principales frutas en el millón de hectáreas que registran las estadísticas, sino que incluso ni siquiera es mencionado o considerado junto a otros productos similares que sí son registrados por la SAGARPA, como el litchi, la chirimoya, la granada china, la guanábana, el pérsimo, la pitahaya y la macadamia.

A nivel regional no cambia la situación, pues la superficie dedicada a este cultivo en 1996 no rebasa las 38 hectáreas en ningún estado, ubicándose en pequeñas superficies en los estados de Puebla, Veracruz y Tabasco, Guerrero y Michoacán. (Cuadro 1).

Cuadro 1. Superficie sembrada de Maracuyá en forma comercial 1990 a 1996

	1990/91	1992/93	1995	1996*
Tabasco	2	25	12	18-25
Puebla	40	68.5	16	38
Guerrero	0	0	0	5
Michoacán	0	5	0	0
Veracruz	0	4	13.8	16.8
TOTAL**	50	125	50	95

Fuente: SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

*Superficie planeada incluye plantaciones de nivel tecnológico bajo.

** Se incremento un 20% estimando las superficies no conocidas

El cultivo a escala comercial del maracuyá es reciente en México y está muy relacionado con la crisis en el campo y la búsqueda desesperada de alternativas productivas.

La caída drástica del precio del café en el mercado mundial reforzó las siembras del maracuyá en las zonas cafetaleras y se dio una expansión rápida de la superficie dedicada a este cultivo (se puede decir que se presentó el **Boom del Maracuyá**) en los estados de Puebla, Veracruz y Tabasco a partir de 1990/1991. En estos años, la fruta ya había ganado su espacio en los huertos familiares de las regiones tropicales del país. No obstante, las superficies sembradas nunca alcanzaron extensiones grandes, así que ni la SAGARPA ni INEGI las han estado registrando. Esta situación propició la más absurda estimación en cuanto a la superficie que se dedica de una u otra manera al maracuyá, por ejemplo, es frecuente escuchar que había existido en el estado de Puebla una superficie de más de 2,000 ha, dato que tiene su origen en la mera fantasía.⁷

En realidad la importancia del cultivo del maracuyá es completamente insignificante al ocupar el 0.0005% de la superficie agrícola nacional. No, obstante, se debe reconocer que otros países como Colombia, ahora una potencia en el comercio del maracuyá, inició en 1963 en forma no muy diferente a como lo hizo México en 1990.⁸

Obtener una información completa y verídica es sumamente difícil; sin embargo en este trabajo se trabaja con las pocas cifras disponibles y se trata de reconstruir la evolución del cultivo a partir de la información publicada por otros investigadores.

5. Proceso de producción del maracuyá

La producción de maracuyá en México, no ha tenido la expansión necesaria para cubrir el mercado interno debido a la falta de información que permita dar a conocer la particularidades de este producto en sus fases de producción y mercado, por lo que enseguida se describe en forma general el proceso de producción.

⁷ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

⁸ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

El proceso técnico que se describe a continuación es el que se realizaba en 1990, aunque debe señalarse que actualmente, debido al incremento del costo de algunos insumos se han cambiado algunas prácticas de cultivo, así en lugar de fertilizantes químicos se aplica composta elaborada a partir de desechos de cacao y estiércoles, se hacen limpiezas o deshierbes manuales a base de machetes y la aplicación de insecticidas y funguicidas ha disminuido por la predominancia de las variedades rústicas de la región.⁹

Para la obtención de semilla previamente se seleccionan los mejores frutos; la separación de la semilla de la pulpa se lleva a cabo adicionando un poco de cal, para posteriormente lavarlas con agua y extenderlas sobre papel periódico en un lugar bien ventilado y fresco; poco después se coloca en germinadores, esperando el desarrollo de la plántula, la cual se deja un tiempo aproximado de 90 días en el vivero; la germinación obtenida varía del 70 al 90 %.¹⁰

Los suelos donde se cultiva el maracuyá son generalmente ligeros y de más de 80 cm de profundidad, lo cual facilita el desarrollo de la planta.

Los tipos de propagación para el cultivo del maracuyá son tanto el método sexual, a través de semillas, como el asexual, a través de estacas.¹¹

La propagación sexual, consiste en la selección de la semilla, se selecciona de frutos maduros de plantas libres de plagas y enfermedades. Se retiran del fruto las semillas y se colocan en recipientes de vidrio a fermentar entre 2 y 6 días para facilitar la separación del mucílago que las envuelve y posteriormente se secan a la sombra. Después se aplican 2 g/Kg. de algún pesticida directo a la semilla para eliminar posibles patógenos.

La siembra en semillero se lleva a cabo de tres maneras diferentes:

⁹ Gómez C. M. A. Schwentesius R. R. El Maracuyá. Centro de Investigaciones Económicas y Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM). Diciembre 1995.

¹⁰ Reyes Natividad. El maracuyá y sus posibilidades de desarrollo en Tabasco, México, en: Sao Jose, Abel Reboucas. Maracujá producao e mercado., op . cit 1994.

¹¹ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

- *Germinador de tierra.* Son cajas de madera de 35x50x7.5 cm de profundidad, donde se siembran las semillas.
 - *Germinador de arena.* Se esteriliza el sustrato previamente, se distribuyen las semillas en surcos a 2 cm de profundidad, con una distancia entre surco de 156 cm, colocando 8 gramos de semilla por metro lineal.
- 1 *Siembra directa en recipientes.* Se emplean bolsas de plástico de 10x25 cm o de 18x30 cm, sembrando de 3 a 8 semillas en cada una: se cubre con una capa de tierra y una de cascarilla de arroz, cuando las plántulas alcanzas 3 o 5 cm de altura se eliminan las menos vigorosas para luego realizar el transplante. (ver imagen 3).¹²

Los suelos donde se desarrolla el maracuyá son de tipo Aluvial, profundos, fértiles, con texturas desde el franco hasta el franco arcilloso.¹³

Imagen 3. Siembra en semillero (germinación en arena)



Fuente: SAGARPA –ASERCA. 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

¹² Ruggiero Carlos. “Implantacao da cultura e propagacao en: Ruggiero Carlos. Cultura do maracujazeiro. Jaboticabal. FCAV. Sao Paulo, Brasil, pp. 23-31.

¹³ Reyes Natividad. El maracuyá y sus posibilidades de desarrollo en Tabasco. México. En: São José Abel Reboucas. Maracujá, producao e mercado.1994. pp. 249-255.

La cosecha se inicia a partir de 7 y 8 meses después de haberse hecho el trasplante, presentándose picos de producción en mayo, junio y julio y posteriormente en octubre, noviembre y diciembre, aunque en otros meses la cosecha se presenta en volúmenes menores.

Para la recolección de los frutos se espera a que éstos caigan al suelo, ya que así se asegura su madurez fisiológica, garantizando los niveles de grados Brix (contenido de azúcares y sólidos) requeridos por el mercado, que son de 12-15⁰, la recolección de los frutos se efectúa diariamente en forma manual con la ayuda de costales.

A principios de 1996 se cultivó un terreno de 0.5 ha, entre los experimentos realizados por este centro de investigación (CREDIDACH), Centro Regional de la Universidad Autónoma Chapingo en Huatusco, se hicieron algunos estudios relacionados con la incidencia de diferentes tipos de espalderas (ver anexo) y densidades por hectárea, recomendando la espaldera vertical con densidades de 2000 plantas por ha, en el experimento se obtuvieron rendimientos de 19.6 t/ha en el primer año, mientras que en el segundo se obtuvieron de 18 a 36 toneladas, de acuerdo a los tratamientos, calculando entonces una ganancia anual de \$ 20,000/ año, lo cual lo colocaba como un cultivo rentable¹⁴.

6. El contexto mundial del maracuyá

Desde Brasil, el maracuyá se ha extendido prácticamente a todas las zonas tropicales del mundo. Históricamente, en la mayoría de los países la producción se ha iniciado como un cultivo de traspatio, para el consumo casero; después se pasó a la fase comercial para satisfacer la demanda interna.

Este proceso ha sido más o menos lento y su desarrollo en cada país ha dependido de los apoyos gubernamentales y de los compromisos con la agroindustria.

