



Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
Dirección Estudios Económicos



Enero, 2008

En el presente documento se estudia la situación actual de la producción y exportación de piña en Costa Rica, asimismo se da un vistazo general al mercado mundial con el fin de proporcionar a los exportadores y potenciales exportadores costarricenses información útil y un panorama claro de los mercados internacionales, su comportamiento y los principales competidores a enfrentar, y de esta forma colaborar a que dichos productores y exportadores puedan identificar posibles oportunidades comerciales.



Índice de contenido

Resumen Ejecutivo	4
1. Producción en Costa Rica & competidores más relevantes	7
a. Situación actual del sector en Costa Rica	7
b. Posicionamiento de Costa Rica en relación con sus competidores.....	8
2. Mercados externos	12
a. Mercado internacional	12
b. Exportaciones costarricenses de piña	16
c. Exportaciones de los principales competidores de Costa Rica	20
3. Aspectos técnicos para el comercio	24
a. Barreras arancelarias	24
b. Barreras no arancelarias	25
4. Estándares de calidad y tratamientos post cosecha	28
5. Precios internacionales	30
6. Tendencias de uso y consumo	32
7. Bibliografía consultada.....	35
Anexo 1: Exportaciones de Piña de los principales países competidores de Costa Rica.....	36

Resumen Ejecutivo

La producción costarricense de piña equivale aproximadamente al 9.1% del valor de la producción mundial, mientras el área de producción destinada a este cultivo equivale al 3% del total, ubicándose como el 9° país más importante según esta variable.

Estados Unidos es el principal país consumidor e importador de piña del mundo. El siguiente mercado más importante es el europeo en el cual destacan países como Bélgica, Holanda, Alemania, Italia, Reino Unido y Francia que, junto con los Estados Unidos importan dos terceras partes de la piña fresca en el mercado internacional.

Mientras tanto, Costa Rica es el principal exportador mundial de piña fresca, seguida de Bélgica y Holanda (dos países no productores de piña), a pesar de ser el cuarto productor mundial, detrás de Brasil (segundo mayor consumidor), Tailandia y Filipinas, quienes comercializan su producción fresca principalmente en Asia o a través de conservas y jugos.

De hecho, si se considera el valor total de las exportaciones de piña fresca o seca, piñas en conserva y jugo de piña, se puede apreciar que la mitad corresponde a producto fresco o seco, una tercera parte a conserva (donde Tailandia, Filipinas e Indonesia son los principales exportadores) y menos de una quinta parte a jugo (sus principales exportadores son Tailandia Holanda, Filipinas y Costa Rica).

Las exportaciones costarricenses son en un 95.8% piña fresca, un 4% jugo y 0.2% piña en conserva, para un valor total de ventas al exterior de US\$ 507 millones durante el año 2007.

Durante los últimos 6 años, las exportaciones de piña fresca crecieron 25% por año (en promedio) y prácticamente se exporta la mitad a Estados Unidos y la otra

mitad a países de la Unión Europea (entre los principales: Bélgica, Holanda, Alemania e Italia). En ambos mercados Costa Rica es el principal proveedor de piña fresca y compite principalmente con Ecuador, Guatemala y Costa de Marfil.

Las ventas de piña en conserva apenas comienzan a destacar como producto de exportación. En el año 2002 Costa Rica exportó US\$10 mil, mientras en el 2007 dicho valor alcanzó la cifra de US\$850 mil. El 86% de dichas exportaciones se realizaron a Honduras y Guatemala.

Las exportaciones de jugo de piña, por su parte, pasaron de US\$7.4 millones en el año 2002 a US\$25.4 millones en el 2006, bajando en el 2007 a US\$20.5 millones. Más de la mitad de dicho producto se exporta a Holanda.

Sumado el valor de las exportaciones de piña fresca o seca, en conserva y en jugo, el mayor exportador del mundo es Tailandia y el segundo Costa Rica. En general, los productores asiáticos dominan el mercado internacional de piña en conserva y jugo de piña, mientras los americanos tienen la mayor participación en el mercado de producto fresco.

Aún con un liderazgo indiscutible en el mercado de producto fresco, las exportaciones costarricenses de piña tienen como principal amenaza el aumento en la oferta de sus competidores, pues en los últimos años el aumento en la oferta mundial ha presionado los precios hacia la baja.

En general, la piña no tiene barreras arancelarias de entrada a los principales mercados y son más bien regulaciones no arancelarias como el EUREPGAP (en la Unión Europea), permisos de importación y la Ley de Bioterrorismo (en EEUU), los principales obstáculos al comercio.

El otrora producto tropical exótico, sigue siendo muy apetecido por los consumidores norteamericanos y europeos, sin embargo, la baja en su precio

comienza a hacerlo un producto más masivo. Posiblemente las principales oportunidades comerciales para Costa Rica estén en el desarrollo de nuevos productos, acordes a las tendencias de consumo de alimentos en EEUU y Europa.



1. Producción en Costa Rica & competidores más relevantes

a. Situación actual del sector en Costa Rica

Costa Rica ha sido productor de piña desde hace muchos años y hasta hace unas décadas su producción estaba distribuida por todo el territorio nacional. En ese entonces la producción se encontraba poco tecnificada, el proceso era bastante natural y no requería condiciones especiales para su crecimiento.

Tras la llegada de Pindeco (mediados de los 80s), la producción aumentó de manera considerable y con esta expansión se orientó la producción más hacia la exportación del producto. En el año 1999, por ejemplo, había unas 9,900 hectáreas sembradas en el país, según datos de la Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA), del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en comparación con las 40,000 hectáreas a las que se llegó en el 2007 según estimaciones de la Cámara Nacional de Productores y Exportadores de Piña.

Pindeco tuvo su principal foco de expansión en la zona sur del país. Más recientemente, la expansión piñera llegó a la zona norte, donde se transformaron potreros antes dedicados a la ganadería y zonas de cultivos de raíces y tubérculos en fincas productoras de piña. Una característica importante de la producción piñera en la zona norte es que se ha dado de la mano de pequeños y medianos productores.

La expansión continuó hacia la región del Caribe, donde también se sustituyeron áreas ganaderas y más recientemente se han instalado las primeras plantaciones de piña en la zona de la Región Chorotega, en Nicoya, en áreas que antes se dedicaron al cultivo de melón.

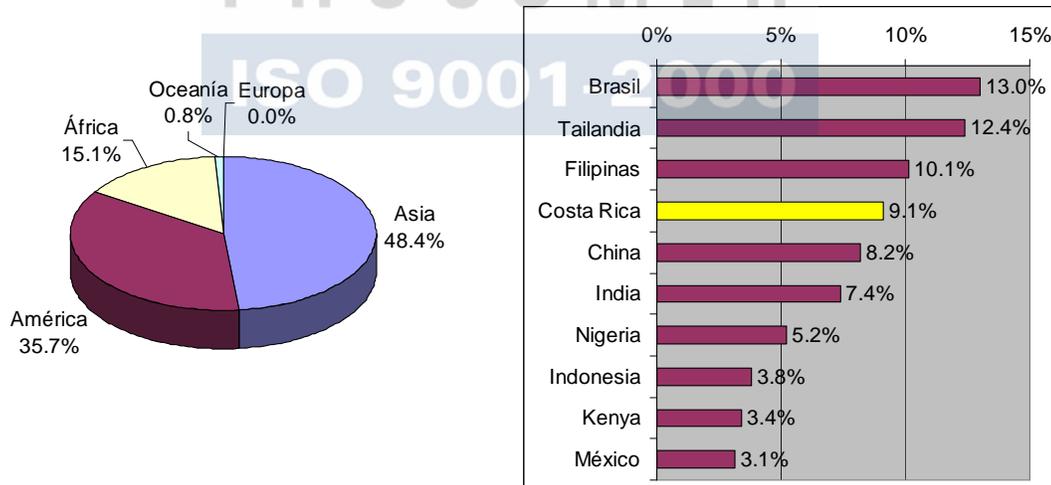
Hoy en día, la piña es el cuarto principal producto de exportación de Costa Rica, superado sólo por circuitos integrados, partes para computadora y banano.

