



Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
Dirección Estudios Económicos



Marzo, 2008

En el presente documento se estudia la situación actual de la producción y exportación de mora 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. De esta forma se pretende colaborar a que dichos productores y exportadores puedan identificar posibles oportunidades comerciales.



Índice de Contenido

1. GENERALIDADES	4
2. PRODUCCIÓN Y EXPORTACION DE MORA EN COSTA RICA	10
2.1 Descripción General del Sector	10
2.2 Exportaciones costarricenses	13
3. MERCADOS EXTERNOS.....	18
3.1 Producción mundial	18
3.2 Consumo mundial.....	24
3.3 Importaciones mundiales.....	25
3.3 Comportamiento de mercados seleccionados	27
3.4 Aspectos técnicos asociados a la exportación de mora	30
4. PRECIOS INTERNACIONALES.....	32
5. TENDENCIAS DE CONSUMO Y USOS.....	33
ANEXOS	39
ANEXO No. 1	39
Cotizaciones de la mora en diferentes terminales de carga de Estados Unidos, Enero 2008.....	39
ANEXO No. 2.....	42
Cotizaciones de la mora en terminales de carga de Europa, Enero 2008	42
ANEXO No. 3.....	43
Cotizaciones de la mora en terminales de carga de Canadá, Enero 2008	43

1. GENERALIDADES

1.1 Origen y generalidades

La mora es una fruta que pertenece al género *Rubus* cuya producción se da especialmente en zonas templadas y en tierras tropicales altas y que comprende aproximadamente 250 especies de plantas.. Este género agrupa a especies de plantas pertenecientes a la familia de las rosáceas que tiene tallos espinosos.

Dentro de este género se encuentran algunas especies como la frambuesa la zarzamora (*Rubus fruticosus*), mora de castilla (*Rubus glaucus*), la mora boreal (*Rubus chamaemorus*), mora de longan que es un híbrido natural entre la frambuesa y la zarzamora, la frambuesa japonesa (*Rubus phoenicolasius*), la zarza naranja (*Rubus spectabilis*) y la parrilla (*Rubus caesius*: parrilla).

Las moras negras o *blackberries* son también conocidas como zarzamoras, grupo en el cual se estima que hay más de 2000 variantes dado que es una planta que hibrida con facilidad produciendo una gran cantidad de variedades mixtas y haciendo, por tanto, más compleja la clasificación.

Estas frutas se les puede clasificar también dependiendo de la estructura del arbusto o planta que las produce, siendo que existen básicamente 3 tipos: erectos, semierectos y de *trail*. Además, pueden encontrarse especies con o sin espinas.

1.2 Usos de la mora y tipos de cultivos

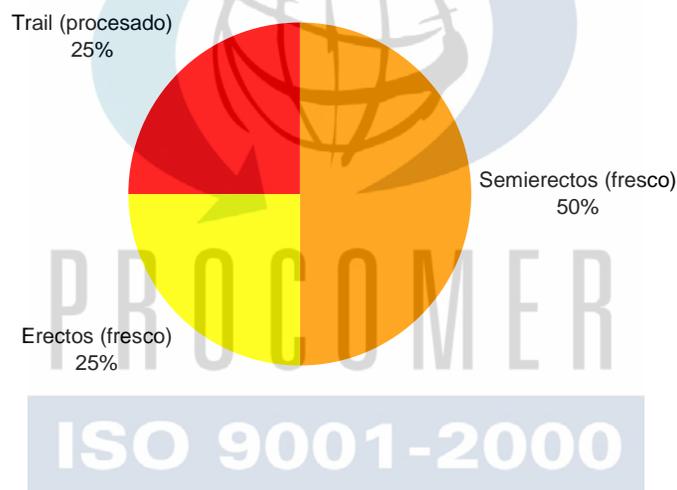
Este producto posee usos muy amplios y diferenciados que van desde el consumo de la fruta fresca, hasta su uso para jugos, mermeladas y hasta vinos. Por lo anterior es que puede ser utilizada tanto como un producto de mesa, hasta como materia prima de uso industrial. Si embargo, se estima que a nivel mundial el 90% del consumo de la mora es procesada y solo el 10% restante fresco.

Estimaciones correspondientes al año 2005 publicadas en Hortechology¹, indican que la mayor proporción del área de producción mundial de moras corresponde a

¹ Edición Abril-Junio, 2007. "Comprehensive Crop Reports", por Bernadine C. Strick, John R. Clarck, Chad E. Finn y M. Pilar Bañados.

cultivos semierectos. Se estima además que en general, los cultivos erectos y semirrectos producen frutas destinadas predominantemente al consumo fresco, pues se trata de frutas más firmes, con más resistencia a procesos de transporte y una “vida en estante” más prolongada. Por su parte las frutas de cultivos de *trail* son principalmente utilizadas para procesarse y en general poseen mayor sabor, tienen semillas diminutas y son frutas bastante aromáticas.

Área de producción mundial de moras según tipo de cultivo, 2005



Fuente: Hortechology

Algunas cualidades atribuidas a las moras son:

- Ricas en vitamina C y betacarotenos que, una vez ingeridos se convierten en vitamina A. Por lo anterior se considera que es una fuente de antioxidantes, especialmente si el producto es obtenido de manera silvestre.
- La carne de las moras es muy rica en bioflavonoides, componentes que le confieren propiedades para el mantenimiento adecuado de las células y evitan su rápida degeneración por la acción oxidante de los radicales libres.
- Los flavonoides presentes en las moras ayudan en la prevención del cáncer. También se estima que poseen propiedades antiinflamatorias por lo

que han sido consideradas muy adecuadas para el tratamiento de enfermedades dolorosas como la artritis.

- Comer moras nos puede ayudar a mantener las arterias en mejor estado, previniendo el colesterol y la arteriosclerosis.
- La vitamina C presente en las moras, además de las propiedades mencionadas anteriormente, ayuda a producir más estrógenos y disminuir las molestias asociadas a la menopausia.
- Se estima que estos componentes ayudan en el mantenimiento de la salud ocular, por lo que su consumo está asociado a mejoras en la visión y a la prevención de la degeneración de la vista.
- La mora es un fruto muy rico en fibra, ayudando a la prevención del estreñimiento y la obesidad.
- Contienen arbutina que posee propiedades diuréticas y antibacterianas.
- Es un fruto que favorece la digestión, pues los ácidos naturales que lo conforman estimulan la vesícula biliar y favorecen una mejor digestión de los alimentos.
- El alto contenido de vitaminas del grupo B (niacina, tiamina y riboflavina) que, entre otras funciones, contribuyen a mantener el estado de los nervios en buenas condiciones.
- Su alto contenido en componentes antibacterianos (vitamina C entre otros) contribuyen a eliminar los microorganismos presentes en las heridas.
- Otros de sus componentes (los taninos), poseen propiedades astringentes.

Todas estas cualidades, tal como se mencionará más adelante, resultan elementos sumamente importantes a considerar por parte de los exportadores de mora, pues calzan muy acertadamente con las tendencias de consumo más destacables a nivel mundial. Su estratégica y adecuada utilización pueden favorecer el consumo del producto y estimular su utilización mucho más allá que como una simple fruta, por ejemplo en las industrias de cosméticos, farmacia y en general en productos asociados a la salud y belleza.

1.3 Criterios generales de calidad

La información que se consigna en este apartado es una reproducción de datos consignados en Mercanet².

Hay cuatro factores críticos que influyen en la calidad final de la fruta: la manipulación, la temperatura, el tiempo transcurrido desde la cosecha y la altura de los empaques.

- Con respecto a la manipulación, se recomienda que a la cosecha la mora sea colocada inmediatamente en el empaque en que se va a comercializar, evitando trasvasarla posteriormente.
- Debe ser cosechada en las horas más frescas del día y colocada en lugares sombreados y ventilados. Si por motivos de fuerza mayor se da una exposición al sol, la fruta se decolora y se reduce sustancialmente la vida útil (debe considerarse que almacenada entre 0 y 1°C tiene una vida útil de una semana).
- La fruta fresca debe ser comercializada lo más pronto posible. Se deben utilizar empaques con paredes lisas (no canastos) y es fundamental que estos sean de poca altura³.

² [http:// www.mercanet.cnp.go.cr/Calidad/Poscosecha/Investigaciones/Frut%C3%ADcolas/Mora.htm](http://www.mercanet.cnp.go.cr/Calidad/Poscosecha/Investigaciones/Frut%C3%ADcolas/Mora.htm) elaborado por Milagro Cerdas Araya y Marta Montero Calderón.

- Existen otros elementos a considerar a partir de las diferencias en las variedades pues las cultivadas en Costa Rica (castilla, vino y criolla) son las que tienen los mayores porcentajes de azúcar. La "criolla" es la que tiene el menor porcentaje de acidez. Por estas razones, una de las primeras prácticas que debe eliminarse, es la de mezclar variedades en el empaque de cosecha y comercialización, pues las menos percederas se deterioran más rápido al estar en contacto directo con las variedades que se dañan primero.

Por otra parte, para el caso del mercado de Estados Unidos el USDA⁴ clasifica la mora en U.S. No.1 y U.S. No.2 las cuales tienen las siguientes características

- US No. 1 Consiste en moras firmes, de buen color, bien desarrolladas y no sobre maduras libre de defectos con una tolerancia de 1% de mora podrida.
- US No. 2 Consiste en moras firmes, de buen color, bien desarrolladas y no sobre maduras libre de defectos con una tolerancia de 2% de mora podrida.

Las variables consideras por esta entidad incluyen la apariencia, color, limpieza, madurez, frescura, etc.