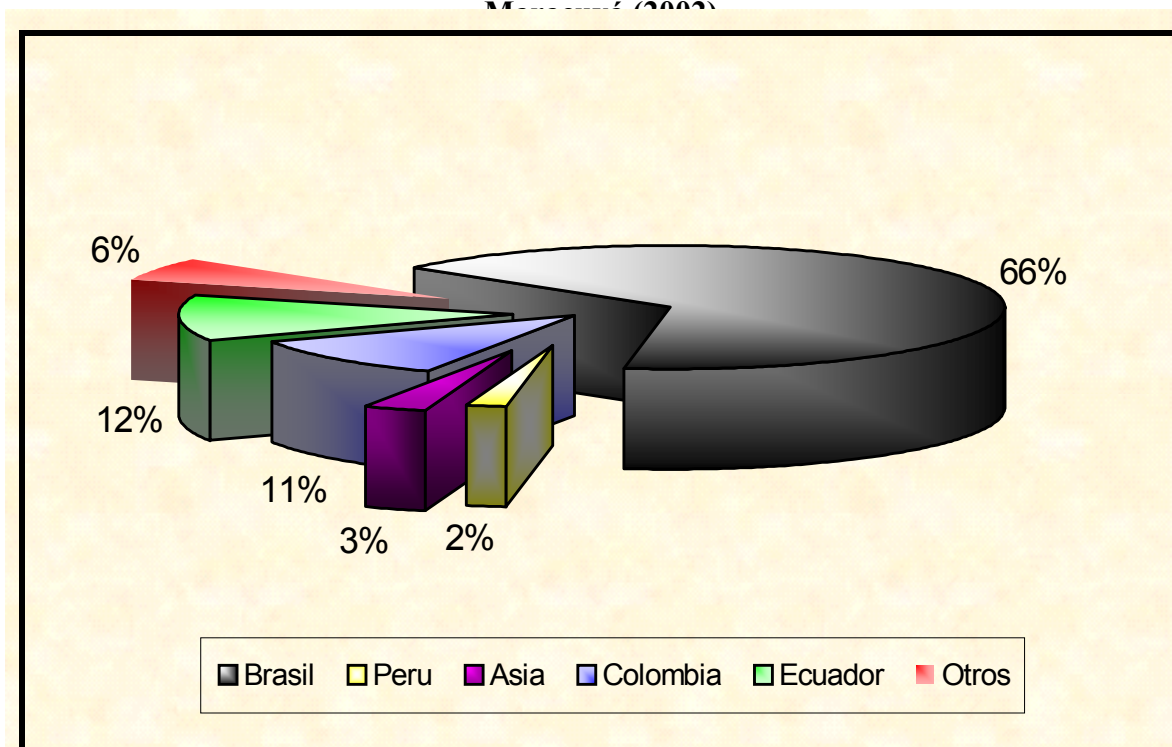
¹⁴ García Pérez, Eliseo, “*pasiflora edulis f. Flavicarpa Deg*”, Una alternativa de producción en la zona central de Veracruz, Campeche, Campeche, 1994, p. 19.

Australia y Hawai son los que más han fomentado y apoyado la investigación en este cultivo, posteriormente Colombia y Brasil han hecho aportes relevantes.

En Colombia el cultivo comercial inició en los años sesenta y fue hasta los ochenta que se lanzó al mercado internacional. La superficie dedicada varía entre 2,500 y 7,000 hectáreas y 70 por ciento de la producción se exporta, dejando 30 por ciento para el mercado interno; el rendimiento promedio alcanza las 20 toneladas por hectáreas, marcando la punta mundial, y su costo medio de producción, en el ciclo de tres años, es de 180 dólares por tonelada.

Colombia participa en el mercado mundial de manera variable; en 1993 aportó entre el 60 y 70 por ciento, aunque en 1994 contribuyó solo con 7.3 por ciento.¹⁵

Grafica 1. Participación porcentual de los principales países productores de



Fuente: Natural Juice Products Asociation. Cálculos: Corporation Colombia Internacional.

¹⁵ Corporación Colombia, Sistema de Inteligencia de Mercados – SIM, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

La producción mundial de maracuyá en el 2002 fue de 640,000 toneladas siendo Brasil el mayor productor, con (450,000 ton), Ecuador (85,000 ton), Colombia (75,000ton), Asia (19,000 ton) y Perú (15,000 ton). Brasil no sólo es un importante productor de maracuyá sino también un gran consumidor de esta fruta; aunque cuenta con una participación del 66% dentro de la producción mundial, tiene que importar para satisfacer su alta demanda interna.

Debido a la falta de información estadística, no es fácil determinar el área cultivada en Brasil, pero según el proyecto CBI- CORPEI se estima que es mayor a 38,000 hectáreas.¹⁶

6.1 Brasil

En este país se han dedicado al cultivo de maracuyá entre 25 y 33 mil hectáreas durante los últimos años (2003) generando 50% de la producción mundial (entre 250 mil y 420 mil toneladas).

Por sus condiciones climáticas en este país se puede cosechar prácticamente durante todo el año, la productividad oscila entre 1.2 a 45 toneladas por hectárea, con un promedio de 12 toneladas por hectárea, sus costos, por lo tanto, son muy variables, pero en explotaciones orientadas al mercado en un ciclo de tres años, oscilan entre 180 y 290 dólares por tonelada con lo que se obtuvo en promedio una ganancia neta de 1,500 dólares por hectárea durante los últimos 5 años.¹⁷

En 1995 la producción de Brasil no fue suficiente para satisfacer su creciente demanda interna, hecho que se explica por el favorable desarrollo económico del país, aunado a un creciente poder adquisitivo de la población y a la reducción cíclica de la producción, por esta razón Brasil se convirtió en un importador neto de jugo de maracuyá.¹⁸

¹⁶Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones, CORPEI. Product Profile, Sour Passion Fruit Concentrate, Expansion of Ecuador's Export Commodities (En línea). CORPEI-CBI Project. En www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20inver-tir/frutas/maracuya/maracuy_mag.pdf.

¹⁷ Eliseo G. P. “*pasiflora edulis f. Flavicarpa Deg*” “Una alternativa de producción en la zona central de Veracruz”. Campeche. Campeche. 1994. p. 19.

¹⁸ Reyes Natividad. *El maracuyá y sus posibilidades de desarrollo en Tabasco*. México. En: São José. Abel Reboucas. Maracujá. *producao e mercado. op. cit., 1994*. pp. 249-255.

6.2 Ecuador

Ecuador es un país que recientemente ha iniciado su participación en el mercado mundial; a pesar de la caída de los precios internacionales en 1993 y 1994, Ecuador continuó produciendo y procesando jugo de maracuyá en volúmenes importantes.

Una política firme de apoyo a la producción de cultivos alternativos por parte de las industrias nacionales y de organismos gubernamentales permitió que para 1993 se cultivara una superficie de 3,500 hectáreas, obteniendo una producción de 49,000 toneladas y que a finales de 1995 Ecuador fuera el único abastecedor del mercado mundial, exportando a Estados Unidos, Europa, Chile, Argentina e inclusive Brasil.¹⁹

Ecuador se convirtió, desde finales de la década pasada en el segundo productor mundial, pasando de 4,460 a 25,000 hectáreas cultivadas entre 1994 y el año 2000, lo que implicó un incremento en la producción de maracuyá de 20,000 a 250,000 toneladas en el mismo periodo.

Este crecimiento en la producción se debe también al aprovechamiento de las ventajas climáticas y al aumento en los rendimientos del cultivo, que pasaron de 4.52 a 10 toneladas por hectárea sembrada.²⁰

6.3 Perú

En Perú este cultivo presenta un ciclo de vida más largo que en Brasil y Colombia, ya que se obtienen rendimientos altos aun durante el quinto año, la productividad media nacional es de 36 toneladas por hectárea en un ciclo de tres años.

¹⁹ Oscar M. G. Seminario de Agro negocios. Maracuyá. Universidad del Pacifico. Facultad de Administración y Contabilidad. Disponible en: www.upbusiness.net.

²⁰ Ministerio de Agricultura de Ecuador. Proyecto CORPEI-CBI

En 1996 Perú produjo 6,000 toneladas, con un costo de 160 dólares por hectárea bajo condiciones de riego. En la actualidad, 70 por ciento de la producción se destina al mercado en fresco y el 39 por ciento a la agroindustria.²¹

6.4 Colombia

El cultivo del maracuyá se introdujo en Colombia en 1963, a través del Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) en el centro de Palmira, con tres selecciones de Brasil, Venezuela y Hawai. Actualmente, el cultivo se desarrolla en los departamentos de Huila, Tolima, Bolivar, Magdalena y Valle del Cauca.