El sector genera aproximadamente 20,000 empleos directos y otros 45,000 empleos indirectos en actividades como transporte, ventas de insumos y otros. Se calcula que hay entre 1,050 y 1,100 productores, además de unas 32 empacadoras de fruta¹.

b. Posicionamiento de Costa Rica en relación con sus competidores

Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Costa Rica es el cuarto productor mundial de piña, después de Brasil, Tailandia y Filipinas. La producción total mundial del año 2005 fue de 17,632 ton.

Gráfico 1. Producción mundial de piña, según continentes y principales 10 países



Fuente: FAO, 2007 (datos 2005)

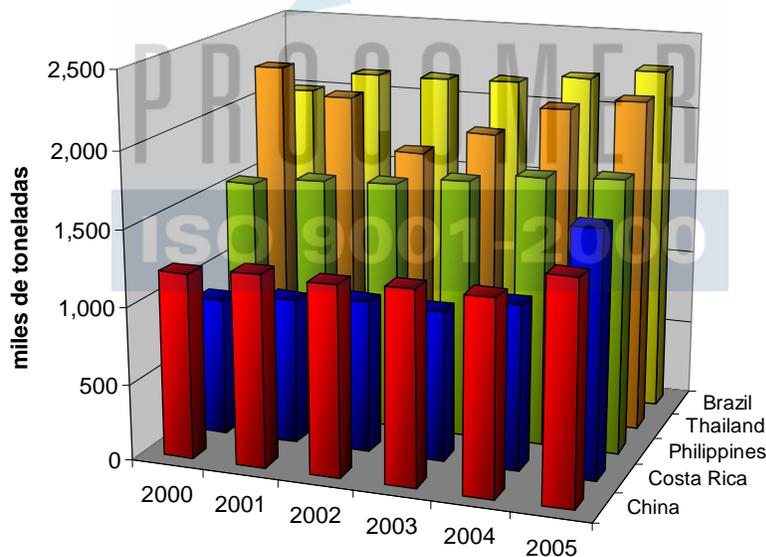
La producción costarricense equivale al 9.1% de la producción total, la cual se encuentra muy distribuida entre los diferentes países pues el máximo productor mundial (Brasil) produce sólo el 13% del total

¹ Ver http://www.nacion.com/ln_ee/2007/diciembre/31/economia1368401.html

En cuanto a los diferentes continentes, los países de Asia son los que concentran la mayor participación con casi la mitad de la producción, seguidos de los países de América con un 35.7%.

Entre los principales 5 productores mundiales, Costa Rica es el país que más crecimiento de su producción ha tenido entre 2000 y 2005. Creció, en promedio, un 13.5% por año. Tailandia, uno de los principales productores históricamente, tuvo un decrecimiento importante entre 2000 y 2002, a partir de cuando casi recuperó su nivel de producción de principios de siglo.

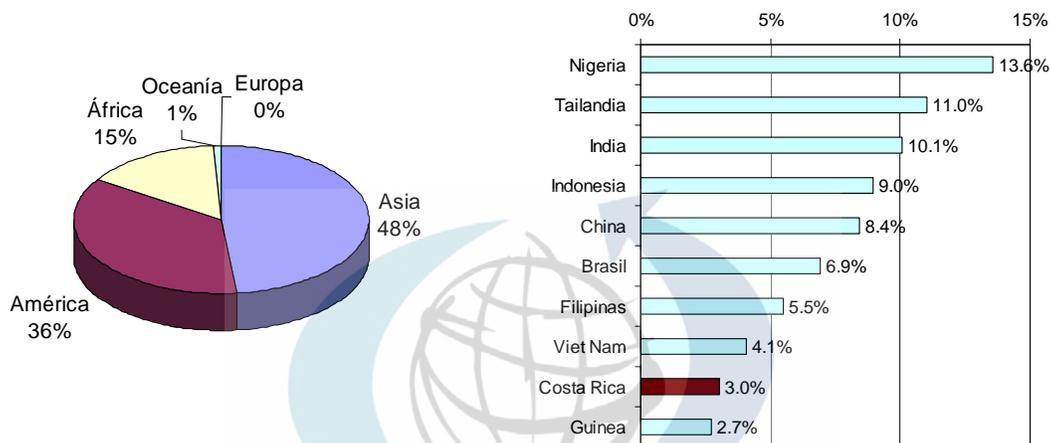
Gráfico 2. Producción mundial de piña, evolución de la producción de los principales 5 países productores



Fuente: FAO, 2007 (datos 2005)

En cuanto al área de producción, se estima que el área total destinada al cultivo de piña en el mundo es de 893 mil hectáreas, de las cuales Costa Rica emplea el 3% del total, ubicándose como el 9° país en área de producción.

Gráfico 3. Área de producción mundial de piña, según continentes y principales 10 países



Fuente: FAO, 2007 (datos 2005)

La posición de Costa Rica en relación con su volumen de producción y área de cultivo es muestra de la alta productividad por hectárea que mantiene Costa Rica (59.85 ton/ha), indicador en el que se ubica en el segundo lugar en el mundo, sólo después de Panamá, donde la producción es más reciente y para el año 2005² se reportó una producción de 45.63 ton de fruta (2.8% de la producción costarricense) y 0.65 ha sembradas (2.4% del área sembrada en Costa Rica). Siguen a Panamá y Costa Rica otros países como Benin (58.83 ton/ha), Honduras (53.88 ton/ha) y Kenia (41.99 ton/ha). Brasil, que es el mayor productor de América ocupa el noveno lugar con una producción de 37.10 toneladas por hectárea.

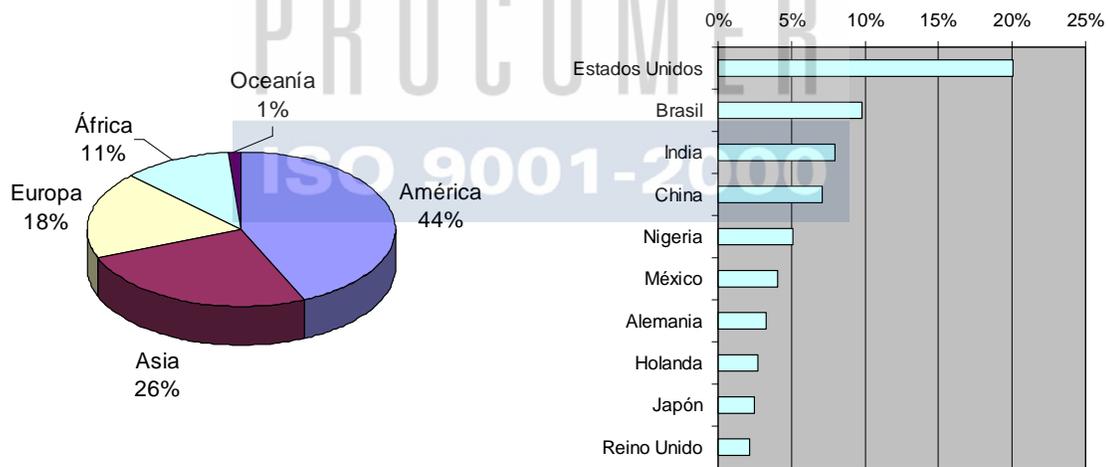
Como puede apreciarse en el gráfico anterior, son más bien países africanos y asiáticos los que tienen las mayores extensiones de tierra sembradas de piña. Sin embargo, como se verá más adelante, no son competidores directos de Costa Rica debido a la distancia de los mercados a los que venden los productores ticos o bien debido a que consumen gran parte de su propia cosecha.