1.4 Comercialización

En los principales mercados del mundo las moras se comercializan a través de importadores mayoristas especializados, de brokers o grandes cadenas de supermercados. Algunas de ellas cuentan con empresas propias dedicadas a la importación. Además están los agentes y compradores involucrados para el segmento de procesados, aunque en algunas ocasiones las empresas procesadoras adquieren la materia prima en forma directa. En términos muy generales puede decirse que intervienen entonces:

³ Esto se demuestra con este ejemplo: si se mantiene el producto por dos días en un empaque de 12 cm de altura, se obtendrá apenas un 50% de fruta sana si se deja a temperatura ambiente. Con tres días de almacenamiento en esa mismas condiciones, ya se habrán producido entre 9 y 10 cm de jugo.

⁴ <http://www.ams.usda.gov/standards/dew-blkb.pdf>

- El importador / distribuidores / *brokers* que distribuye a minoristas o supermercados.
- Procesadores
- Los distribuidores.



2. PRODUCCIÓN Y EXPORTACION DE MORA EN COSTA RICA

2.1 Descripción General del Sector

En el caso de Costa Rica, la mayor área productora de mora corresponde a la Zona de los Santos y Desamparados. La principal variedad de mora comercializada es la Mora Vino que crece en alturas de 1.500 metros sobre el nivel del mar en lugares como Alajuela (Zarcero), Cartago (la zona del Guarco, Los Santos y las partes altas de Pérez Zeledón).

La mayor proporción de la cosecha se presenta de febrero a marzo.

Expertos del Consejo Nacional de Producción (CNP), señalan que las plantaciones de mora en el país son dispersas y las cosechas no son programadas.

Señalan además que el mercado de mora en el país ha venido experimentando una crisis, por falta de organización. Además es un sector muy susceptible a los problemas climatológicos pues cuando se presentan condiciones lluviosas con viento, las plantaciones se ven afectadas, por deshidratación y pérdida de fuerza en la planta, por lo que en los meses de mayor verano, las cosechas muestran una mayor calidad y cantidad.

Cabe destacar también que el cultivo de este producto en Costa Rica es familiar, lo que limita en algunos la calidad obtenida pues por la manipulación y falta de asesoría la fruta se deteriora mucho en el proceso de recolección.

La mayor parte de la producción es orgánica, lo cual obedece a que ha crecido y desarrollado en forma silvestre (sembradas principalmente por los pájaros). El uso de agroquímicos es muy limitado concentrándose especialmente en la gallinaza y carbonato de calcio.

Una de las organizaciones costarricenses productoras de mora más destacadas en el país es APROCAM (Asociación de Productores de Mora Orgánica) que es una organización de pequeños y medianos productores de mora orgánica. Esta organización cuenta actualmente con unos 150 pequeños y medianos productores afiliados⁵, la mayoría localizados en zonas montañosas, sobre una altura entre los 1500 y 2300 msnm y a una distancia de la ciudad capital de Costa Rica (San José), de aproximadamente 50 (punto mas cercano) – (100 punto mas lejano) kilómetros.

La gran mayoría de los productores se dedican por completo a la producción del cultivo de la mora (*Rubus* spp) bajo el sistema de producción orgánica (libre de la presencia de agroquímicos). Esta organización tiene más de 15 años de experiencia en producción y comercialización y es la única organización que produce y exporta moras orgánicas a mercados internacionales, desde Costa Rica, a lo largo de 7 meses del año (setiembre a abril).

Todos los productores de mora afiliados a APROCAM, están distribuidos geográficamente en “filiales”, cada una de las cuales están constituidas como asociaciones de productores orgánicos de las comunidades en donde se ubican.

El siguiente cuadro resume la ubicación de los afiliados a APROCAM.

⁵ Los productores afiliados muestran una caída muy importante, ya que en el 2004, el número de productores afiliados a APROCAM ascendía a 360, en el 2005 cayeron a 250, y posteriormente a 150. Lo anterior no significa necesariamente que los productores han desaparecido, sino que algunos operan en forma independiente. Esto es una limitación importante del sector por cuanto los estándares de calidad se dispersan y hay una menor capacidad de atender los mercados de exportación.

APROCAM: DISTRIBUCION POLITICA Y NUMERO DE PRODUCTORES POR FILIAL				
PROVINCIA	CANTON	DISTRITO	CASERIO/ FILIAL	No. PRODUCTORES
San José	Dota	Copey	Cima	5
San José	Dota	Copey	Copey	6
San José	Dota	Copey	Providencia	13
San José	Dota	Copey	Trinidad	5
San José	Tarrazú	El Rodeo	Bajo Canet	7
San José	León Cortés	Santa Cruz	San Martín	46
San José	León Cortés	Jardín	Cedral	5
San José	Pérez Zeledón	Páramo	Jardín	18
San José	Pérez Zeledón	Páramo	División	16
San José	Pérez Zeledón	Páramo	Alto Jaular	4
San José	Pérez Zeledón	Páramo	Santa Eduviges	-
San José	Pérez Zeledón	Rivas	Buena Vista	15
Cartago	Guarco	Empalme	Empalme	10
Total:				150

Fuente: APROCAM

Estos productores cuentan en promedio con una hectárea de producción y utilizan mano de obra básicamente familiar, aunque ocasionalmente contratan trabajadores independientes.

La producción es orgánica y certificada por Eco-Lógica y reciben apoyo técnico constante a través de la asociación para producir bajo el sistema de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el sistema HACCP.

APROCAM recibe, maneja y comercializa la mora en estado fresco (presentación canastillas de 160 gramos) y congelado a - 10 ° C (en bolsas plásticas de varios tamaños), lo mismo que pulpa congelada a - 10 ° C (en estañones metálicos de 180 kilos).

Al momento de la elaboración de este documento, no se lograron ubicar cifras oficiales sobre el nivel de producción de mora en Costa Rica ni sobre el área de

producción dedicada a este cultivo. Se estima que en el caso de APROCAM⁶, para la cosecha 2006 se registraron 243 hectáreas, y una cosecha cercana a 76.138 kg, y que, además, en los dos últimos años se ha exportado aproximadamente el 30% de la producción, mientras que el 70% restante se vende tanto en producto fresco como congelado.

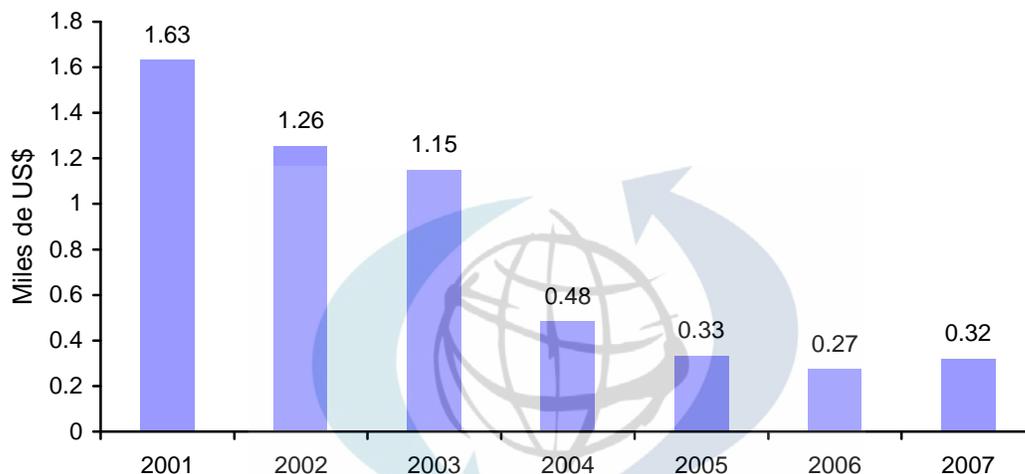
2.2 Exportaciones costarricenses

Tomando como base el volumen y valor de exportación registrado en PROCOMER para los productos de la partidas arancelarias 081020 (frambuesas, zarzamoras, moras y moras-frambuesa), los siguientes gráficos muestran la evolución de las exportaciones costarricenses de las moras. Cabe destacar que no existe una partida arancelaria específica para las moras negras que son la que resultan de mayor interés. Sin embargo la producción nacional de otros tipos de *berries* es relativamente limitada, por lo que al menos en el caso nacional, esta clasificación puede resultar una buena aproximación.

Tal como se aprecia en el gráfico anterior, las exportaciones costarricenses de mora han venido reduciéndose en los últimos años tanto en valor como en volumen físico. Solo en el 2007 se registra una leve recuperación en ambos indicadores.

⁶ Boletín No.1. Mora. Abril 2007. Flor Ma. Mora. Subgerencia de Desarrollo Agropecuario, Dirección Mercadeo Y Agroindustria, Servicio de Información de Mercados. Consejo Nacional de la Producción, CNP.