La producción de maracuyá fresco en Colombia tuvo una tendencia creciente entre 1996 y el 2002, con un volumen promedio anual de 58 mil toneladas. Valle del Cauca y Huila fueron los departamentos con los mayores niveles de producción; sin embargo se destaca el incremento en la producción del maracuyá en Santander, Córdoba y Cundinamarca, que sumados pasaron de aportar el 11 y 23% de la producción total.²²

El maracuyá en Colombia crece en climas cálidos, con temperaturas que oscilan entre los 24 °C y 30°C, a una altura sobre el nivel del mar que fluctúa de 0-1200 msnm. En cuanto a los requerimientos hidrológicos, la pluviosidad se encuentra bien distribuida durante todo el año, aunque el valle del Cauca y Huila, con promedios de 1200 mm anuales, hacen necesarios los riegos en épocas de secas.

²¹ Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. CORPEI. Product Profile. Sour Passion Fruit Concentrate. Expansion of Ecuador's Export Commodities (En línea). CORPEI-CBI Proyect. En www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para20%inver-tir/frutas/maracuya/maracuy_mag.pdf.

²²Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Cálculos. Corporación Colombia Internacional.

Los suelos donde se cultiva el maracuyá tienen un pH de 4.5 a 7.0, observándose un buen crecimiento y producción en suelos con un pH de 8.0, debido a la tolerancia del maracuyá a los suelos salinos.

Por las características climatológicas presentes en Colombia, así como la tolerancia a enfermedades, el maracuyá cultivado es el amarillo (*Pasiflora edulis*) variedad *flavicarpa* Degener.²³

6.5 La Introducción del Maracuyá en los mercados de Europa y EUA

La historia del comercio internacional de maracuyá es reciente, a pesar que el jugo (néctar con agua y azúcar) había sido conocido durante mucho tiempo en Australia, África, Hawai y Sudamérica.

El cultivo en forma de traspatio no permitió obtener sobrantes exportables antes de los años 60 y por ello el consumo se quedó limitado a nivel de las regiones productoras, aunado a que no existía la tecnología para su conservación y transporte a cualquier país; la situación cambió con el creciente turismo a países de zonas tropicales y subtropicales, donde los europeos y sobre todos los alemanes, empezaron a conocer bebidas y refrescos tropicales.²⁴

La atracción por lo nuevo, lo exótico, lo diferente, ha ido en aumento hasta hoy en día lo que se ve reforzado cuando un alimento tiene características nutricionales positivas y va acompañado por una imagen, generando posibilidades casi ilimitadas de ser aceptado. Este es el caso de los jugos de frutas exóticas como mango, guayaba y maracuyá.

En EUA, por ejemplo, entre 1991 y 1992 el 20% del aumento del número de nuevos alimentos y bebidas correspondió a productos que contienen estas frutas, motivados por el creciente interés en consumir productos tropicales o exóticos, algunas compañías

²³ Serna Vásquez, Jose y Carlos Chacon, El cultivo del Maracuyá. Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Tercera edición. Colombia. 1989, pp. 13.

²⁴ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

embotelladoras de Europa buscaron diversificar su gama de jugos incluyendo la piña, la guayaba, el mango y también el maracuyá, a partir de los años 60.²¹

Con el apoyo de compañías comercializadoras de Europa y de los gobierno de Kenia, Angola y Sudáfrica, se empezó a cultivar el maracuyá morado en los respectivos países y se procesó el jugo en jugueras especialmente equipadas.

La aceptación del jugo entre los consumidores europeos fue de tal grado que la cantidad producida en los países africanos ya no alcanzó y las compañías empezaron a buscar el producto en Sudamérica. Las primeras importaciones de jugo y concentrados llegaron, durante los primeros años, de Brasil y después se amplió el número de proveedores con la incorporación de Colombia, Ecuador, Perú, Venezuela y otros países.

El jugo del maracuyá amarillo de Sudamérica tiene un aroma ligeramente diferente que el del maracuyá morado. Debido a que los consumidores desde el principio estaban acostumbrados al sabor del maracuyá morado mezclaron los jugos de ambas fruta y, hasta la fecha, en Alemania los empaques de todos los productos que contienen maracuyá muestran la fruta morada, porque el consumidor así lo identifica. Aunque la fruta amarilla es actualmente la más difundida a nivel mundial, el desconocimiento con respecto al maracuyá llega a tal grado que en algunas tiendas en Alemania venden en su lugar frutas con cierta similitud en la apariencia.²⁵

Por ahora México le resulta imposible incursionar en el mercado exterior debido a lo reducido de las superficies de cultivo y, sobre todo, a la gran dispersión de las mismas y a sus reducidos volúmenes producción, lo que junto con el desconocimiento del maracuyá por parte de los consumidores, ha dificultado en gran medida su difusión en el consumo. Durante los últimos años se han hecho esfuerzos por reactivar la producción, aunque sin mucho éxito

²⁵ CISC (Consultores Internacional, S. C.) El maracuyá un cultivo alternativo con perspectivas de crecimiento, patrocinado por el gobierno del estado de Veracruz, para fomentar el análisis de la realidad socioeconómica de la entidad en apoyo a las empresas veracruzanas, julio 2002. disponible en: http://www.veracruz2025.org.mx/documentos/CISComentario%20VER18_16jul02.pdf

debido a debido a que los niveles de producción y rendimientos son similares a las comparaciones que más adelante se mencionaran a detalle.

CAPÍTULO II

LA PRODUCCIÓN DE MARACUYÁ EN MÉXICO

En este capítulo se analiza el comportamiento de la producción nacional del maracuyá y se describe brevemente la problemática de la producción del cultivo, analizando los principales indicadores como son la superficie sembrada y cosechada, los rendimientos, la producción, los precios y el valor de la producción, análisis que servirá para la identificación de alternativas de producción del maracuyá en México, principalmente en regiones aptas para su explotación.

1. Producción nacional y principales estados productores

México se ubica dentro del gran número de países que ocasionalmente incursionan en el mercado de exportación. La pequeña superficie sembrada, de hecho, no ha permitido competir con los grandes productores de maracuyá por ejemplo Ecuador, Colombia y Brasil.

No obstante, durante los años 90`s la producción en fresco resultó demasiado grande para el mercado nacional, por lo que algunos productores decidieron acopiar la cantidad necesaria (12,000 litros de jugo natural) para su procesamiento y exportación. Una juguera especializada en el procesamiento de naranja, de Veracruz, vendió al mercado norteamericano las 3 toneladas de concentrado que se derivaron de esta acción, en 1994 y 1995.²⁶

1.1 Producción nacional

Existen condiciones en nuestro país para promover este cultivo en diversas zonas que presentan condiciones de clima tropical, sin embargo según datos de SIAP- SAGARPA 2004, existen únicamente cinco estados productores de maracuyá.

²⁶SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39.

Durante los años 2002 y 2003 la producción nacional de maracuyá fue de 226.25 y 346.4 toneladas respectivamente, concentrándose la producción en los estados de Oaxaca, Veracruz, Nayarit, Morelos y Yucatán.²⁷

La superficie sembrada nacional es sumamente reducida, por ejemplo, en los años 90's la superficie fue de 50 hectáreas para 1990/1991, 125 hectáreas en 1992/1993 y 50 para 1995, concentradas en los estados de Veracruz, Tabasco, Michoacán, Puebla y Guerrero, y de éstos estados para el año 2003 solamente prevalece el estado de Veracruz como productor, incorporándose otros estados, dato que confirma ASERCA.

Al igual que en las superficie cosechadas, en producción y rendimientos la tendencia es similar a la de los años 90's debido a que no se ha logrado la producción suficiente como para la instalación de una procesadora en una región determinada. Además en buena parte del territorio nacional la fruta y su forma de consumo son prácticamente desconocidas.

Debido a estas circunstancias es muy difícil inducir un producto como este en nuestro país porque no se cuenta con los volúmenes suficientes para competir con el exterior ya que tan solo en Colombia para el año 2002 se registra una superficie cosechada de 3,562 hectáreas, con un rendimiento promedio de 20.6 toneladas, siendo más de cinco veces superior al rendimiento logrado en México.