² Cifras más recientes disponibles de FAO

Tres casos que evidencian lo anterior son Brasil, India y China. Estos tres países se encuentran entre los principales 10 productores del mundo, sin embargo (como se verá más adelante) no figuran entre los principales competidores de Costa Rica en exportaciones de piña debido a que más bien, figuran entre los principales consumidores de dicho producto.

Entre los principales consumidores de piña destaca Estados Unidos, que consume más del 20% de la producción mundial. Brasil, India, China y Nigeria completan los 5 principales consumidores mundiales. Además, entre los principales consumidores destacan países europeos y Japón.

Cuadro 1. Consumo y valor del mercado estimado de flores y plantas según países seleccionados, 2002



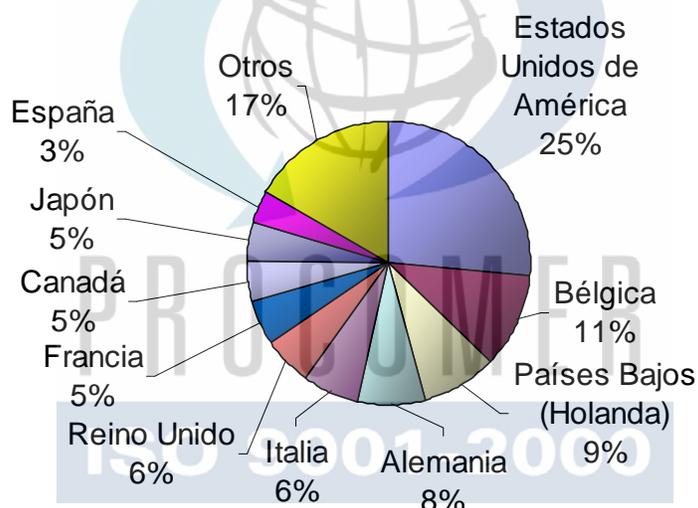
Fuente: FAO, 2007 (datos 2005)

2. Mercados externos

a. Mercado internacional

El principal país consumidor de piña (Estados Unidos), es también el principal importador de este producto: Estados Unidos importa el 25% de la piña fresca (0804.30). Además, entre los principales 10 países importadores de este producto, se encuentran países europeos, Canadá y Japón.

Gráfico 4. Principales importadores de piña fresca, 2006

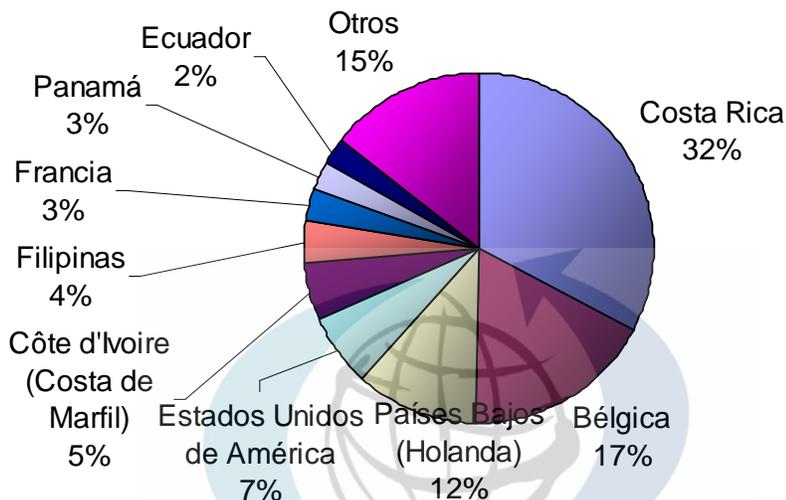


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Entre el año 2002 y el año 2006 el mercado mundial de piña fresca creció en promedio 19% anualmente (24% entre 2005 y 2006) y el valor total de las importaciones, reportado por los diferentes países, ascendió a US\$1,835 millones (CIF).

Entre tanto, los principales vendedores de piña fresca son Costa Rica, Bélgica, Holanda, Estados Unidos y Costa de Marfil, entre los cuales concentran casi tres cuartas partes de las exportaciones mundiales.

Gráfico 5. Principales exportadores de piña fresca, 2006

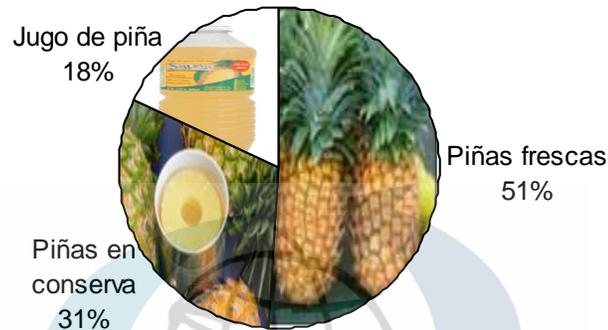


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

De éstos, sólo Costa Rica, Estados Unidos y Costa de Marfil son productores, de modo que Bélgica y Holanda son sólo re-exportadores de producto, dado que son los principales puertos de entrada a Europa. Posiblemente las exportaciones de Estados Unidos también sean reflejo de reexportaciones, dado que una porción importante de los productos frescos que importan son reexportados a Canadá █

En términos generales, el mercado mundial de piña se concentran en tres grandes categorías o productos: las piñas frescas o secas (0804.30), las piñas en conserva (2008.20) y el jugo de piña (2009.40). Si se suma el valor de las exportaciones de los tres productos, el primero representa el 51% del valor de mercado mundial de piña mientras las conservas representan el 31% del mercado y el jugo el restante 18%.

Gráfico 6. Exportaciones mundiales de piñas, piñas en conserva y jugo de piña, 2006

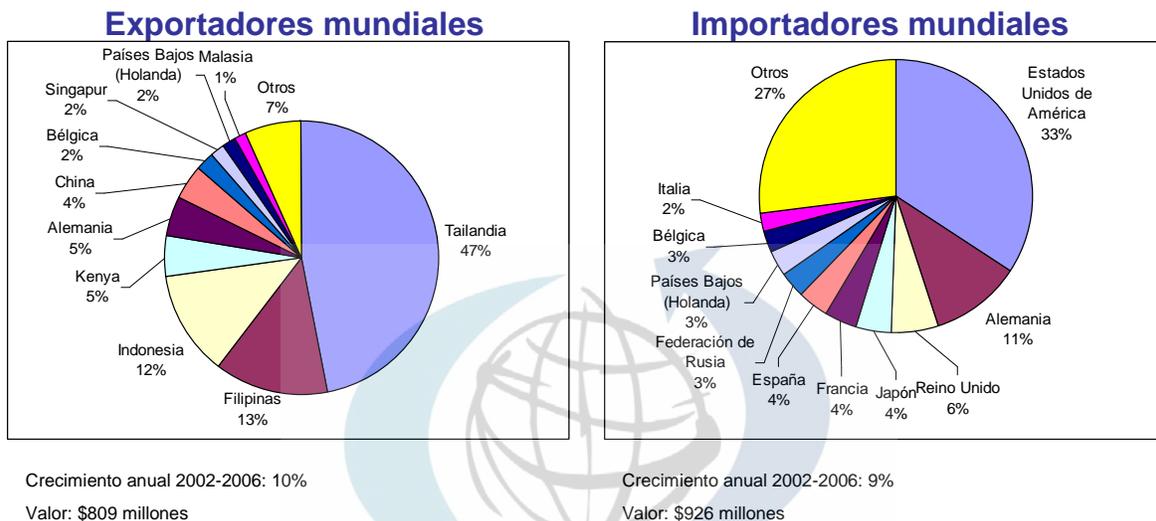


Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

En cuanto al mercado de piñas en conserva, el mayor exportador del mundo es Tailandia, que concentra casi la mitad del mercado. Otros países asiáticos como son Filipinas e Indonesia aportan otra cuarta parte al mercado, de modo que se hace evidente que la mayor parte del comercio mundial de piñas destinadas a conserva se origina en Asia. Esto posiblemente se deba a la ubicación de los países productores en relación con los principales importadores de piña fresca, que están lo suficientemente lejos como para que el producto pierda calidad si se intenta enviar masivamente fresco desde estos países, además de las variedades cultivadas en cada país.