Costa Rica: evolución del valor de las exportaciones de mora* En miles de US\$ 2000-2007

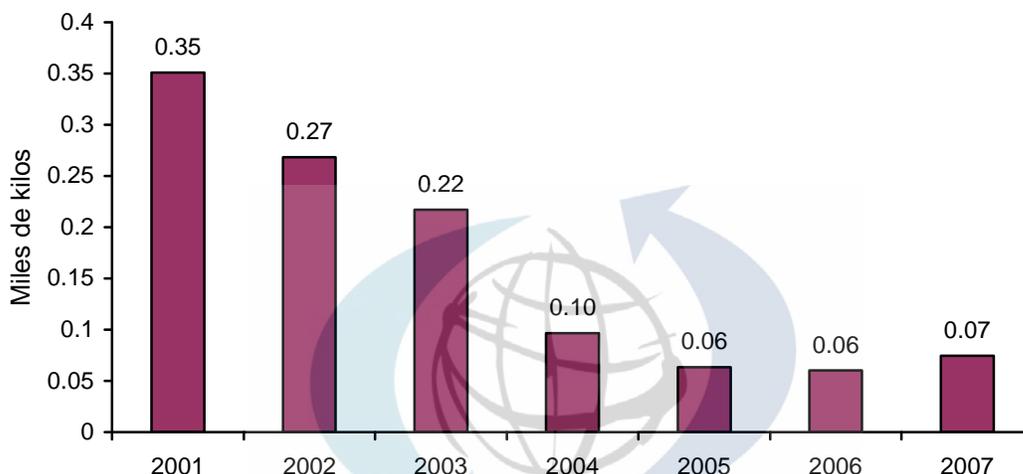


* Partida arancelaria 081020
Fuente: PROCOMER

En el caso específico del valor exportado, del 2001 al 2007 éste se ha contraído en un 80% y ha experimentado una contracción promedio anual del 20%, siendo el 2007 de todo el período analizado, el único año en el que se registra un incremento (17%).

Un comportamiento similar ocurre en el caso del volumen exportado.

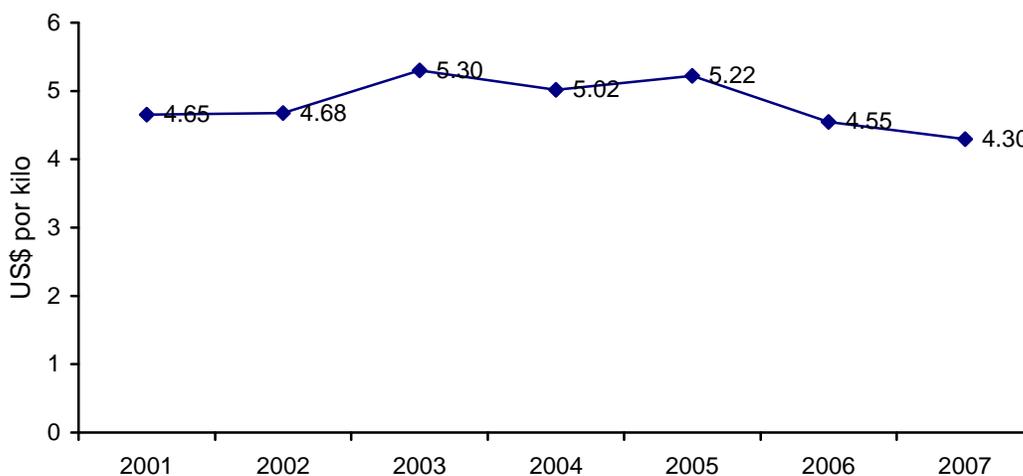
Costa Rica: evolución del peso exportado de mora* En miles de toneladas métricas 2000-2007



* Partida arancelaria 081020
Fuente: PROCOMER

El precio promedio de colocación de las exportaciones de mora ha oscilado entre US\$ 5,30 por kilo (valor registrado en el año 2003) y US\$4,30 por kilo, siendo este valor el correspondiente al año 2007.

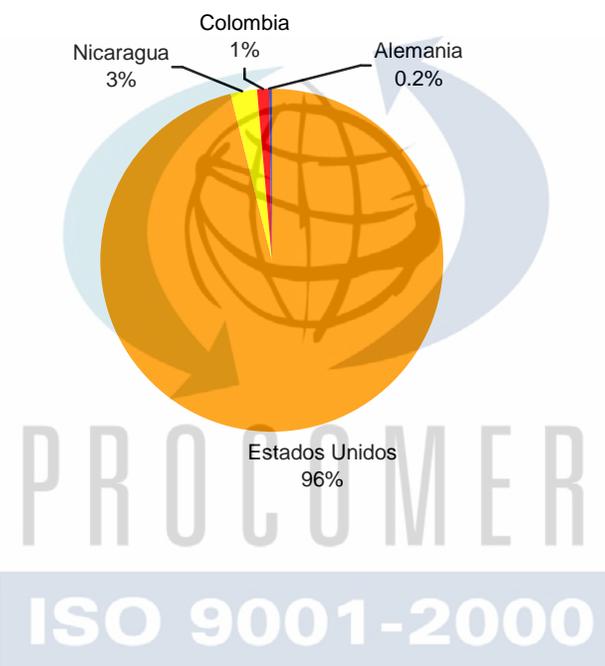
Costa Rica: evolución del precio promedio de las exportaciones de mora* 2000-2007



* Partida arancelaria 081020
Fuente: PROCOMER

Casi la totalidad de las exportaciones costarricenses de mora se dirigieron en el 2007 al mercado estadounidense, mercado al que se ha llegado especialmente bajo el formato de producto orgánico.

Costa Rica: principales países de destino de las exportaciones de mora* 2007



* Partida arancelaria 081020
Fuente: PROCOMER

Dada la dependencia de este mercado, el comportamiento de nuestras colocaciones en él va a ser muy similar al registrado para la totalidad del subsector, tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

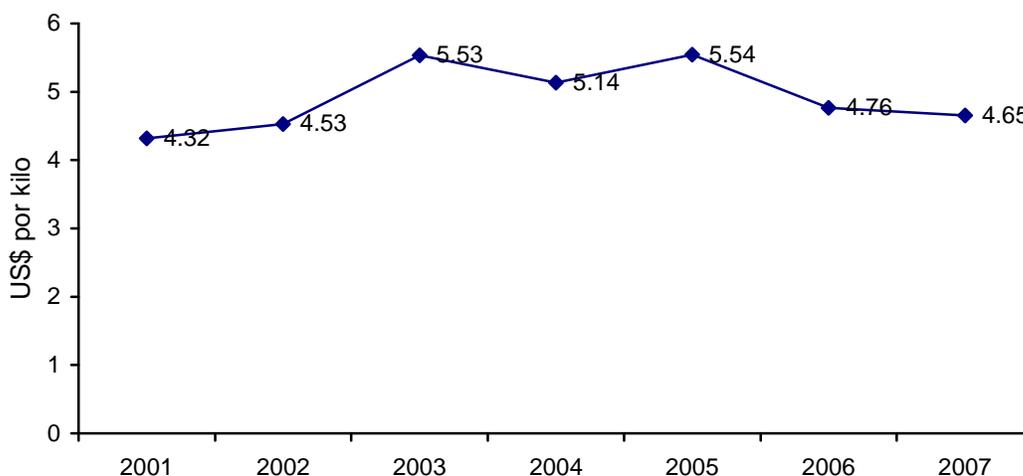
Evolución de las exportaciones costarricenses al mercado estadounidense Cifras en US\$ y kilos



Fuente: PROCOMER

No obstante lo anterior, cabe resaltar que al menos para los últimos años, las colocaciones nacionales de mora en ese mercado se han realizado a precios promedio levemente superiores a los registrados para el total de exportaciones.

Costa Rica: evolución del precio promedio de las exportaciones de mora* al mercado de Estados Unidos 2000-2007



* Partida arancelaria 081020
Fuente: PROCOMER

3. MERCADOS EXTERNOS

3.1 Producción mundial

Al iniciar el análisis de la producción mundial de moras, debe en primer lugar tenerse presente que no existen cifras oficiales específicas para las moras (*blackberries*), pues incluso a nivel de la FAO, la información disponible corresponde al grupo "*Raspberries and other berries*".

Sin embargo, estudios recientes de Horttechnology⁷ indican que en el año 2005 se dedicaron 20.035 hectáreas a la producción de moras, siendo que en relación al año 1995 éste indicador muestra un crecimiento del orden del 45% a nivel mundial. Estimaciones de esta misma fuente indican que para el 2015 el área de producción (sin incluir áreas silvestres⁸), ascenderá a 27.032 hectáreas.

El área dedicada a su cultivo también se ha mantenido en niveles muy estables en los últimos años, llegando a totalizar tan solo los 7,4 millones de hectáreas, siendo que el ritmo de crecimiento anual promedio tan solo ha sido del 1,6% en los últimos 10 años.