La evolución de la superficie sembrada y de la cosechada no han tenido una tendencia suficientemente estable, siendo el año de 1993 en el que se registra la mayor superficie sembrada (125 ha) y cosechada (93.5), mientras que para el último año del periodo de análisis solamente se registraron 88 has sembradas y 75 has cosechadas, la inestabilidad en la superficie se transmite a la producción desalentando la instalación de industrias; quizás debido a la gran competencia que existe con el exterior.

Lo anterior no quiere decir que el cultivo de maracuyá no sea un cultivo rentable en el mercado regional, si no que las escalas actuales de producción son muy reducidas y no existe una cadena de comercialización y procesamiento, lo que se convierte en un círculo vicioso, ya que la falta de materia prima limita las posibilidades de desarrollo de la agroindustria y la falta

²⁷ SIAP – SAGARPA, 2004.

de ésta limita la expansión del cultivo, romper este círculo requiere de el consumo de maracuyá tanto en fresco como industrial en el mercado nacional, ligar la producción nacional a mercados externos.

Cuadro 2. Comportamiento de los principales indicadores de la producción de maracuyá (Promedio Nacional 1990 a 1996 y 2002 –2003)

Periodo	Superficie sembrada	Superficie cosechada (ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/ha)	PMR (\$Ton)	Valor de la pdn
1990/1991	50	42	228.102	5.431	n/d	n/d
1992/1993	125	93.5	489.005	5.230	n/d	n/d
1995	50	41.8	190.6916	4.562	n/d	n/d
1996	95	76.3	347.928	4.560	n/d	n/d
2002	77	60	226.25	3.771	6,859.45	1,551,950.00
2003	88	75	346.4	4.619	7,009.93	2,428,240.00

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP. SAGARPA 2004 y SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista claridades agropecuarias. No 39.

Durante el 2002 y 2003, el cultivo del maracuyá pareciera tomar una importancia significativa en la economía de muchos productores en México, principalmente en los estados de Veracruz y Oaxaca, un problema grave que se ha venido presentando desde las primeras explotaciones del maracuyá en México ha sido superficies inferiores de 1 hectárea por lo que estos niveles de producción son vendidos en forma de jugos o mermeladas y en menor proporción en fresco.

Existe la posibilidad de incrementar al superficie dedicada a este cultivo ya que en un estudio realizado por Godoy Hernández (2004) se menciona que los productores Oaxaqueños de algunas regiones se están interesando en la producción de maracuyá, por lo que se puede pensar que el problema mencionado anteriormente (limitada superficie) puede ser resuelto aprovechando el interés mostrado por los productores de ese estado.

En el año 2003 la superficie sembrada y cosechada aumentaron 14.28% y 25%, respecto al año anterior, mientras que la producción lo hizo en 53.1%, significando un incremento de 120.15 toneladas, esto es reflejo de los incrementos obtenidos en los rendimientos, ya que para el año 2002 se obtuvo un rendimiento promedio por ha de 3.77 toneladas y para el 2003 de 4.62 toneladas, significando un incremento de 1.95 toneladas.

Vale la pena señalar que aunque Oaxaca es el principal estado productor a nivel nacional, su rendimiento es uno de los más bajos y representa la tercera de los rendimientos alcanzados en los principales países productores de maracuyá. La baja productividad y lo reducido de la superficie bajo explotación son los grandes retos a superar para la expansión del cultivo en Oaxaca.

En cuanto al PMR de este producto para el año 2002 y 2003, fue de \$6,859 y de 7,009, respectivamente, significando un incremento del 2.18%, siendo a la vez el indicador de la producción que presentó la menor variación. Dadas las características de cada uno de los estados productores de maracuyá en México, existen diferencias en cuanto a comportamiento y participación en cada uno de los indicadores.

1.2 Niveles de participación de los principales estados productores

Considerando que el cultivo del maracuyá, no es un cultivo muy conocido en el país, la información con que se cuenta es limitada, de ahí que el análisis por estado que se realiza a continuación se limita a los años de 2002 y 2003.

En el cuadro 4 se expone información para cada uno de los indicadores de la producción en los principales estados productores, destacando aquellos que representen una mayor participación en cada uno de los indicadores con respecto al total nacional.

El análisis del cuadro se limita para cada uno de los estados productores de maracuyá, considerando que el análisis a nivel nacional se realizó en párrafos anteriores.

El estado que presenta una mayor participación en cada uno de los indicadores a nivel nacional es Oaxaca, el cual presentó en el año de 2003 una tendencia similar a la del 2002, debido a que las superficies no variaron considerablemente, ya que para el año 2002 la superficie sembrada fue de 60 has y la cosechada de 50 has, mientras que para el año 2003 la sembrada fue de 60 ha igual a la cosechada; la participación que tiene este estado en superficie cosechada con respecto al nacional fue de un 83.3% y 80% para el 2002 y 2003 respectivamente. En cuanto a la producción, éste estado participó con el 77.3 y 60.2% de la

producción total para el año 2002 y 2003, respectivamente, lo que implica que los rendimientos fueron inferiores a los presentados a nivel nacional para ambos años.

En cuanto a los precios, para el año 2002 y 2003 fueron de \$8,000 y \$10,00 respectivamente, siendo superiores a los presentados a nivel nacional, lo que podría indicar la existencia de un mercado regional más desarrollado para este producto, lo que puede llegar a representar una gran oportunidad para promover su producción y consumo, sin embargo también es necesario reiterar que para consolidar la producción en la entidad es indispensable mejorar la productividad, lo que además posibilitaría enfrentar los retos del comercio exterior.

A pesar de que en el estado Veracruz no se registraron producciones para el año de 2002, normalmente aparece entre las principales entidades productoras de maracuyá, y en el año 2003 ocupa el segundo lugar nacional, lo que se debe fundamentalmente a que en este estado se obtienen los rendimientos más altos en el ámbito nacional (9.945 por ha.), los cuales incluso pueden compararse con los rendimientos de algunas provincias de Brasil. Veracruz con tan sólo 11 hectáreas de superficie cosechada alcanza una producción total de 109 toneladas, lo que significa que con la sexta parte de superficie produce casi la mitad de lo que produce Oaxaca.

A ciencia cierta se desconocen las causas de los diferentes niveles de precios en distintos estados productores, por ejemplo en Oaxaca los precios fluctuaron entre 8 y 10 mil pesos por tonelada en los años 2002 y 2003, mientras que en los otros estados los precios son inferiores a los \$3,000, lo que en parte pudiese estar asociado con el mayor desarrollo de un mercado local o de mejores canales de comercialización y mayor conocimiento del consumo de la fruta a nivel regional.

El hecho de que Oaxaca, tenga las mayores participaciones en cada uno de los indicadores de la producción, podría explicarse por la alta cotización que alcanza la fruta, de manera que el maracuyá representa una alternativa en cuanto a incremento de ingresos para los productores Oaxaqueños.

Cuadro 3. Comportamiento de los principales indicadores de la producción de maracuyá en México 2002-2003

Entidad	Superficie sembrada		superficie cosechada (ha)		Producción (Ton)		rendimiento (Ton/ha)		PMR (\$Ton)	Valor de la pdn
		%part.		%part.		%part.		Indice*		
Nacional										
2002	77	100	60	100	226.25	100	3.771	100	6,859.45	1,551,950.00
2003	88	100	75	100	346.4	100	4.619	100	7,009.93	2,428,240.00
Oaxaca										
2002	60	77.92	50	83.3	175	77.34807	3.500	92.81	8,000.00	1,400,000.00
2003	60	68.18	60	80	210	60.62356	3.500	75.77	10,000.00	2,100,000.00
Veracruz										
2002	7	9.091	0	0	0	0	0	0	0	0
2003	15	17.05	11	14.7	109.4	31.58199	9.945	215.3	1,600.00	175,040.00
Nayarit										
2002	7	9.091	7	11.7	42	18.56354	6	159.10	3,000.00	126,000.00
2003	7	7.955	0		0	0	0	0		0
Yucatán										
2002	1	1.299	1	1.67	2.25	0.994475	2.25	59.66	5,000.00	11,250.00
2003	3	3.409	1	1.33	8	2.309469	8	173.19	3,000.00	24,000.00
Morelos										
2002	2	2.597	2	3.33	7	3.093923	3.5	92.81	2,100.00	14,700.00

2003	2	2.273	2	2.67	8	2.309469	4	86.59	2,400.00	19,200.00
------	---	-------	---	------	---	----------	---	-------	----------	-----------

*El índice está construido tomando como base los rendimientos nacionales.