Curiosamente, para estos casos se puede apreciar cómo los principales productores / exportadores de piña fresca no tienen participación significativa en el mercado de producto en conserva.

Gráfico 7. Exportaciones e importaciones mundiales de “piñas en conserva”; 2006



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

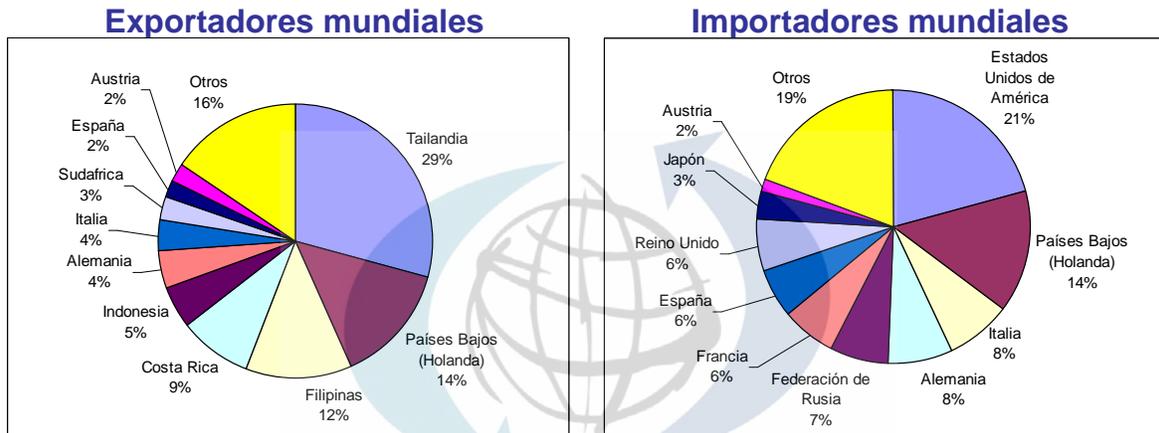
Mientras tanto, los principales importadores de piña en conserva son básicamente los mismos Estados Unidos y países europeos (además de Japón), que son también los principales demandantes de piña fresca.

En total, en el año 2006 se registraron US\$809 millones en exportaciones de piña en conserva y el dinamismo del mercado se presenta con un ritmo menor que el de piña fresca, pues en promedio las exportaciones mundiales crecieron 10% por año.

En cuanto al mercado de jugo piña, nuevamente, los principales exportadores mundiales son países asiáticos, sin embargo, Costa Rica ocupa la cuarta posición como exportador mundial. Las exportaciones de este producto representan aproximadamente la mitad del valor de las piñas en conserva y mostraron un crecimiento de 11% en los últimos 5 años.

Finalmente, los principales compradores de jugo son también Estados Unidos, países europeos y Japón.

Gráfico 8. Exportaciones e importaciones mundiales de “jugo de piña”; 2006



Crecimiento anual 2002-2006: 11%

Valor: \$479 millones

Crecimiento anual 2002-2006: 9%

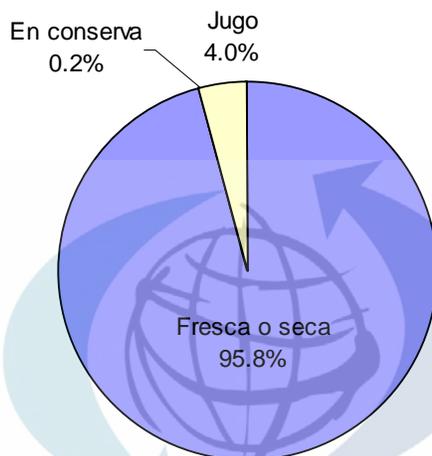
Valor: \$534 millones

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

b. Exportaciones costarricenses de piña

El 95.8% de las exportaciones de piña costarricense corresponde a piña fresca o seca (0804.30), lo cual, según se vio anteriormente, convierte a Costa Rica en el principal productor mundial de este producto.

Gráfico 9. Exportaciones costarricenses de piña³ según productos y subproductos, 2007



Fuente: PROCOMER

El segundo producto o subproducto de piña más importante para el país es el jugo de piña (2009.4), producto del cual es el cuarto mayor productor del mundo. Finalmente, sólo el 0.2% de las exportaciones de piña son de piña en conserva, mercado en el cual Costa Rica no tiene una participación significativa a nivel mundial.

En los últimos años, la producción de piña fresca costarricense para la exportación ha crecido, en promedio, 25% anualmente. Las exportaciones totales de piña fresca o seca (de las cuales el 99.8% es fresca) del año 2007 triplicaron el valor de las exportaciones del año 2002 tanto en valor como en volumen.

³ Piña fresca o seca (0804.30), piña en conserva (2008.20) y jugo de piña (2009.4)

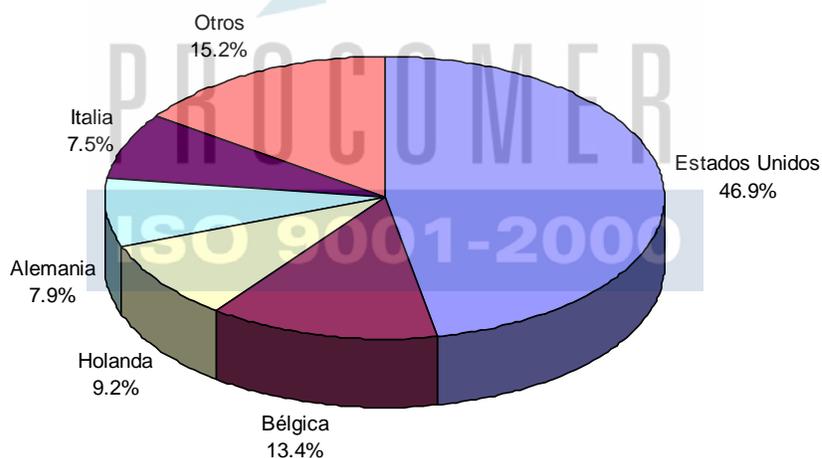
Cuadro 2. Costa Rica: Valor, peso y precio por kg de las exportaciones de piña fresca o seca

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Valor (millones de \$)	159.82	208.32	257.17	326.55	430.64	485.74
Peso (ton)	454,776.84	557,086.64	694,622.66	901,639.94	1,174,054.12	1,346,513.84
Precio por kg	0.35	0.37	0.37	0.36	0.37	0.36

Fuente: PROCOMER

El principal destino de las exportaciones de piña fresca o seca costarricenses es Estados Unidos, a quienes se vende casi el 47%, seguidos de países de la Unión Europea a quienes, en total se les vende el 51.5%.