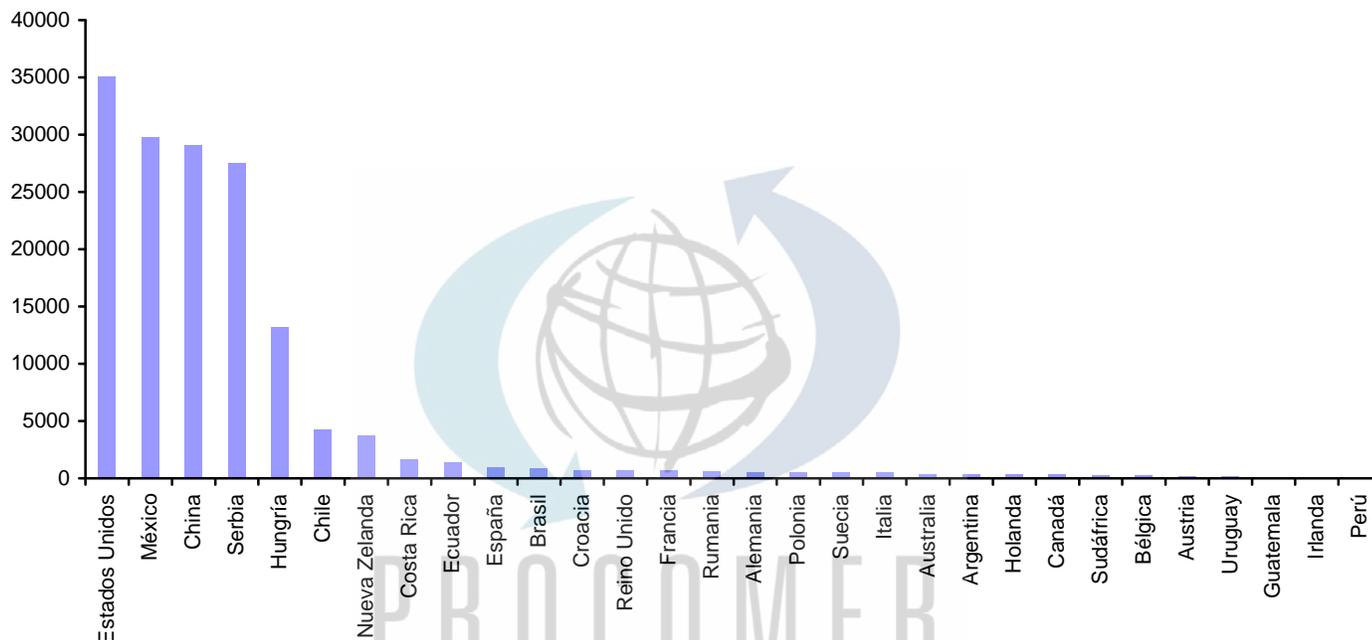
Según las cifras presentadas en ese mismo estudio, Costa Rica aportó el 1% de la producción mundial de moras en el año 2005 y cerca del 7% del área dedicada a su cultivo comercial.

Tal como se puede apreciar en el gráfico, los 5 primeros países explican la mayor proporción de la producción mundial (87%). Estados Unidos encabeza la lista con un aporte del 23%; le siguen México (19%), China (19%), Serbia (18%) y Hungría (18%).

⁷ Bernadine C. Strik, John R. Clark, Chad E. Finn, and M. Pilar Bañados .Worldwide Blackberry Production. HortTechnology 2007 17: 205-213.

⁸ Unas 8000 ha, prácticamente el 40% del total mundial, están asociadas a producción silvestre.

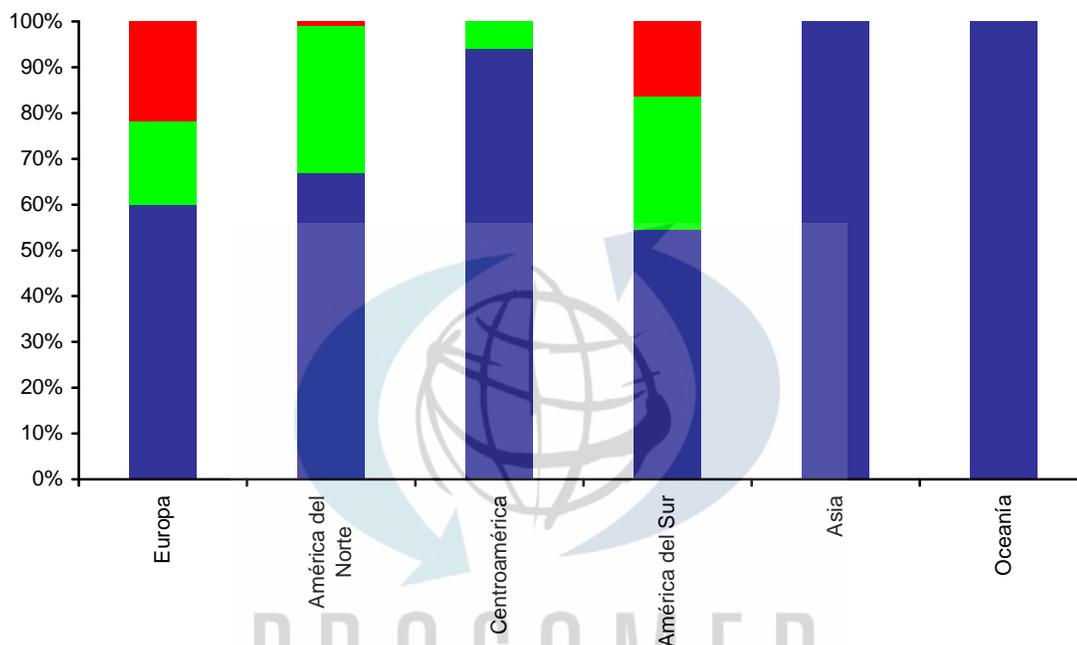
Producción mundial de mora (*blackberries*) Cifras en toneladas por país, 2005



Fuente: Hortechology

Analizando la información anterior en hectáreas por región del mundo, se puede apreciar el liderazgo en la región a la que pertenecen, de cada uno de los 5 países mencionados con anterioridad.

Producción mundial de mora (*blackberries*) Principales países productores por región (en hectáreas)



Fuente: Hortechology

Algunos elementos sobre la producción en mercados clave se resumen a continuación:

- **Serbia:** 90% de su producción es procesada y exportada.
- **Hungría:** la mayor parte es procesada y exportada.
- **Estados Unidos:**
 - ✓ 65% proviene de Oregon, 95% es procesada, y el 100% de la producción se dedica a atender las necesidades del mercado doméstico.
 - ✓ Otros Estados importantes: California y Texas.
- **México:** Michoacán, Jalisco y Chihuahua destacan como las principales localidades de producción. La mayor parte de la producción se exporta como producto fresco a Estados Unidos.

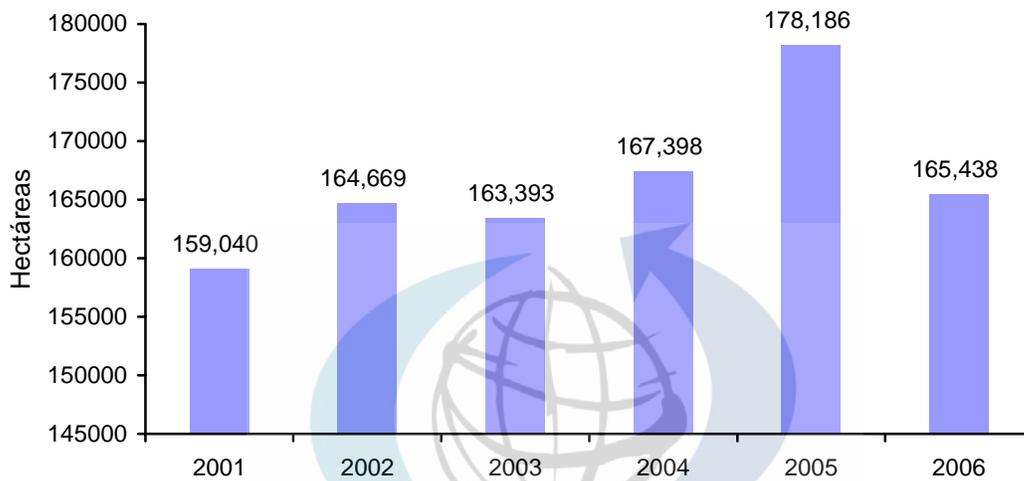
- **Costa Rica:** menos del 15% de la producción es exportada. La mayor parte es utilizada para consumo fresco y procesado local.
- **Ecuador:** 15% es exportada en fresco. Destaca su incursión en la producción orgánica.
- **Chile:** la mayor proporción de la fruta producida es procesada para el mercado de exportación.
- **Brasil:** la mayor parte de su producción es procesada para el consumo doméstico.
- **China:** la mayor proporción del producto es procesada. Se estima que un 70% de la producción procesada se exporta y el 10% de la fresca.
- **Nueva Zelanda:** la mayor parte de la producción se procesa y el 55% de ésta se exporta.

Si se utiliza como fuente de información a la FAO, es importante considerar que no hay una agrupación que corresponda específicamente a *blackberries*, por lo que las cifras que se utilizan corresponde a *Raspberries & other berries*. Únicamente a través de la información de esta fuente que posee las limitaciones apuntadas anteriormente, fue posible obtener indicadores acerca de la evolución de la producción y consumo de moras.

En primer lugar, según la FAO Costa Rica aporta el 0,03% de la superficie cultivada de este grupo de productos en el año 2006.

Para el período 2001-2006 el área destinada a la producción de *Raspberries & other berries* registra un crecimiento anual promedio del 0,9%, siendo el último período el que registra la caída más notoria al pasarse de 178.186 hectáreas a 165.438 (7,2% de contracción). Entre el 2001 y el 2006 el área mundial destinada a estos productos sólo se incrementó en un 4%.

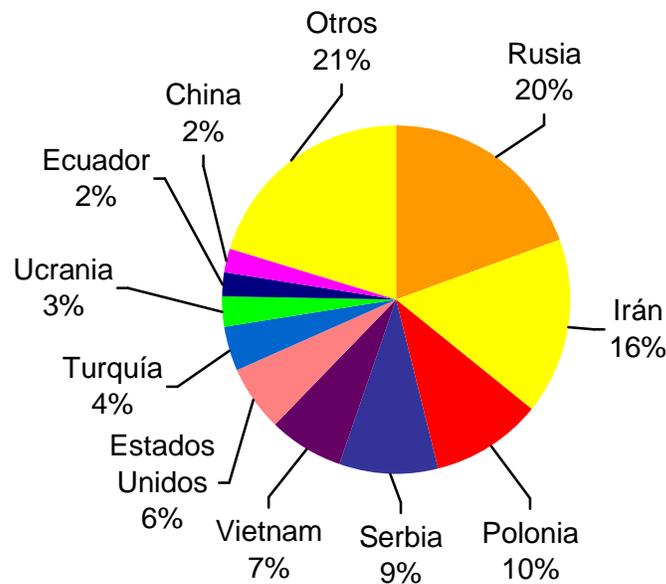
Raspberries & other berries: evolución del área de producción mundial



Fuente: FAO

Los 10 principales países productores explican el 79% de la superficie de producción que corresponde a ese año.