Fuente: Elaboración propia con datos de SIAP SAGARPA 2004

En el caso de los estados productores que tienen una producción relativamente baja cabe hacerse una pregunta ¿porque se continúa produciendo un producto que posee bajos rendimientos, precios demasiado bajos y con escasa asistencia técnica? En ocasiones muchos productores poseen cultivos que les proporcionan un ingreso extra y por lo tanto existe poca atención a éstos, además saben que a futuro puede representar una ventaja para ellos.

2. Problemática de la producción de maracuyá en México

Entre los principales problemas que enfrentan los productores de maracuyá están el gran desconocimiento de la fruta a nivel nacional, la baja productividad en algunas de las regiones productoras, la reducida escala de producción y la fuerte competencia que ejercen los principales países productores en el mercado mundial.

Respecto a la escala de producción se puede señalar que aunque en ocasiones han aparecido extensiones de 40 o 60 hectáreas en algunos estados, la superficie cultivada a nivel nacional nunca ha rebasado las 125 hectáreas. Lo que en parte puede asociarse con el hecho de que los productores mexicanos no han sido capaces de comercializar la producción en forma satisfactoria y de inducir un mayor conocimiento y consumo de la fruta entre la población nacional.

Uno de los problemas que se dan continuamente en la producción de cultivos de esta clase, es la escasez de oferta debida a que los niveles de producción nacional son relativamente pequeños y los productores están dispersos en distintas regiones o estados, lo que dificulta la comercialización en fresco, por lo que la única forma de vender la producción es en el mercado regional y en forma de vinos, mermeladas, yogurth, etc.

En la actualidad México ha estado incursionando en el mercado de productos orgánicos y tal es el caso del maracuyá, producto que podría adquirir una importancia relevante en este aspecto tan importante en la actualidad.

2.1 Problemática a nivel nacional

Cuando aparecen demandas grandes para el mercado de exportación, como sucedió en 1996, muchas veces no es posible contar con la producción necesaria. En todas las entidades, los productores han reducido la superficie sembrada o han abandonado por completo la producción, por ejemplo Tabasco en 1990 y 1996 fue uno de los principales estados productores, con rendimientos de aproximadamente 8 toneladas por hectárea, sin embargo en la actualidad no se registran datos de producción, por lo que se podría concluir que debido a esta problemática seguramente han abandonado la producción de este cultivo.

Hasta la fecha, no se ha dado el surgimiento de extensiones importantes y mucho menos un desarrollo continuo de la producción nacional; Oaxaca, que es principal estado productor que cuenta apenas con una superficie cosechada de 50 ha durante el 2002 y 60 en el 2003. Esto se debe en gran medida a que existe un alto grado de dispersión y atomización de la oferta y problemas de comercialización derivados de la ausencia de compradores fijos o empresas procesadoras, por lo que los productores no se atreven a plantar grandes extensiones ante la incertidumbre derivada de no contar con un mercado perfectamente definido y con capacidad para absorber grandes volúmenes de producción.

Otro problema que embarga a los productores nacionales es desconocen las técnicas de cultivo desarrolladas por centros de investigación y campos experimentales, lo que se traduce en bajos rendimientos; la mayoría de ellos no cuentan con asesoría técnica o ésta es muy deficiente; todo ello se explica que produzcan en forma empírica, es decir, que se guían por sus observaciones directas y que cometan errores innecesarios o evitables y que reducen su productividad.

Según SAGARPA-ASERCA (1996), únicamente dos productores que se estaban dedicando al estudio del maracuyá, adaptaron las experiencias internacionales a las condiciones regionales de sus plantaciones y aportaron conocimientos nuevos sobre las

técnicas del cultivo pero sus paquetes tecnológicos no se encuentran disponibles para el resto de los productores.

2.2 Principales estados productores

La producción de productos exóticos en su conjunto, tiene un gran potencial y requiere de acciones concretas para reconvertir las áreas de cultivos tradicionales y de bajo rendimiento, a zonas con cultivos que cuentan con un gran potencial y con nichos de mercado perfectamente definidos, de tal forma que se aprovechen al máximo las ventajas comparativas y competitivas que tienen algunos estados en la producción de productos tales como: el litchi, kiwi, maracuyá, carambolo, chayote, melón, sandía, macadamia, cacahuete, marañón, malanga, entre otros.²⁸

Entre los principales estados productores de maracuyá encontramos a Oaxaca y Veracruz que durante el 2002 y el 2003 han logrado alcanzar extensiones, rendimientos y precios que pueden generar el interés necesario para retomar el camino de seguir produciendo este cultivo.

En Oaxaca actualmente los productores se están consolidando debido a que consideran al cultivo del maracuyá como fuente importante de ingresos y quizás puedan surgir empresas que procesen y comercialicen el producto y desarrollen su propio nicho de mercado a nivel nacional lo que contribuiría a la expansión del cultivo.

Por ahora solo resta esperar a ver que sucede con los niveles de producción de los principales estados productores y quizás a largo plazo pueda impulsarse el consumo nacional y desarrollar el mercado de manera que el maracuyá se convierta en una alternativa más para mejorar la economía agrícola.

En el Cuadro 4, se describen los indicadores que caracterizan a los estados que probablemente puedan incursionar en el mercado nacional; por ahora no es aconsejable

²⁸ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39.

incursionar en el mercado exterior debido a lo reducido de la oferta nacional y a que existe una fuerte competencia, por lo que se aconseja primeramente fortalecer el mercado realizando campañas para incrementar su consumo, además es indispensable ampliar las superficies de cultivo e incrementar los rendimientos para poder competir en el mercado nacional y, sobre todo, para tener posibilidades de competir con los competidores externos.

Dado que el número de productores existente en el país es muy reducido, que se encuentran dispersos y que la mayoría son productores en escalas muy reducidas, se considera que el gobierno federal y sobre todo los gobiernos estatales de las regiones con potencial para la explotación de maracuyá, serían los indicados para realizar campañas tendientes a incrementar el consumo y producción del maracuyá en México, convirtiéndolo en un alternativa real para la diversificación de la producción agrícola y el mejoramiento del ingreso de los agricultores. El gobierno federal, por medio de la SAGARPA, puede implementar programas tendientes a incrementar la superficie destinada a este cultivo, sobre todo en aquellos estados que reúnan las condiciones y el interés de productores por el maracuyá, así como estimular el consumo mediante la publicidad de productos que tengan como ingrediente principal a este producto.

Por ahora, la información disponible sólo nos permite confirmar que México no cuenta actualmente con capacidad para incursionar en el mercado externo debido a sus bajos rendimientos, el reducido volumen de producción, la alta dispersión de las superficies cosechadas y la falta de industria procesadora, así como otros indicadores que sitúan a México en desventaja con otros países donde el maracuyá tiene una aceptación amplia, tanto en el consumo como en el cultivo de este producto.

CAPÍTULO III

LA COMERCIALIZACIÓN DEL MARACUYA EN MÉXICO

En este apartado se tratarán aspectos relevantes sobre la comercialización del maracuyá en México, se identifican ciertas características que debe cumplir el producto en el mercado exterior, así como el proceso de obtención del jugo natural de esta fruta. También se analiza la estructura de la demanda nacional, los diferentes precios pagados en las distintas fases de la comercialización, se hace una breve descripción de los canales de comercialización existentes en México y se identifican algunas estrategias para mejorar la comercialización, incluyendo algunas propuestas para fomentar el cultivo de maracuyá en México.

La producción de maracuyá es prácticamente nueva para México, razón por la que la información referente a la comercialización y producción es deficiente.

Considerando que disponer de información es indispensable para todas aquellas personas interesadas en la producción y comercialización de esta fruta, en este capítulo se pretende concentrar y analizar la información necesaria para tener un conocimiento más a profundidad sobre la comercialización del maracuyá

1. El producto que demanda el mercado

Para la comercialización en fresco del maracuyá se debe utilizar fruta con una excelente apariencia externa, combinando los factores de color y textura de la cáscara, así como la ausencia de marcas por enfermedades y plagas. Para la presentación de la fruta fresca se deben emplear cajas de madera de 52x25x36 cm, con una capacidad por caja de 13.5 a 14 Kg. existiendo diferentes grados de calidad. Sin embargo, la mayor parte de los productores

traslada el producto en costales a granel, en camiones y sin realizar ningún proceso de clasificación de la fruta.²⁹

Imagen 4. Apariencia de textura de la cáscara y factores de coloración para la comercialización en fresco y la extracción del jugo natural



Fuente: SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista claridades agropecuarias, No 39.