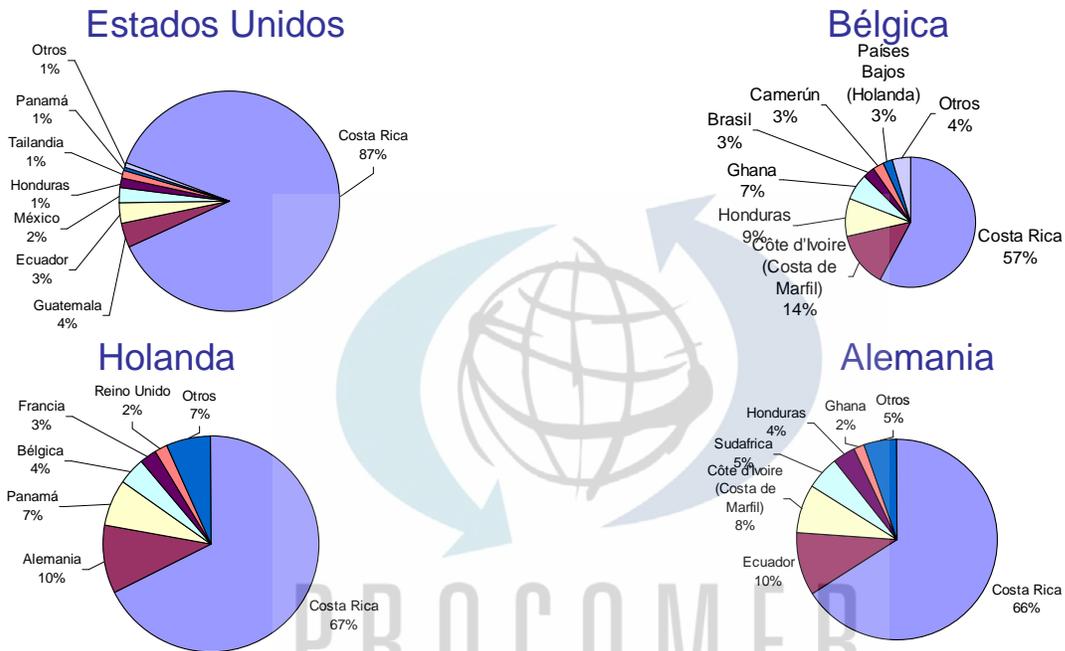
Gráfico 10. Exportaciones costarricenses de piña fresca o seca según principales mercados, 2007



Fuente: PROCOMER

La participación de la piña fresca costarricense en dichos mercados es por demás destacada. En Estados Unidos, el 87% de las importaciones de piña fresca o seca provinieron de Costa Rica y en los últimos años dicha participación ha rondado el 90%.

Gráfico 11. Importaciones de piña fresca o seca según los principales mercados de exportación de Costa Rica, 2006



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Dicha situación es similar en los mercados europeos como en Bélgica, Holanda y Alemania, en los cuales Costa Rica es el principal proveedor de piña fresca o seca con participaciones de entre 57% y 69%. Los principales países competidores de la piña costarricense son Ecuador, Panamá, Costa de Marfil y Honduras (entre los países productores).

Las exportaciones de piña en conserva son mucho más recientes y a diferencia de las exportaciones de piña fresca. En los últimos 6 años las exportaciones de este producto pasaron de US\$10 mil (7 ton) a US\$850 mil (916 ton), como se muestra en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Costa Rica: Valor, peso y precio por kg de las exportaciones de piña en conserva

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Valor (millones de \$)	0.01	0.00	0.31	0.46	0.44	0.85
Peso (ton)	6.97	1.50	522.92	739.92	629.12	916.51
Precio por kg	1.52	3.06	0.59	0.63	0.70	0.93

Fuente: PROCOMER

Los principales destinos de las exportaciones de piña en conserva en el año 2007 fueron Honduras (54%) y Guatemala (32%).

Finalmente, las exportaciones de jugo de piña han mantenido un ritmo creciente durante los últimos 6 años pasando de US+\$7.38 millones en el año 2002 a US\$20.51 en el año 2007, habiendo alcanzado un máximo de Us\$25.36 el año 2006.

Cuadro 4. Costa Rica: Valor, peso y precio por kg de las exportaciones de jugo de piña

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Valor (millones de \$)	7.38	6.48	10.74	15.04	25.36	20.51
Peso (ton)	9,273.86	7,967.07	13,684.60	18,443.68	35,361.49	27,332.10
Precio por kg	0.80	0.81	0.79	0.82	0.72	0.75

Fuente: PROCOMER

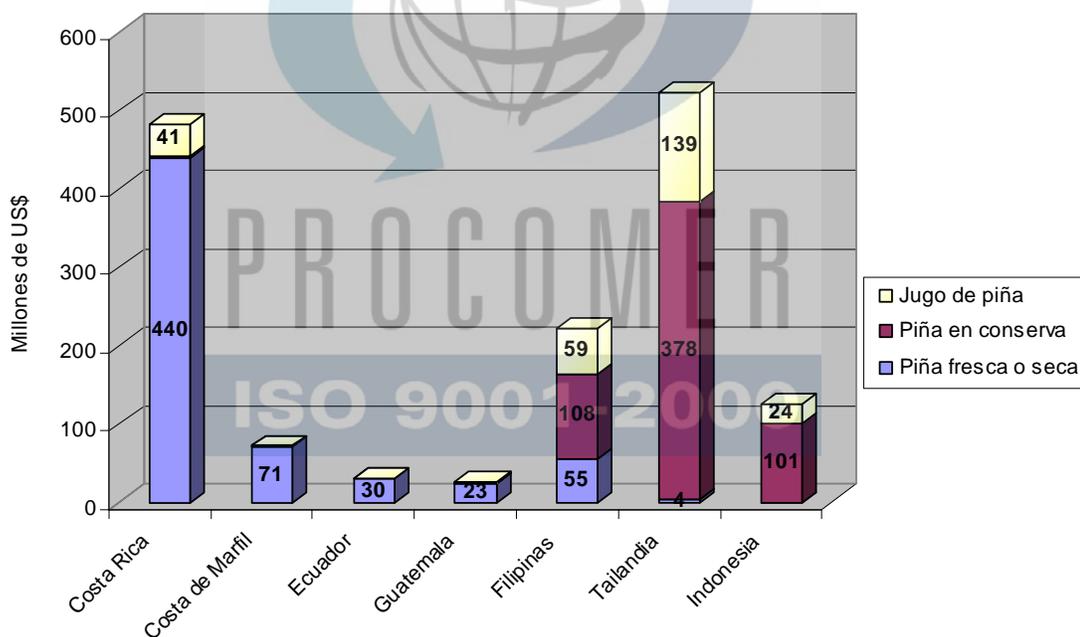
Tal y como se analizó anteriormente, Costa Rica sí tiene un papel protagónico en este mercado mundial de jugo de piña, ya que es el cuarto productor mundial de dicho producto. Los principales destinos de exportación del jugo de piña durante el año 2007 fueron Holanda (54%), Estados Unidos (12%) y México (8%).

c. Exportaciones de los principales competidores de Costa Rica

Si se consideran los principales mercados a los que Costa Rica exporta la piña fresca o seca, la piña en conserva y el jugo de piña, los principales países con los que Costa Rica compite son: Costa de Marfil, Ecuador, Guatemala, Filipinas, Tailandia e Indonesia. Los primeros tres países compiten con Costa Rica principalmente en productos frescos, mientras los últimos son los países que

tienen mayor participación mundial en las exportaciones de productos procesados de piña. A pesar de la rivalidad actual y potencial, la gran diferencia se mantiene aún en la capacidad productiva pues, con excepción de Tailandia, el valor de las exportaciones de los demás países aún son bastante menores que las costarricenses. La principal amenaza está en que el aumento en la competencia ha generado mayor presión sobre los precios debido al aumento en la oferta mundial de piña y sus productos.