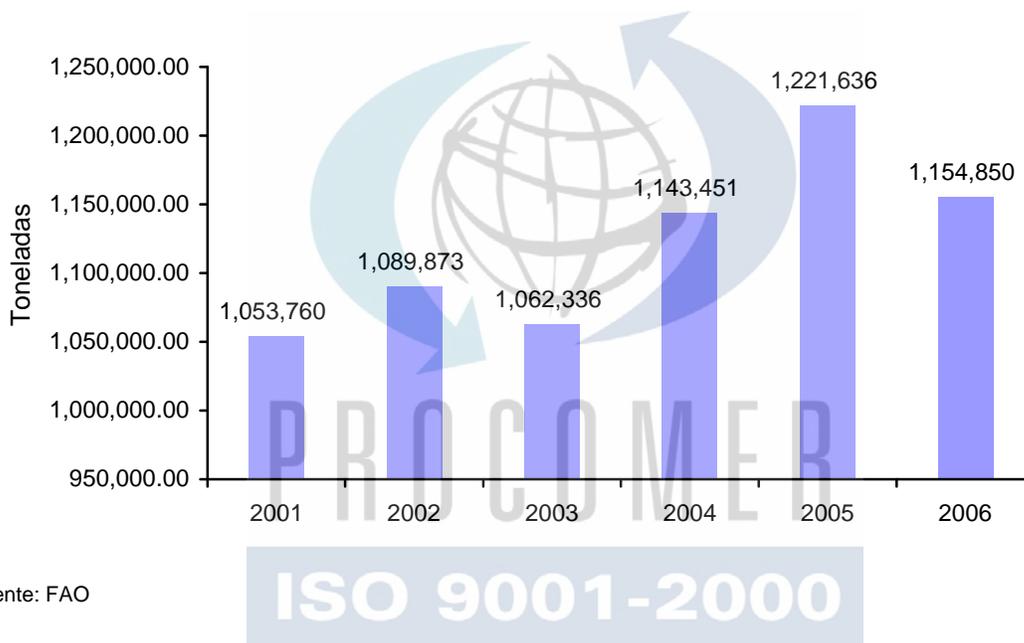
Raspberries & other berries: distribución del área de producción mundial según países



Fuente: FAO

En cuanto al volumen de producción, se tiene que para el 2006 ascendió a 1,154,850 toneladas, registrándose un incremento del 9,6% en la producción de esta fruta entre el año 2001 y el 2006. En términos promedio, la producción se expandió a un ritmo anual del 2%, siendo el pico más elevado el correspondiente al año 2005, tal como ocurre al analizar el área de producción.

Raspberries & other berries: evolución del volumen de producción mundial

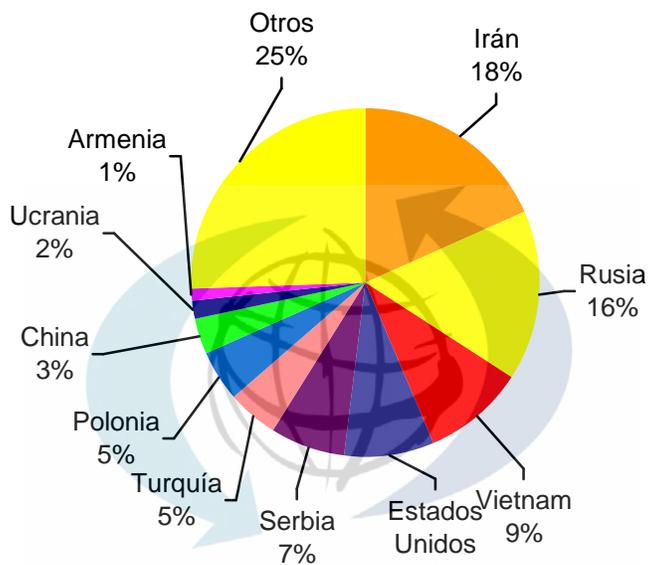


Fuente: FAO

Se estima que el resultado en el comportamiento es un efecto combinado del incremento en el área de producción y de mejoras en el rendimiento.

Al analizar la distribución del volumen producido, se tiene que los 10 primeros países explican el 75% de la producción mundial del grupo *Raspberries & other berries*. En este caso el aporte de Costa Rica es el 0,06%.

Raspberries & other berries: distribución del volumen de producción mundial según países



Fuente: FAO

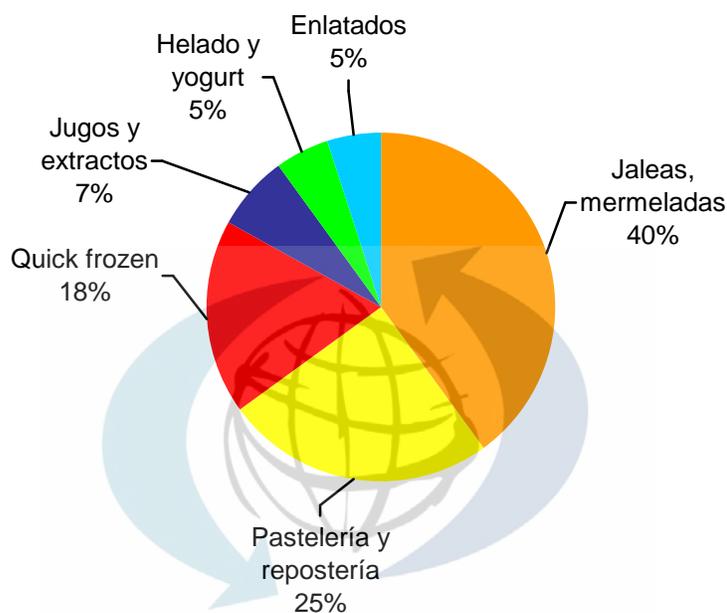
3.2 Consumo mundial

A partir de las Hojas de Balance de Alimentos elaboradas por la FAO, es posible estimar el consumo mundial de los productos del grupo *Raspberries & other berries* destacando como principales consumidores Irán, Rusia Vietnam, Estados Unidos y Turquía.

Según cifras de North American Bramble Growers Association, cerca del 90% del consumo de la mora se destina al procesamiento y solo el 10% se consume como fruta de mesa, sin embargo esta forma de consumo tiende a aumentar por el creciente interés de los consumidores hacia las frutas los vegetales frescos o naturales.

El siguiente gráfico muestra los principales usos que en el caso del mercado de los Estados Unidos tiene la fruta procesada.

Distribución del uso de la mora procesada según grupos de productos*



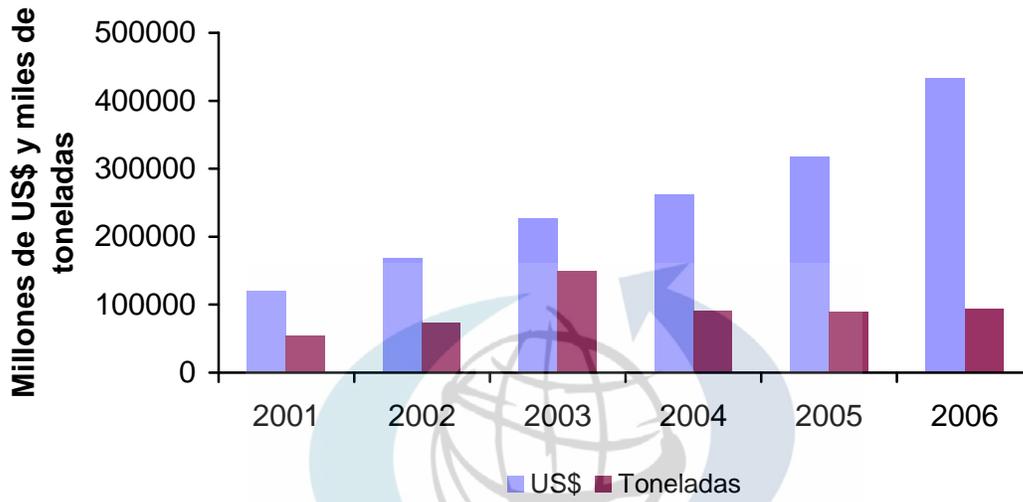
* Datos para Estados Unidos

Fuente: North American Bramble Growers Association

3.3 Importaciones mundiales

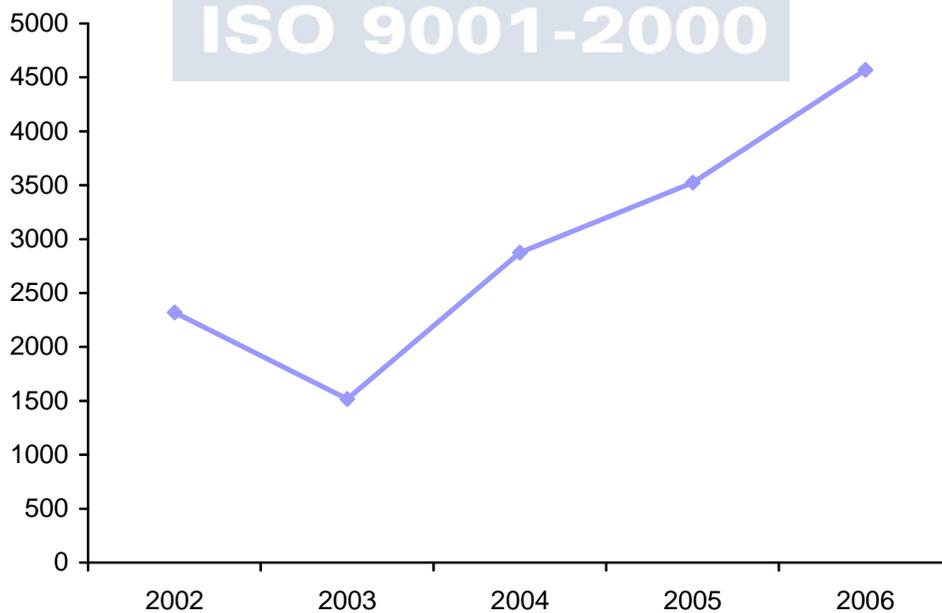
El valor de las importaciones mundiales de mora registran un crecimiento del 256,4% del 2001 al 2006, esto es un crecimiento promedio anual del 29%, siendo el período 2001-2002 en el que se registra el incremento anual más sobresaliente. Si se analiza la evolución del volumen transado, el incremento de todo el período es del 73%, y el ritmo anual promedio de crecimiento es del 21%. De allí que pueda concluirse que la valoración internacional de este producto haya mejorado notablemente en los últimos años, tal como se aprecia en uno de los gráficos siguientes.