En cuanto al proceso industrial, se requieren frutos que tengan cuando mucho 7 días de haberse recolectado y cosechado; para evitar marchitamiento, fermentación, ataque de hongos, pérdida de peso, aroma y valor nutritivo de la fruta.

El proceso industrial que se realiza en el maracuyá es el siguiente:

➤ Jugo natural

Primero se somete la fruta a un prelavado con el fin de eliminar los materiales contaminantes que pudieron adherirse tanto en la recolección así como en el transporte a

²⁹ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39

granel. La máquina de lavado funciona sumergiendo el producto en un tanque con agua, el cual se mantiene en agitación insuflando aire al mismo mediante un ventilador centrífugo; después la fruta se enjuaga por medio de aspersión de agua.

La selección de frutos se realiza de forma manual en una banda transportadora, eliminando aquella que no cumple con la calidad necesaria para el procesamiento; finalmente se realiza otro enjuague para evitar que se filtren partículas contaminantes producidas en la fase de selección de la fruta.³⁰

Una vez seleccionada y enjuagada la mejor fruta, se pasa al extractor de jugo, donde es recibida por una tolva para luego introducirla a un tambor donde con discos de prensado, las frutas se exprimen mediante las rotaciones producidas por los discos, provocando entonces, la salida tanto de pulpa como de semilla; finalmente la cáscara sale por un transportador sinfín.

El jugo obtenido se bombea directamente a un desairador, eliminando los agentes oxidantes, ya que estos degradan las características organolépticas como son el color, el aroma y los nutrientes del jugo.

El jugo es transportado hacia un homogeneizador de alta presión, para posteriormente ser pasteurizado. Al terminar la pasteurización se obtiene un jugo de 12-14 grados Brix, para luego realizar el envasado. Para cuestiones de esta investigación únicamente se abordó las características físicas para la comercialización y el procedimiento para la extracción del jugo natural del jugo del maracuyá igualmente para su comercialización en jugo natural.³¹

2. Características de la demanda nacional

³⁰ Schwentesiud R. R. Gómez, C. M. A. 1995. EL MARACUYÁ – FRUTA DE LA PASION, en libro “Situación y tendencias de la producción y el comercio en México y en el mundo”. CIESTAAM.

³¹ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

No es posible hablar de una demanda nacional dado que la fruta es prácticamente desconocida. Existen solamente tres productos que son de oferta nacional entre ellos, el jugo de frutas tropicales *Florida 7* de ZANO-alimento que es una mezcla de jugos de naranja, mango, piña y maracuyá; los otros dos productos son un helado de *Nestlé* y un sherbet de *Santa Clara*.³²

Mientras los helados se venden en cantidades reducidas, parece ser que el jugo de frutas tropicales tiene una buena aceptación, ocupando el segundo lugar en ventas después del jugo de naranja, lo que podría animar a otras industrias de jugo a incorporar en su oferta un jugo de o con maracuyá.

Por otro lado, la amplia extensión de la producción en forma de traspatio y la oferta de los pocos productores comerciales han creado un importante mercado regional para los estados de Veracruz, Oaxaca y Yucatán y en menor proporción en el estado de Nayarit, y Morelos de manera que los principales clientes de este producto en el estado de Oaxaca son los restaurantes, de manera que su consumo es en forma de jugos, licuados y postres.

Otro mercado que está abriéndose son los restaurantes de tipo brasileño e italiano, paleterías y pastelerías en las grandes ciudades del país como la Ciudad de México, Puebla, Guadalajara, Cuernavaca y Monterrey, y aunque su demanda todavía se mide en kilos, se observa una tendencia positiva de desarrollo.³³

3. Canales de comercialización del maracuyá en México³⁴

Existen tres canales de comercialización del maracuyá, el de consumo en fresco, el de fruta para la industria transformadora y el de productos transformados. A continuación se describen las características de cada uno de ellos

3.1 Mercado para consumo en fresco

³²SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

³³ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

³⁴ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

Un máximo de 10% de la producción se vende para su consumo en fresco. Existen dos formas de comercializar:

✓ Comercialización directa

Este sistema de venta es el más común entre los pequeños productores, sobre todo entre los de traspatio. Consiste en que un miembro de la familia lleve a vender la fruta en los pequeños mercados locales o al lado de la carretera, es utilizado en gran parte del país no únicamente en el maracuyá si no que también para la mayoría de frutas como: la naranja, mandarina, sandía, melón, guayaba, etc.

Los viveristas de Veracruz y Michoacán venden la poca fruta que se tiene en su puesto de venta. El vivero de Yautepec, Morelos, vende directamente en su bodega de la central de abastos. Algunos supermercados están comprando fruta fresca en pequeñas cantidades, entre ellos la cadena Chedraui del estado de Veracruz y Superama en la Ciudad de México.³⁵

Una ventaja de la venta en fresco por parte de los productores es que venden directamente al consumidor final, lo que les permite promover el consumo y obtener un precio mayor al que lograría al vender a intermediarios, lo que les permite obtener beneficios. Una desventaja para este sistema de mercado es que las cantidades vendidas son demasiado pequeñas, lo que no permite la expansión de la producción, sin embargo este mecanismo se lleva a cabo debido a que la mayoría de los productores de traspatio no se especializan en la producción de maracuyá y consideran al cultivo como una fuente de ingresos adicionales a los obtenidos de otras actividades propias de la región como pudiesen ser el cultivo de café, cítricos, ganadería, etc.

✓ Comercialización indirecta

³⁵SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39

La fruta es vendida a un comerciante o a otro productor, los que por su parte llegan al consumidor final, en este mercado la fruta va dirigida al consumo en fresco, pero en este mercado existe un comerciante propio de la región que se dedica al acopio regional aunque en pequeñas escalas, para su posterior venta en supermercados como Superama y Aurrerá, lo que se encargan de la venta de fruta en fresco al consumidor final en los mismos estados productores.

3.2 Mercado de la fruta fresca para la industria transformadora

Aproximadamente 50% de la producción nacional de fruta fresca pasa por este canal de comercialización, estas industrias obtienen la fruta a través del canal directo o indirecto de comercialización.

Las principales industrias transformadoras del maracuyá son:

- Industrias productoras de materias primas (para mermeladas, puré o jugo, por ejemplo) como NORELBA de Jalapa, Veracruz y ELAN-alimentos del DF, que abastecen a empresas del tipo de pastelería, neverías y otras.

Las industrias mencionadas venden también el jugo de maracuyá en pequeñas cantidades para su consumo directo, por ejemplo a la Volkswagen y Bancomer y además para su posterior transformación, a otras agroindustrias (SIASPORT, Zamora, Michoacán; Santa Clara, Pachuca Hidalgo; Helados Liberia; DF y otras neverías).³⁶

- Industria de productos finales como las vinaterías de Coatepec, Veracruz y la Agroindustria CARLA de Villahermosa, Tabasco.

3.3 El mercado de productos transformados

El mercado de productos transformados absorbe aproximadamente un 40% de la producción nacional del maracuyá. Las personas que se dedican a la transformación del maracuyá generalmente son productores a nivel comercial, productores-comerciantes y comerciantes.

Ante la dificultad de comercializar la fruta fresca en forma satisfactoria, casi todos los productores han incursionado en su transformación artesanal (vino, jalea, yogurt, etc) y comercialización a nivel regional y en las grandes ciudades del país.³²

³⁶ SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

Existen tres agroindustrias constituidas, una es la agroindustria CARLA en Villahermosa, Tabasco, productos de Frutas Naturales de Tierra Linda y Pérez Hernández en Teziutlan, Puebla. El resto de los productos elaborados provienen de una producción casera; las recetas para la elaboración de productos de maracuyá son inventos de las familias, que por lo general experimentan en sus cocinas hasta que llegan a un producto que consideran de buena calidad y apropiado para su comercialización, este canal de comercialización comprende dos vías:³⁷

1. Jugos y pulpas en forma congelada o con conservadores, que son vendidos a pastelerías, neverías, y restaurantes a nivel regional o en las grandes ciudades (VIP'S en Puebla, La Michoacana en varias ciudades Helados Liberia en el DF), los restaurantes que compran son en su mayoría de tipo Italiano o brasileño.
2. Mermeladas, gelatinas, concentrado (jugo de fruta, agua y azúcar) vinos y licores que se venden a nivel regional en restaurantes y tiendas.