Gráfico 12. Exportaciones de piña fresca o seca, piña en conserva y jugo de piña de Costa Rica y sus principales competidores



Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap

Sumadas las exportaciones de piña fresca o seca, piña en conserva y jugo de piña, para el caso de Costa de Marfil, el 98% corresponde a producto sin procesar. Si bien no se existe información disponible sobre el crecimiento que han experimentado sus exportaciones en los últimos años, entre el año 2005 y 2006 se registró un crecimiento del 50% en el valor de sus exportaciones. El valor total de las exportaciones de piña de Costa de Marfil equivale al 15% de las exportaciones de Costa Rica.

Ecuador es posiblemente uno de los países que se encuentra más claramente en busca de conseguir cada vez más participación en los mercados de exportación de Costa Rica y así se desprende de diferentes estudios de mercado realizados para productores de dicha nación. Al igual que Costa de Marfil y Guatemala, centra sus exportaciones en piña fresca o seca y vende principalmente a Estados Unidos y países europeos. Entre el año 2002 y el 2006 sus exportaciones de la partida 0804.30 crecieron 23% por año. Las exportaciones de piña de Ecuador representan el 6% del valor de las exportaciones de Costa Rica.

Guatemala, sin embargo es posiblemente el más cercano competidor de Costa Rica, dada su cercanía geográfica y similitud de clima. En los últimos 5 años las exportaciones de piña fresca o seca de dicho país crecieron 111% en valor anualmente (sólo 11% entre 2005 y 2006). Además, Guatemala destina una parte de su producción exportable a jugo de piña, que representa el 7% de sus exportaciones bajo estos rubros. Dado este importante crecimiento, las exportaciones de piña guatemaltecas alcanzaron, en el año 2006, un valor total que representa el 5% de las exportaciones costarricenses.

Filipinas es el país asiático (de entre los competidores seleccionados) que más piña fresca o seca exporta y aún así representa sólo el 12% de la producción costarricense y de los \$54,7 millones que exportó el año 2006 todas sus exportaciones fueron a países asiáticos (65% a Japón), de modo que tampoco compite con Costa Rica directamente. A diferencia de los países anteriores, las exportaciones de piña en conserva son mayores y más importantes que las de piña fresca o seca y representan casi la mitad de sus exportaciones de piña. También sus exportaciones de jugo de piña son mayores que las de piña fresca o seca y representan el 27% del total, con Estados Unidos como principal destino y un valor 45% superior a las exportaciones de Costa Rica. El valor total de las exportaciones de piña de Filipinas es casi la mitad del valor de las costarricenses.

Tailandia es el principal exportador de piña en conserva y jugo de piña del mundo. De hecho, el 73% de sus exportaciones de piña son en conserva y el 27% en jugo. Para ambos productos los principales mercados de exportación son Estados Unidos y países europeos (destacan Holanda, Alemania y Rusia). El valor total de las exportaciones de piña tailandesas es 8% mayor que las exportaciones de Costa Rica.

Finalmente, Indonesia, con un valor total de exportaciones de piña de US\$124.9 millones (26% de las de Costa Rica), exporta principalmente piña en conserva (81%) y el restante 19% corresponde a jugo, los cuales vende principalmente a países europeos, Estados Unidos y algunos países de Asia.

En general, se puede afirmar que la principal amenaza para las exportaciones de piña fresca o seca de Costa Rica está en el aumento de la oferta de otros países que procuran ganar mayor participación en los mercados internacionales (principalmente Guatemala y Ecuador), lo cual ha venido generando mayor oferta y consiguientemente reducción en los precios.

Los países asiáticos, por su parte, dominan los mercados de piña en conserva y jugo de piña, principalmente debido a que los principales consumidores se encuentran lejos de sus fronteras, lo cual les dificulta competir en con el producto fresco.

3. Aspectos técnicos para el comercio

a. Barreras arancelarias

La piña fresca o seca (0804.30) procedente de Costa Rica no tiene aranceles de entrada a Estados Unidos o la Unión Europea debido a tratos preferenciales otorgados a nuestro país. No obstante esta situación no es igual para otros proveedores. Así por ejemplo, para la importación de productos clasificados bajo la partida 0804.30.20.00 (Piñas, no reducidas en tamaño, a granel) se cobra US\$0.51 por kg; por los de la partida 0804.30.40.00 (Piñas, no reducidas en tamaño, en cajones u otros empaques) se cobra US\$1.1 por kg; y por los de la partida 0804.30.60.00 (Piñas, reducidas en tamaño) se cobra US\$0.44 por kg.

Tal como se indicó en el párrafo anterior, para el caso costarricense, la piña entra libre de aranceles gracias al Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+). Igual trato reciben Ecuador, Filipinas, Tailandia e Indonesia. Guatemala obtiene también libre comercio gracias al Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (DR-CAFTA, por sus siglas en inglés), que sería el caso también de Costa Rica, una vez que entre al mismo.

Caso similar ocurre con la piña en conserva y el jugo de piña. Los países del SGP+ y DR-CAFTA reciben libre comercio, mientras el Arancel de Nación más Favorecida (NMF) que tienen que pagar otros países por el ingreso de las piñas en conserva es de \$0.35 por kg y de entre \$0.01 por litro y \$4.2 por litro.

En el caso de la Unión Europea, la piña fresca o seca puede ingresar en uno de dos códigos: 0804.30.00.10 (Piñas secas), 0804.30.00.90 (Las demás piñas), ambos ingresan libres de aranceles para Costa Rica, Guatemala, Ecuador y Tailandia como beneficiarios del SGP. Otros países competidores que ingresan con este beneficio son Panamá y Honduras. Otros países deben pagar aranceles por hasta 5.8%.

Caso similar ocurre con la piña en conserva y el jugo de piña. La mayoría de países del SGP reciben libre comercio, mientras el Arancel de NMF que tienen que pagar otros países por el ingreso de las piñas en conserva es de entre 17.6% y 25.6% por kg y de entre US\$15.2 y US\$33.6 más una suma por kg/net.

b. Barreras no arancelarias

Estados Unidos regula la comercialización de fruta fresca a través de permisos de importación, que deben ser solicitados para poder realizar envíos. Se requieren certificados fitosanitarios cuando se exigen declaraciones o tratamientos adicionales. La piña se encuentra en la lista de productos no propagativos, que aparecen en la lista de APHIS (Servicio de Inspección y Sanidad Agropecuaria, del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos) y requieren de un intermediario y, en algunos casos, de tratamientos especiales.

APHIS trabaja con el *Plant Protection and Quarantine* (PPQ) y para esos casos sus funcionarios se llevan a cabo en los puertos de ingreso de Estados Unidos, que examinan minuciosamente los productos presentados para la importación antes de su ingreso al mercado interno.

En relación con los límites y tolerancias de pesticidas y residuos químicos, la *Environmental Protection Agency* (EPA, Agencia de Protección del Medio Ambiente de Estados Unidos) es la entidad encargada de establecerlos y al igual que la APHIS, realiza la inspección a través de los funcionarios de PPQ en los puertos de entrada.

No se debe olvidar también que se debe cumplir con las regulaciones establecidas en la Ley de Bioterrorismo, para lo cual se puede consultar el sitio: www.cfsan.fda.gov/furls/ovffreq.html.