Evolución de las importaciones mundiales de mora* Cifras en US\$ y toneladas



Fuente: Trademap
* partidas 081020

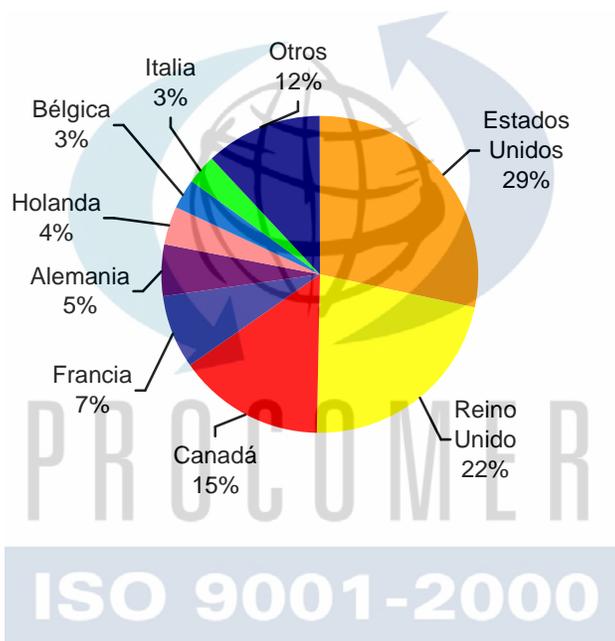
Evolución del precio (US\$) por tonelada métrica importada de moras* 2002-2006



Fuente: Trademap
*Partidas 081020

Si se analiza la distribución del valor total importado a nivel mundial por país importador, se tiene Estados Unidos, Reino Unido y Canadá constituyen los principales demandantes internacionales del producto. En conjunto estos tres mercados son responsables por el 66% de las importaciones mundiales de mora.

Principales países importadores de mora* según grupos de productos, 2006



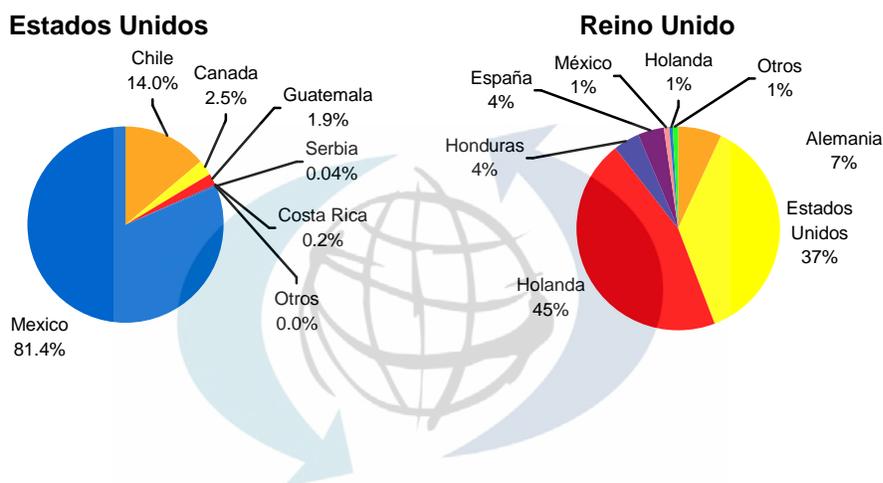
Fuente: Trademap
*Partidas 081020

3.3 Comportamiento de mercados seleccionados

Dada la importancia de Estados Unidos como principal destino de las exportaciones costarricenses de mora y como importador número uno de este grupo de productos en el mundo, se consideró importante analizar el comportamiento registrado en las importaciones realizadas por este mercado en los últimos años. Se incluye en el siguiente análisis el caso de Reino Unido (segundo más grande importador).

Tal como se aprecia en los siguientes gráficos, Estados Unidos se abastece principalmente de México, siendo que la participación de Costa Rica asciende únicamente al 0,2% del total importado por ese mercado en el año 2006.

Distribución por país de origen de las importaciones de mora de los principales países de destino de las exportaciones costarricenses de mora 2007

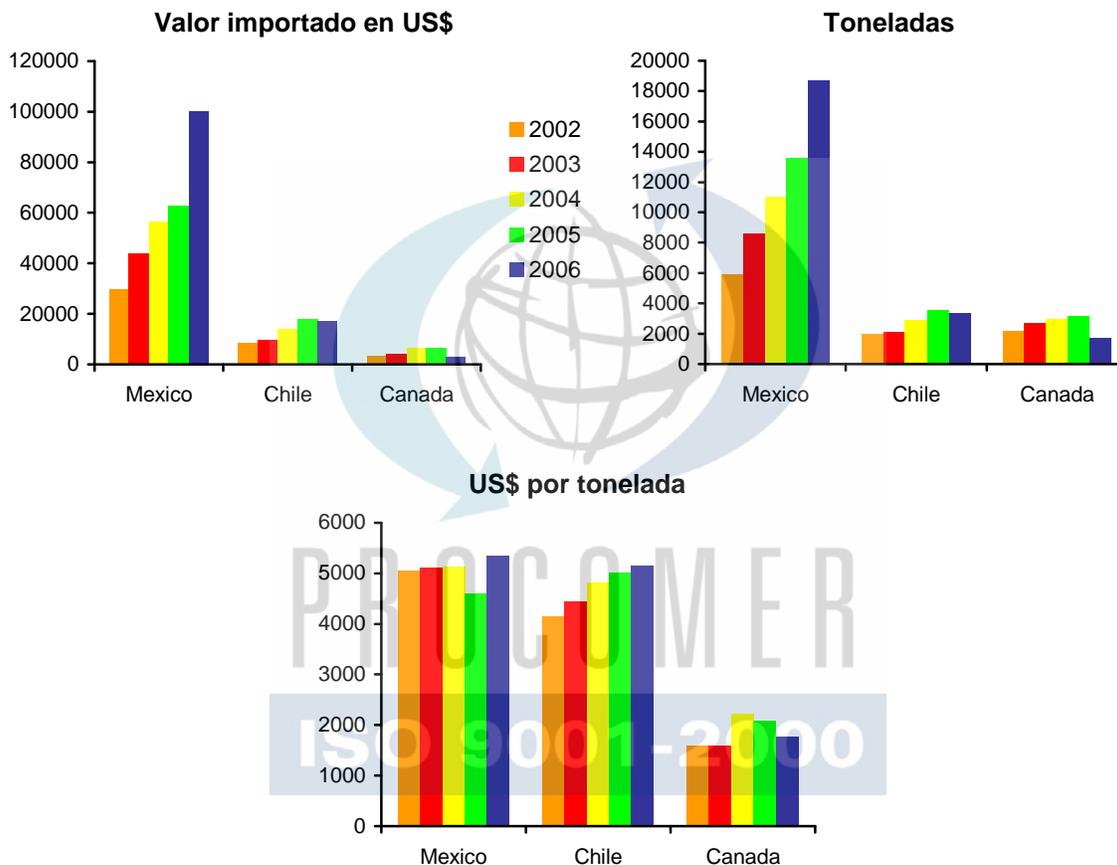


Fuente: Trademap

En el caso de Reino Unido, nuestra participación es prácticamente imperceptible. Sin embargo destaca la Estados Unidos como el segundo proveedor (reexportaciones) y el caso de Honduras, que incluso supera las colocaciones de México.

En el caso de Estados Unidos, es claro el dominio de los mexicanos, que no solo han venido colocando cantidades cada vez más elevadas de moras, sino a precios superiores a los del resto de sus proveedores más destacados como los son Chile y Canadá.