El principal corredor para los productos obtenidos en la industria artesanal se ubica en Teziutlan y la costa de Veracruz; otro en los centros turísticos de Tabasco y Quintana Roo, pero la falta de códigos de barras imposibilita hasta la fecha la venta de productos como jugos, vino, yogurt o jaleas en supermercados.

5. Precios y márgenes de comercialización

A continuación se presenta un breve análisis de los precios ofrecidos en los años de 1995-1996 y 2002 –2003, así como los diferenciales existentes entre una región y otra

³⁷ SAGARPA – ASERCA. 1996. Maracuyá. En revista Claridades Agropecuarias. No 39.

Los datos presentados en el Cuadro 5 servirán de referencia para analizar la situación en la que se encontraban los precios del maracuyá en sus diferentes fases de comercialización, y en grafico 2 se presentan los precios.

En todos los casos los precios registrados en 1996 son mayores a los de 1995; el precio por kilogramo al productor en el lugar de origen aumentó entre un 87 y un 50%, lo que resultó favorable para los productores.

Cuadro 4. Los precios en el mercado nacional (\$/Kg.) 1995/1996

	Octubre 1995	Enero 1996
Precio al productor en lugar de origen	0.80-1.00	1.50
Huimanguillo (por contrato)		
Precios en los mercados locales (Puebla y Veracruz)	2.00	2.00
Precios pagados por la industria intermedia		
Veracruz	2.00	4.00
Distrito Federal	2.00-4.00	4.00-10.00
Precio pagado por pastelerías en Puebla	6.00	8.00
Precio de venta al menudeo en la CEDA	8.00	12.00
Supermercados Chedraui y Superama Veracruz y Tabasco	15.00	15.00

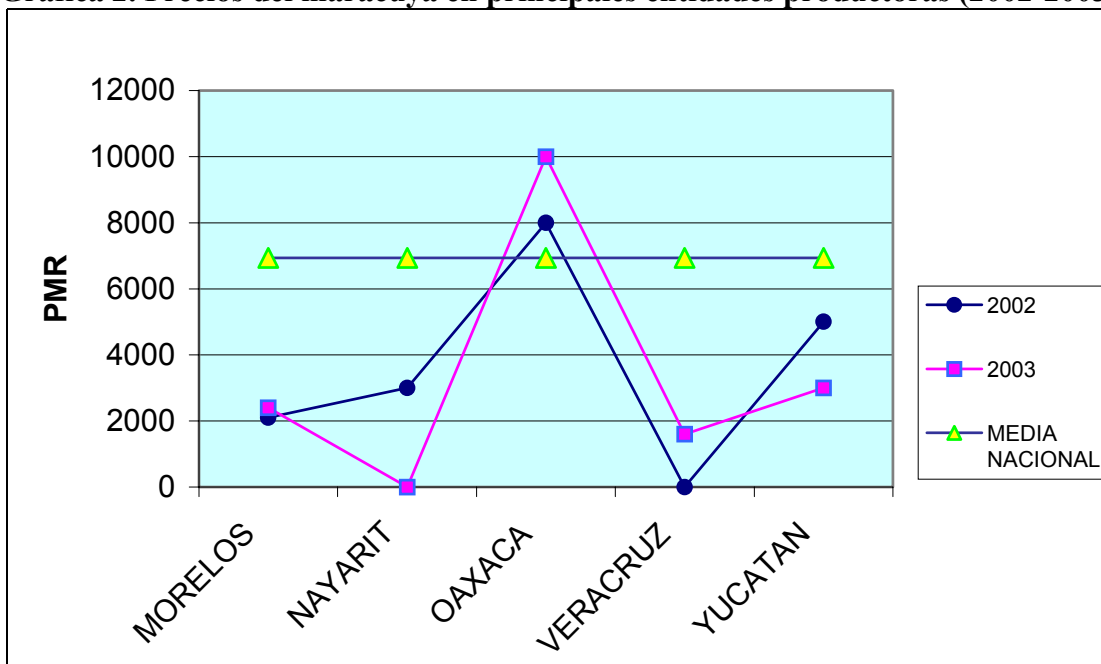
Fuente: SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

Los datos del cuadro permiten concluir que los precios pagados al productor son muy reducidos en relación a los que se pagan en otros eslabones de la cadena de comercialización, Por ejemplo los precios pagados por las pastelerías son ocho veces mayores que los recibidos por el agricultor y los precios que paga el consumidor son quince veces más altos. Los diferenciales tan altos se deben a problemas que existen en todo el canal de comercialización debido en gran medida por el desconocimiento del producto y por la falta de demanda de este en muchas regiones, de manera que los únicos

distribuidores son algunas cadenas de supermercados que venden a precios sumamente altos, como son Superama y Chedraui en regiones como Veracruz y anteriormente en Tabasco.

Para el período 2002-2003 los precios promedio a nivel nacional son del orden de los 6934.69 pesos por tonelada, pero debe señalarse que este promedio es influenciado fuertemente por el estado de Oaxaca, que es el único que alcanzó precios por encima del promedio nacional (Gráfica 2).

Grafica 2. Precios del maracuyá en principales entidades productoras (2002-2003)



Fuente: Elaboración propia con datos en: "SIAP, SAGARPA 2004"

Los precios muestran una gran variación entre estados, cayendo por debajo de los 3000 pesos en los estados de Veracruz y Nayarit. Los diferenciales en los precios entre Oaxaca y los demás estados radican en la posible existencia de un consumo más elevado tanto en fresco como industrial, con respecto a lo producido en la región, lo que hace que los productores puedan negociar mejores precios.

5. Acciones para inducir la competitividad del cultivo del maracuyá

En México, la producción de esta fruta se distribuye en cinco estados, siendo Oaxaca y Veracruz, los más importantes. A pesar de que Veracruz cuenta con las condiciones climáticas adecuadas, aun no ha podido aprovechar al máximo las oportunidades que este cultivo presenta.

Un ejemplo muy significativo en la producción del maracuyá se ve reflejado en datos que nos da el CISC (Consultores Internacionales, S. C). En los últimos años, la producción en la entidad de Veracruz se incrementó de manera importante, pasando de 30 toneladas en 1999 a 112 toneladas en el 2001, con un valor en este último año de 279 mil pesos (CISC, 2003).

En este contexto, la oportunidad para los productores a escala nacional se advierte en la comercialización de esta fruta en el mercado interno (ventas en fresco, para la industria, artesanal, sin descartar la exportación con valor agregado); ello requiere de algunas acciones deseables para poder contrarrestar la fuerza de lo ya mencionado anteriormente.³⁸

- Implementar estrategias de información y difusión dirigidas a consumidores, comerciantes e industriales a fin de promover el producto.
- Proporcionar el producto en los nichos de mercado donde ya existe la demanda (ciudades medias y grandes).
- Fortalecer la relación productor-industrial, estableciendo convenios de abasto cumpliendo con requerimientos de tiempo, calidad y precio.
- Inducir mayor capacitación y organización entre los productores.
- Explorar mercados internacionales rentables, este en caso de tener las cantidades necesarias para la exportación.

³⁸ CISC (Consultores Internacional, S. C.) patrocinado por el gobierno del estado de Veracruz, para fomentar el análisis de la realidad socioeconómica de la entidad en apoyo a las empresas veracruzanas, disponible en: www.consultoresinternacionales.com,www.veracruz2025.org.mx
http://www.veracruz2025.org.mx/documentos/CISComentario%20VER18_16jul02.pdf

Explorar la viabilidad de convertir cultivos tradicionales poco rentables en cultivos innovadores, podría representar una alternativa novedosa que abra las puertas a un nuevo nicho de mercado en el segmento de frutas tropicales en México; no obstante, es importante resaltar que toda idea requiere de un estudio previo antes de emprender acciones.

6. Estrategia para ampliar el mercado Nacional

Crear alternativas de uso y sobre todo conocimiento, desarrollar la demanda primaria (demanda por una nueva categoría de producto), tratar de proporcionar información durante las primeras etapas del proceso de adopción del producto, especialmente para los compradores potenciales, son unas de las estrategias que se podrían optar para ampliar y desarrollar el mercado de este producto.