En el caso de Europa, para poder ingresar el producto al mercado europeo se debe cumplir ciertos requisitos de la norma EUREPGAP que tienen relación con buenas prácticas agrícolas. Estos requisitos están asociados con el Manejo Integrado de Plagas (MIP) y con el Manejo Integrado de Cultivos. A su vez, estas disposiciones buscan incentivar el uso de la norma HACCP, que busca analizar y manejar los puntos críticos en la producción que representan peligro para el consumidor.

Los productores deben demostrar a la comitiva europea que sus producciones involucran procesos sostenibles y que mantienen los requisitos de seguridad alimentaria como: disminuir el impacto ambiental en la producción, disminuir el uso de agroquímicos, uso eficiente y sostenible de los recursos naturales y medidas de control para no afectar la salud de los trabajadores, entre otras.

Son varios los puntos de la normativa EUREPGAP que los exportadores deben cumplir para poder entrar al mercado de Europa. Entre los más importantes se encuentran la trazabilidad de los productos a partir de la misma finca donde se produce la fruta; especificar y cumplir los requisitos establecidos por cada país importador en caso de exportar productos genéticamente modificados; medir, controlar y disminuir los impactos ambientales en las producciones: tener un manejo adecuado de los agroquímicos tanto en bodega como al momento de su uso; eliminar con medidas de control la incidencia de microorganismos patógenos para la salud humana en los productos exportados; nunca usar aguas contaminadas para la irrigación de los cultivos y manejar adecuadamente sus aplicaciones.

Cuando se hacen aplicaciones de pesticidas se debe mantener registros de las fechas de aplicación, nombre de los agroquímicos, cantidades aplicadas y nombre del operador. También se regula la manipulación: el operador debe estar debidamente equipado y protegido para evitar contacto directo con el producto. Los procesos postcosecha deben igualmente usar químicos aprobados por los

países europeos de destino final del producto e igualmente deben ser registradas detalladamente todas las actividades que involucren uso de agroquímicos en el manejo post cosecha de la piña. Es importante además, tener en cuenta que para el lavado de las frutas no se puede usar agua residual o contaminada.

En el caso más reciente de controversia, la Unión Europea anunció el año pasado la posibilidad de restringir el límite permitido de residuos de Ethephon (compuesto químico utilizado para madurar la piña) de 2 mg/kg a 0.05 mg/kg, situación ante la cual los productores y los representantes de los países exportadores de piña han manifestado su protesta a la Unión Europea.



4. Estándares de calidad y tratamientos post cosecha

Según el estudio “Perfil de Producto: Piña”, realizado por la EARTH el año 2004, se identificaron algunas características básicas que deben cumplir las piñas para su ingreso al mercado estadounidense y europeo, de las cuales se citan las más importantes (para más información ver bibliografía consultada).

Para el caso estadounidense, son clave ciertas condiciones de empaque y de transporte de la piña. Entre ellas están las de tratamiento fúngico para reducir la descomposición de la fruta, el preenfriamiento, mantener una humedad relativa de 85%-90% y una temperatura de 7°-13°C. Las cajas pueden ser de 9kg o de 18kg y la carga puesta en tarimas.

En general, las piñas deben cumplir con ser frutas enteras y con la forma característica de la variedad. Deben tener un aspecto fresco y consistencia firme, estar sanas y libres de ataques de insectos, estados de descomposición o enfermedades que no permitan su consumo. Además debe mostrar una apariencia limpia, sin olores, sabores o materias extrañas que puedan observarse a simple vista. Además, según sus características se clasifican en categorías (1 y 2), dependiendo de sus grados de calidad que están relacionadas con su forma, la forma de su corona y hay niveles máximos de tolerancia de incumplimiento en las características “ideales” (para más detalles ver normativa de USDA⁴).

La presentación y etiquetado son importantes a la hora de envío por que se exige que el contenido de cada envase esté homogéneo y estar constituido por piñas del mismo origen, variedad, categoría, color y calibre.

Para el mercado europeo, el color y la condición de la corona son las características de calidad más importantes, pues son el primer factor de selección

⁴ <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5050389>

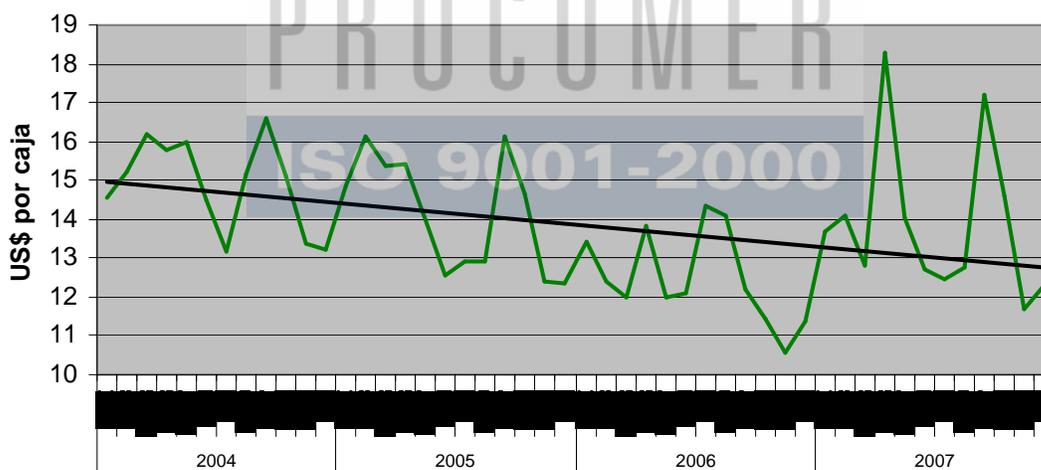
por parte de los consumidores. Al momento de la maduración la piña debe tener una apariencia clara y brillante; además, las hojas deben ser de color verde claro y ser bien desarrollada.



5. Precios internacionales

Un dato a resaltar y a la vez preocupante sobre los precios de la piña es su tendencia descendente en los últimos 4 años. Según datos del Servicio de Mercadeo Agrícola del Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos (AMS), entre 2004 y 2005, los precios en el mercado mayorista de la piña en diferentes mercados de Estados Unidos, Canadá, México y Europa, cayeron aproximadamente un 5%. El año siguiente los precios cayeron un 11% adicional y no fue sino hasta el año 2007 cuando se presentó una ligera recuperación en los precios, principalmente gracias al aumento de los precios en los picos de abril y setiembre, sin embargo no parece haberse revertido la tendencia.

Gráfico 13. Precios promedio mensuales⁵ en los mercados mayoristas de la piña



Fuente: Elaboración propia con datos de AMS, 2008.

El precio promedio final de la caja de piña en diciembre de 2007 fue más de un 15% inferior que el precio de enero de 2004.

⁵ Promedio simple de los precios semanales por caja para todas las ciudades disponibles en la página:
<http://marketnews.usda.gov/portal/fv>

Además, como se puede apreciar en el Cuadro 5, el precio que recibe la piña de Costa Rica es, en general, el precio de mercado.