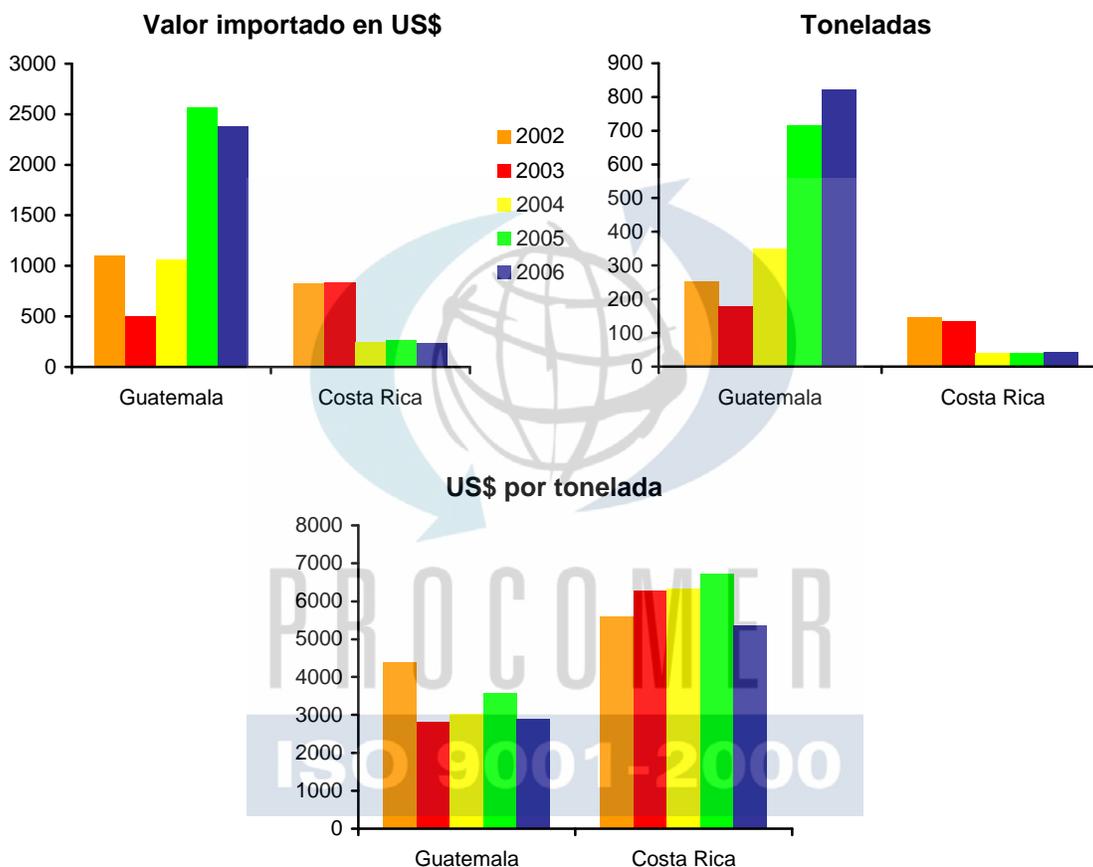
Evolución del valor, peso y precio promedio de importación de la mora en Estados Unidos provenientes de México, Chile y Canadá 2002-2006



Fuente: Trademap

Costa Rica por su parte no solo es superada por los anteriores países proveedores, sino también por Guatemala como proveedor centroamericano. Destaca la contracción en el volumen y valor de las importaciones estadounidenses desde territorio costarricense. No obstante, tal como se aprecia en uno de los gráficos adjuntos, el precio promedio de colocación en el mercado estadounidense del producto procedente de Costa Rica es superior al de cualquiera de los otros países que abastecen el mercado de Estados Unidos. Esto último está estrechamente ligado al hecho de que nuestras colocaciones en ese mercado sean fundamentalmente de moras orgánicas.

Evolución del valor, peso y precio promedio de importación de la mora en Estados Unidos provenientes de Costa Rica y Guatemala 2002-2006



Fuente: Trademap

3.4 Aspectos técnicos asociados a la exportación de mora

Los siguientes son los requisitos generales establecidos para el mercado estadounidense⁹.

- Cumplimiento de regulaciones del US Food and Drug Administration (FDA).
- Cumplimiento de los procesos de notificación al FDA¹⁰.
- Cumplimiento de los requisitos establecidos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) en términos restricciones cuarentenarias^{11 12}.

⁹ Puede ampliarse en documentos disponibles en el Centro de Información de PROCOMER, relativo a las condiciones de acceso al mercado de Estados Unidos para productos agrícolas y procesados.

¹⁰ <http://www.fda.gov/>

Perfil Producto: Mora

- Cumplimiento de requisitos de grado, tamaño y calidad (mencionados anteriormente)¹³.
- Cumplimiento de requisitos sobre residuos de pesticidas establecidos por el US Environmental Protection Agency (EPA)¹⁴.



¹¹ http://www.aphis.usda.gov/about_aphis/
¹² http://www.aphis.usda.gov/plant_health/index.shtml
¹³ <http://www.ams.usda.gov/standards/dew-blkb.pdf>
¹⁴ <http://www.epa.gov/pesticides/>

4. PRECIOS INTERNACIONALES

En la sección de anexos se presenta información de las cotizaciones según país de origen de las moras en los mercados de Estados Unidos, Europa y Canadá.

Los precios promedio de importación y su tendencia han sido comentados y analizados en la sección anterior de este documento.



5. TENDENCIAS DE CONSUMO Y USOS

Según la XTC, se pueden identificar quince tendencias que a su vez son agrupadas en cinco ejes que corresponden a las expectativas de los consumidores.

- Placer: lo que genera el deseo, generalmente asociado a valores emocionales. Tendencias asociadas: Sofisticación, Exótico, Variedad de sentidos y Diversión.
- Salud: las acciones beneficiosas para la salud y la prevención. Tendencias asociadas: Natural, Vegetarianismo y Medicinal.
- *Fitness*: el cuidado de la apariencia, el estado físico y mental. Tendencias asociadas: Dietético, Energía/Bienestar y Cosmético.
- Conveniencia: uso efectivo y adaptación a las nuevas formas de vida. Tendencias asociadas: fácil manejo, ahorro en tiempo y nomadismo.
- Ética: sensación/sentimiento de la ciudadanía, atención enfocada en los otros y su ambiente. Tendencias asociadas: Ciudadanía y Ecología.

Los siguientes cuadros, resumen lo que contempla cada uno de ellos, así como el tipo de productos que ha venido generando la industria presente en Europa de cara a estas tendencias:

Eje: Placer

Eje	Tendencia	Expectativas del Consumidor	Respuesta de la Industria
Placer: Lo que genera el deseo, generalmente asociado a valores emocionales.	Sofisticación	Productos con un alto valor agregado, excluyendo el consumo excesivamente monótono pero buscando los productos excepcionales o aquellos con una posición elitista.	Productos de alto valor agregado, con una elaboración sofisticada, el uso de ingredientes diferentes y exclusivos, con procesos industriales que requieren un alto grado de conocimiento y empaques y diseños elegantes que reflejan exclusividad.
	Exótico	Descubrir nuevos sabores y tipos de comida procedentes de países y culturas diferentes	Productos cuyo principal valor agregado es ofrecer una receta típica de un país extranjero que sea diferente de la cocina local.
	Variedad de Sentidos	El consumidor desea nuevas sensaciones a través de los sabores, aromas, colores y la imaginación	La industria responde con diferentes productos en los cuales el valor agregado se deriva de un nuevo sabor, forma, color, textura o una característica que apela a la imaginación del consumidor (productos estacionales o productos para ocasiones especiales).
	Diversión	El consumidor espera productos divertidos que se salgan de los hábitos	La industria responde con productos que sorprenden, divierten, recrean e interactúan con las costumbres.

ISO 9001-2000

Eje: Salud

Eje	Tendencia	Expectativas del Consumidor	Respuesta de la Industria
Salud: Las acciones beneficiosas para la salud y su prevención.	Natural	Una dieta natural que garantice la seguridad alimenticia.	La industria responde con productos cuya composición natural asegura la inocuidad en términos de la salud.
	Vegetarianismo	Beneficios para la salud proporcionados por las plantas (fibra, vitaminas), asociados a la inocuidad que su característica de natural les brinda.	Productos con ingredientes vegetales como una forma de asegurar la salud.
	Medicina	Esperan que el consumo de elementos nutricionales contribuya a la buena salud, o una dieta que ayude a tratar ciertos desórdenes.	Productos con ingredientes naturales o agregados que en su composición garantizan un beneficio para la salud.

Eje: Fitness

Eje	Tendencia	Expectativas del Consumidor	Respuesta de la Industria
Fitness: el cuidado de la apariencia, el estado físico y mental.	Dietético	Las expectativas se centran en la pérdida de peso o la lucha contra la obesidad.	Productos con bajo contenido de ingredientes que puedan aumentar el peso.
	Energía-Bienestar	Productos que den energía o generen una sensación de relajación y bienestar.	Productos con ingredientes que estimulan el cuerpo o promueven una sensación de relajación y bienestar.
	Cosmético	Optimizar la belleza a través de la dieta.	Productos que presentan una promesa cosmética a través de sus ingredientes.

Eje: Conveniencia

Eje	Tendencia	Expectativas del Consumidor	Respuesta de la Industria
Conveniencia: uso efectivo y adaptación a las nuevas formas de vida.	Fácil manipulación/manejo	Facilidad y simplicidad en el transporte y el uso o la destrucción de los productos.	Productos con un diseño o embalaje que proporciona un beneficio en términos de la comodidad o facilidad en el manejo.
	Ahorro en tiempo	El ahorro de tiempo en la preparación de comidas.	Productos con una ventaja en términos de ahorro en el tiempo de preparación o cocción.
	Nomadismo	La posibilidad del consumo en cualquier momento y cualquier lugar.	Productos diseñados y preparados para ser consumidos sin tener el tiempo necesario y sin los utensilios usuales (cubiertos, mesa, etc.)