Los anuncios deben crear conciencia del nuevo producto, enseñar a los compradores de pequeña escala a usarlo e inducir a los miembros del canal a que se surtan.

Los consumidores a nivel nacional desconocen la fruta del maracuyá, lo que dificulta su comercialización en jugos, mermeladas o productos lácteos. No obstante, las industrias que hasta la fecha han realizado pruebas de comercialización han cometido también una serie de errores que les llevaron al fracaso.³⁹

Entre ellas destaca el hecho de que se ha tratado de ofrecer al público la fruta y su sabor en su forma pura, desconociendo que el maracuyá es de siete sabores y se presta más en combinación con otras frutas. Además, la alta acidez en su sabor puro tiene poca probabilidad de aceptación entre los mexicanos acostumbrados a un consumo de productos muy dulces, la experiencia de Alemania y EUA debería aprovecharse y abre la posibilidad de diversificar los productos y abrir nuevos nichos en el mercado.

³⁹ Gómez C. Manuel, Schwentesius R. Rita, Gómez T. Laura, 1995. La Producción y el Mercado Mundial del Maracuyá, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM).

Para la penetración del mercado nacional primeramente se deben ofrecer productos de alta calidad y en volúmenes adecuados, un solo productor o una alta dispersión de la producción no puede satisfacer la demanda existente del maracuyá en nuestro país, pues el mercado requiere de mayores volúmenes, especialmente para la exportación, de ahí que si un grupo de productores asegura la calidad del producto requerido, entonces tiene la posibilidad de competir en el mercado nacional y externo.

7. Problemática de la comercialización en México

Los productores de maracuyá enfrentan en el proceso de comercialización dos problemas principales que son, a nivel nacional el gran desconocimiento de la fruta, como se mencionó anteriormente, y la elevada competitividad que tienen otros países productores. A nivel mundial un problema grave es que los productores no han sido capaces de comercializar la producción en forma satisfactoria. Por otro lado, cuando aparecen demandas grandes para el mercado de exportación, muchas veces no se cuenta con la producción necesaria para cubrirlas, construyendo una gran restricción para la exportación de estos productos y de muchos otros más.

Debido a los problemas de comercialización, en la mayoría de los casos conocidos los productores han reducido la superficie sembrada o han abandonado por completo la producción. Ante tal situación, hasta la fecha, no ha sido posible el surgimiento de extensiones importantes y mucho menos un desarrollo continuo de la producción a nivel nacional. Sin embargo, en la actualidad, los productores exitosos están iniciando nuevos programas de siembra, que han permitido incrementar entre un 30% y 50% las producciones.

Las estrategias de comercialización del maracuyá en cualquiera de sus formas es el mercado nacional deben superar una serie de problemas que se derivan del desconocimiento que tiene el consumidor sobre la fruta y del reducido mercado interno, esta situación dificulta y encarece la promoción de productos nuevos, solo parece posible inicialmente llegar a pequeños nichos urbanos en los que los consumidores buscan diversidad y nuevos sabores o productos energéticos y naturales

CONCLUSIÓN

Considerando los objetivos de la investigación e información recabada y analizada se puede concluir lo siguiente:

- ❖ Las condiciones en las que se llevan a cabo la producción y la comercialización del cultivo del maracuyá en México han sido insatisfactorias, debido a que no ha generado el interés suficiente para tratar de mejorar las condiciones de producción y comercialización.
- ❖ En los años de análisis considerados en esta investigación, los procesos y niveles de producción y comercialización no han permitido que los productores se consoliden fuertemente para pensar en el mercado exterior.
- ❖ No se tiene en México la experiencia en la producción comercial de maracuyá, siendo los estados de Oaxaca, Veracruz, Nayarit, Yucatán y Morelos los únicos estados que participan en la producción de este producto, generando en el año 2002 y 2003, 226.25 y 346.4 toneladas, respectivamente. Cabe destacar que los estados de Oaxaca y Veracruz para

el año 2003 participaron en conjunto con el 92.1% de la producción aportando el 60.6 y 31.5%, respectivamente.

- ❖ A pesar de las condiciones necesarias para la producción del maracuyá, no se ha podido expandir de manera considerable el cultivo, lo que trae como consecuencia una casi nula participación en el mercado mundial.
- ❖ En cuanto a la comercialización de acuerdo a datos de 1996 se identificaron tres canales de comercialización del maracuyá: para consumo en fresco, el de fruta para la industria transformadora y el de productos transformados, representando el 10%, 50% y 40%, respectivamente del total de la producción.

RECOMENDACIONES

Hoy en día los productos exóticos han tomado gran importancia en el sector turístico, por lo que se recomienda iniciar una campaña publicitaria en dicho sector para dar a conocer el producto y estimular el consumo como una fruta de alta cotización en el mercado nacional.

Se recomienda además realizar un estudio de pruebas de degustación y acciones promocionales en las regiones y en los nichos de mercado donde ya existe una demanda de este producto. Realizando este tipo de investigaciones facilitaría la determinación de las perspectivas de la comercialización y consumo nacional.

Una recomendación muy importante que habrá de realizarse es la siguiente, a pesar de las ventajas que tiene México considerando las características del mercado mundial, se considera poco recomendable desarrollar un esfuerzo para promover su producción para la exportación, salvo que existieran contratos de compraventa a largo plazo y subordinándose

ambas partes a las condiciones a pactar, por lo que podemos concluir que no es recomendable estimular su cultivo dirigido a ese mercado.

Las estrategias de comercialización del maracuyá en cualquiera de sus formas en el mercado nacional deben superar una serie de problemas que se derivan del desconocimiento que tiene el consumidor sobre la fruta, así como la concentración del mercado interno en sus diferentes fases de comercialización.

El reducido volumen de producción, la dispersión de los productores y la baja escala de producción dificulta y encarece la promoción del producto, por lo que sólo parece posible inicialmente llegar a pequeños nichos urbanos en los que los consumidores buscan diversidad y nuevos sabores o productos energéticos y naturales. Esto se puede llevar a cabo realizando pruebas de degustación de acuerdo a los diversos usos que se le puede dar al maracuyá, para que así los consumidores puedan orientar cierto interés en el consumo de este producto, las pruebas se deben realizar mediante la combinación con otras frutas debido a que como el maracuyá es un productos con un alto índice de acidez es recomendable realizar una mezcla con otros jugos como por ejemplo, la naranja, uva, mandarina, o simplemente realizar las pruebas en su carácter transformado en mermeladas, yogurt, vino, y postres dirigido este último en las cadenas de restaurantes y hoteles de los diversos centros turísticos del mismo estado productor para facilitar el acceso y posteriormente su consumo.

BIBLIOGRAFIA

- CISC (Consultores Internacionales, S. C.) Patrocinado por el Gobierno del Estado de Veracruz, para Fomentar el Análisis de la Realidad Socioeconómica de la Entidad en Apoyo a las Empresas Veracruzanas.
- Schoell William F., P. Gultinan Joseph, 1991. Mercadotecnia Conceptos y Practicas Modernas” Tercera Edición, Editorial Prentice, Mayo.
- García P. Eliseo, 1994. “Pasiflora Edulis F. Flavicarpa, Deg. una Alternativa de Producción en la Zona Central de Veracruz” Campeche, Campeche.
- Gómez C. Manuel, Schwentesius R. Rita, Gómez T. Laura, 1995. La Producción y el Mercado Mundial del Maracuyá, Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM).

- Reyes Natividad, 1994. El Maracuya y sus Posibilidades de Desarrollo en Tabasco, México, en Sao José Abel Reboucas, Maracuja, Producao e Mercado, Brasil.
- Ruggiero Carlos, 1994. Implantacao da Cultura e Propagacao, Sao Paolo Brasil, en Weieirs M. Ronald., “Investigación de Mercados”, PHH, Prentice Hall. (1986).
- SAGARPA - ASERCA, 1996. Maracuyá, en revista Claridades Agropecuarias, No 39.

PAGINAS WEB.

www.consultoresinternacionales.com, www.veracruz2025.org.mx

http://www.veracruz2025.org.mx/documentos/CISComentario%20VER18_16jul02.pdf

www.upbusiness.net.

www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20inver-tir/frutas/maracuya/maracuy_mag.pdf