Cuadro 5. Piña: precio promedio mayorista, diciembre de 2007 según mercado final de destino

Ciudad	País	País de origen	
		Costa Rica	Todos los países
Promedio precio por unidad		1.94	1.51
MEXICO CITY	México	1.94	1.91
NEW COVENT GARDEN	Reino Unido		1.84
POZNAN	Reino Unido		1.83
WARSAW	Polonia		0.86
Promedio precio por kg		1.78	1.28
GUADALAJARA	México	2.13	2.13
MONTERREY	México	1.17	1.91
PARIS	Francia	1.89	1.89
PLOVDIV	Bulgaria	1.89	1.89
SOFIA	Bulgaria		0.43
VARNA	Bulgaria		0.40
Promedio precio por caja		12.23	12.30
ATLANTA	Estados Unidos	17.50	16.75
BALTIMORE	Estados Unidos	15.75	15.86
BOSTON	Estados Unidos	13.80	15.45
CHICAGO	Estados Unidos	14.23	14.35
COLUMBIA	Estados Unidos	13.22	13.22
DALLAS	Estados Unidos	13.95	12.91
DETROIT	Estados Unidos	12.65	12.86
LOS ANGELES	Estados Unidos	11.09	12.69
MIAMI	Estados Unidos	12.55	12.55
MONTREAL, QUE	Canadá	12.01	12.16
NEW YORK	Estados Unidos	12.47	12.02
PHILADELPHIA	Estados Unidos	11.80	11.70
PITTSBURGH	Estados Unidos	11.38	11.44
ROTTERDAM	Holanda	11.33	11.33
SAN FRANCISCO	Estados Unidos	10.82	11.10
SEATTLE	Estados Unidos	10.19	10.84
ST. LOUIS	Estados Unidos	10.43	10.80
TORONTO, ONT	Canadá	10.71	10.66
Promedio general		11.52	11.24

Fuente: Elaboración propia con datos de AMS, 2008.

Esta situación es natural si se considera la muy alta participación de la piña costarricense en el mercado mundial de producto fresco.

6. Tendencias de uso y consumo

En los últimos años, la oferta de piña ha aumentado tanto en área de producción, número de productores, países productores y en las presentaciones mismas.

Hace algunos años la piña, originaria de América del Sur, era considerada un manjar raro en países del Hemisferio Norte. Hoy en día, según Marcia Wood (ARS), es un fruto más abundante, de precio generalmente moderado y con un componente nutricional valorado ya que no contiene grasa o colesterol, muy poco sodio y niveles altos de vitamina C. El consumo per cápita de EE.UU. es de aproximadamente 12 libras de piña por año⁶.

Actualmente la variedad de piña más apetecida es la MD-2 o “Gold” y es también la mejor pagada, sin embargo, la más abundante sigue siendo la Cayena Lisa.

Por sus características, la piña y sus productos derivados encajan perfectamente en tendencias de consumo que potencian el consumo de productos orgánicos, productos saludables, productos que brinden placer.

Según ACMNielsen (2007), las principales “guías” en productos alimenticios en Estados Unidos siguen siendo: salud, conveniencia, valor y sabor. Sin embargo, nuevas tendencias marcan el consumo de productos alimenticios.



Por ejemplo, específicamente para la piña, según Elizabeth Soan (2007), se ha hecho muy popular el uso de la piña como recipiente para verduras y ensaladas de frutas a través de los llamados “pineapple boats” (botes de piña, ver imagen adjunta). De modo que la piña gana terreno no sólo como fruta sino que

⁶ <http://www.ars.usda.gov/is/espanol/AR/archive/oct05/fruit1005.es.htm>. Visitada el 17 de marzo de 2008.

también como “recipiente”.

Además, existen otras tendencias dentro de las cuales se pueden idear productos y preparaciones a base de piña que puedan ganarse el gusto de los consumidores. Tal es el caso de la tendencia a cenar en casa, lo cual abre oportunidades para comidas preparadas o listas para comer. Los estudios citados por Soan también señalan la búsqueda de opciones “convenientes” de desayuno saludables.

La segunda tendencia más importante, en el mercado norteamericano, es la búsqueda de preparaciones tipo *gourmet* e incluso exóticas, lo cual marca la búsqueda de nuevas recetas y formas de preparar los alimentos y altos *raitings* a los programas de cocina. Entre los tipos de preparaciones más buscadas están las de Cocina Mediterránea y la Latinoamericana, entre otras; lo cual marca una tendencia en torno a las preparaciones “étnicas” y una oportunidad de entrada a través de nuevas recetas, usos, alimentos preparados y salsas.

Los alimentos preparados para bebés también están siempre en los top 10, lo cual representa también oportunidades para preparaciones y bebidas. Dentro de esta tendencia ganan mucho terreno las opciones saludables y naturales (u orgánicas). Con un 10% de sobrepeso infantil en Estados Unidos, los padres buscan alimentos saludables, reducidos en grasa, orgánicos y súper saludables.

La búsqueda de nuevas opciones tanto en producto fresco, semi procesado y procesado, puede llevar a diversificar la oferta de productos. Esto se hace cada vez más importante ante el aumento en la oferta de piña mundial y la saturación del mercado con su consecuente baja en los precios.

La piña fresca orgánica puede recibir alrededor de 20% de sobre precio sobre la convencional y la seca hasta un 30%, a nivel mayorista. Sin embargo, ante el

aumento en la oferta la saturación de los mercados y la baja en los precios puede perjudicar a los productores orgánicos



7. Bibliografía consultada

Sloan, A. Elizabeth (2007). Top 10 Food Trends. Artículo en la Revista foodtechnology. Documento en Internet: <http://members.ift.org/NR/rdonlyres/49497744-09F4-48E0-9247-3105B94912C8/0/0407trends.pdf> consultado el 17 de marzo de 2008.

Contreras, Ricardo (2002). Piña: Informe bi-mensual de los Estados Unidos. Documento en http://www.sica.gov.ec/agronegocios/productos%20para%20invertir/frutas/pina/Pi%C3%B1a_USA_Noviembre.pdf consultado el 17 de marzo de 2008.

Centeno, Gabriela (2003). Perfil de Mercado de Piña Sostenible. Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (SIMS). Documento en Internet: <http://www.agrodac.com/LinkClick.aspx?fileticket=z0612VbhFXk%3D&tabid=67&mid=411> consultado el 17 de marzo de 2008.

EARTH (2004). Perfil de producto: Piña. Universidad Earth, Centro para la Formación Empresarial. Documento en Internet: <http://www.earthagroempresarial.ac.cr/boletines/perfildepinacfe.pdf> consultado el 17 de marzo de 2008.

Anexo

Anexo 1: Exportaciones de Piña de los principales países competidores de Costa Rica

Partidas	Valor de las exportaciones 2006 en miles de US\$	Participación de en las exportaciones de piña	Cantidad exportada en 2006 (ton.)	Valor de unidad (US\$/unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2002-2006, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 2002-2006, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2005-2006, %
Costa Rica							
Total	481,525	100					
080430	440,264	91	1,194,179	369	29	27	34
200820	446	0	637	700	222	358	13
200940	40,815	8	59,481	686	51	55	46
Costa de Marfil							
Total	71,958	100					
080430	70,733	98	115,604	612	50
200820	391	1	242	1,616	6417
200940	834	1	1,563	534	21
Ecuador							
Total	30,599	100					
080430	30,369	99	95,046	320	23	29	2
200820
200940	230	1	289	796	-40	-43	290
Guatemala*							
Total	83,208	100					
080430	23,063	93	39,893	578	111	144	11
200820	20	0	23	870	-20
200940	1,832	7	6	..	95
Filipinas							
Total	221,660	100					
080430	54,794	25	262,446	209	15	10	26
200820	107,547	49	226,120	476	8	..	-2
200940	59,319	27	146,170	406	11	6	15
Tailandia							
Total	521,430	100					
080430	4,237	1	7,737	548	9	1	35
200820	378,329	73	618,869	611	13	11	15
200940	138,864	27	187,632	740	9	13	24
Indonesia							
Total	124,892	100					
080430
200820	100,554	81	186,682	539	9	10	-4
200940	24,338	19	32,829	741	9	7	0

* Guatemala no ha reportado a COMTRADE cifras de exportación a 2006 por lo que se toma como base información de los compradores de productos exportados por dicho país (datos espejo).

Fuente: Elaboración propia con datos de Trademap