Eje: Ética

Eje	Tendencia	Expectativas del Consumidor	Respuesta de la Industria
Ética: sensación/sentimiento hacia la ciudadanía, atención enfocada en los otros y su ambiente.	Ciudadanía y Ecología	La posibilidad de consumir pero con una actitud hacia la ciudadanía: la conservación del ambiente, la participación y la economía sostenible.	Productos manufacturados tomando en cuenta la economía y el ambiente sostenible. Productos con un porcentaje de sus rentas redistribuidas a "causas mayores".

Tal como se ha señalado en secciones previas de este documento, existen una serie de estudios y evidencias que destacan una serie de cualidades de la mora desde el punto de vista de la salud y la estética. En este sentido se considera muy importante aprovecharlas, mediante la inclusión de información alusiva, campañas de comercialización, empaque y otros, para no solo favorecer el consumo de las moras sino posicionarse en niveles de precio más elevados en relación a otros productos estándar.

Ejemplo de etiqueta de canasta de moras

Blackberries Nutrition Facts

Serving Size : 1 cup (144g)

Amount Per Serving

Calories from Fat

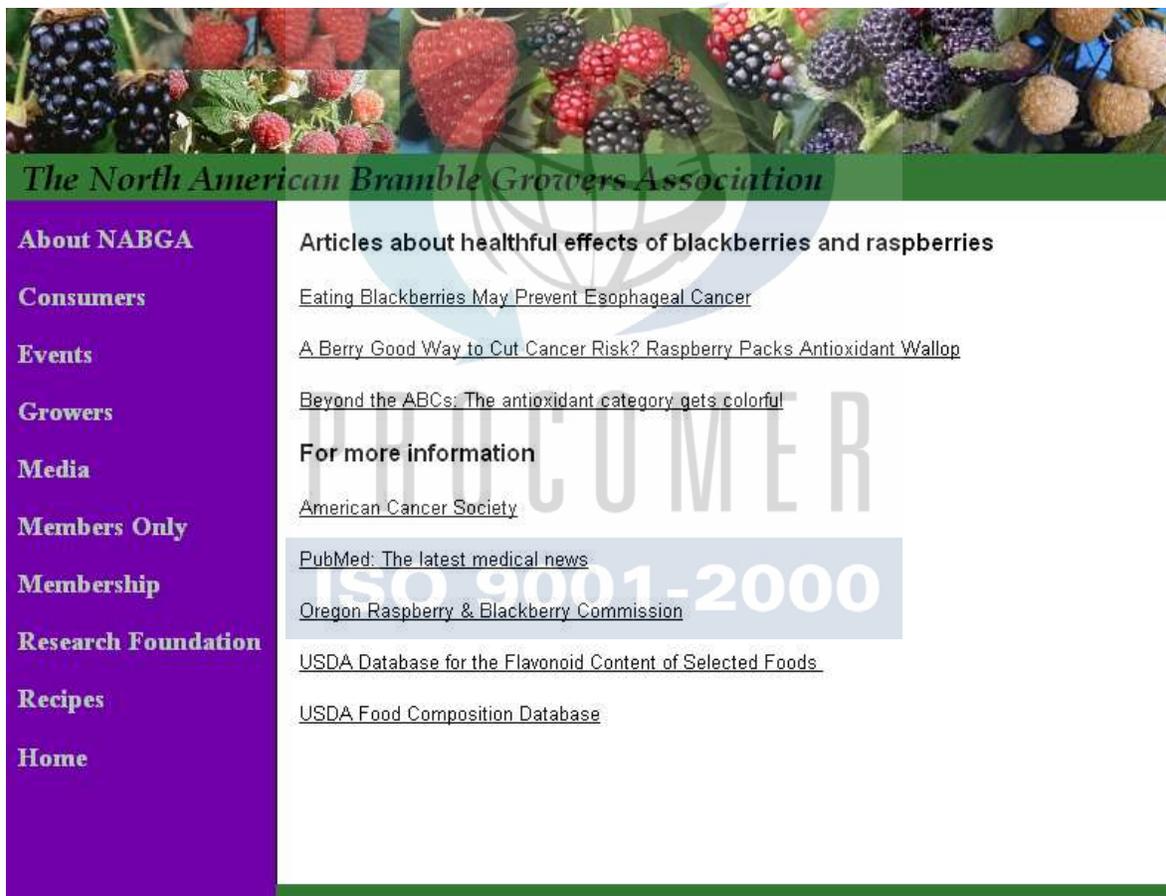
Calories 60

	% Daily Value ^a
Total Fat 1g	2%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 12 g	4%
Dietary Fiber 6g	
Sugars 6g	
Protein 1g	
Vitamin A 0%	Vitamin C 50%
Calcium 4%	Iron 4%

^aPercent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.
Source: PMA's Labeling Facts

This is the basic USDA nutritional label. Blackberries have many other ingredients that have been shown to improve health and fight cancer. Additional information about these is on this website.

Resulta importante aprovechar las sinergias de otras organizaciones para fomentar la difusión de esta información. La siguiente ilustración presenta información consignada en una página de Internet correspondiente a asociaciones de productores de moras en donde se destacan sus cualidades naturales para una mejor salud.



<http://www.raspberryblackberry.com>

La exportación costarricense de moras bajo el concepto de orgánicos, constituye un ejemplo del aprovechamiento de una de dos de estas tendencias: la de la salud y la de la ética. Sin embargo, los esfuerzos puede redoblarse aún más en especial considerando que no es Estados Unidos el principal mercado demandante de

productos naturales u orgánicos, sino más bien los países europeos. De allí la importancia entonces de diversificar los destinos de exportación y con ello mejorar la evolución de las colocaciones nacionales en el exterior de este producto.

La mayor industrialización del producto, mediante la búsqueda de mayor valor agregado, constituyen grandes oportunidades para los exportadores costarricenses de mora. Su cada vez mayor utilización en la industria cosmetológica así como su incorporación como ingrediente saludable en otros productos de la industria alimentaria, deberán ser mayormente aprovechadas por los productores nacionales.

Finalmente, tal como se resume en el cuadro correspondiente al eje de la conveniencia, esta tendencia llama la atención tanto para la venta de moras como producto fresco, como congelado, etc., acerca de los retos en materia de empaque entorno de la mora. Incluso esta tendencia va mucho más allá de este aspecto, pues al combinarla con otras tendencias, es clara la importancia que cada vez más el consumidor atribuye a que el consumo sea fácil (preparación, etc), pero que también la disposición que se pueda hacer de los materiales de empaque sea sencilla y contribuya a la preservación del medio ambiente.

ANEXOS

ANEXO No. 1

Cotizaciones de la mora en diferentes terminales de carga de Estados Unidos, Enero 2008

SUMMARY OF OPERATION
(EACH COLORED CELL REPRESENTS AN OPERATIONS DAY)

TERMINAL	1	2	3	4		7	8	9	10	11		14	15	16	17	18		21	22	23	24	25		28	29	30	31	
ATLANTA																												
BOSTON																												
BALTIMORE																												
COLUMBIA																												
DALLAS																												
DETROIT																												
LOS ANGELES																												
CHICAGO																												
MIAMI																												
PHILADELPHIA																												
NEW YORK																												
PITTSBURGH																												
SAN FRANCISCO																												
ST. LOUIS																												
SEATTLE																												

MISC BERRIES - Blackberries - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
ATLANTA	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	18.00	18.00	18.00	18.00	2
ATLANTA	MEXICO	ounce cups with lids	lge	15.00	26.00	18.95	19.57	21
BALTIMORE	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	16.00	22.00	18.17	18.67	6
BALTIMORE	MEXICO	ounce cups with lids	lge	14.00	24.00	17.35	18.24	17
BALTIMORE	MEXICO	ounce cups with lids	med	16.00	16.00	16.00	16.00	6
BOSTON	CHILE	ounce cups with lids	lge	30.00	30.00	30.00	30.00	5
BOSTON	CHILE	ounce cups with lids	med	21.00	24.00	21.00	24.00	1
BOSTON	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	10.00	33.00	19.15	21.45	20
BOSTON	MEXICO	ounce cups with lids	lge	12.00	24.00	15.17	18.50	6
BOSTON	MEXICO	ounce cups with lids	med	12.00	28.00	18.25	20.56	16
CHICAGO	MEXICO	ounce cups with lids	lge	15.00	24.50	17.57	19.19	21
CHICAGO	MEXICO	ounce cups with lids	med	14.00	16.00	14.00	16.00	2
COLUMBIA	MEXICO	ounce cups with lids	...	18.00	18.00	18.00	18.00	15
DALLAS	MEXICO	ounce cups with lids	lge	23.00	33.00	29.40	29.40	20
DALLAS	MEXICO	ounce cups with lids	sml	19.00	20.00	19.00	19.58	12
DETROIT	MEXICO	12 1/2-pint containers with lids	lge	14.00	14.00	14.00	14.00	3
DETROIT	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	10.00	26.00	15.26	18.29	17
DETROIT	MEXICO	ounce cups with lids	lge	10.00	23.00	13.91	15.00	11
LOS ANGELES	GUATEMALA	ounce cups with lids	lge	18.00	22.00	18.00	22.00	1
LOS ANGELES	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	10.00	28.00	20.41	21.45	22
LOS ANGELES	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	nooff	0.00	0.00	0.00	0.00	1
LOS ANGELES	MEXICO	insufficient offerings to quote	lge	24.00	28.00	24.00	28.00	1
LOS ANGELES	MEXICO	ounce cups with lids	lge	8.00	22.00	12.89	16.37	19

Perfil Producto: Mora

LOS ANGELES		MEXICO	ounce cups with lids flats	lge	16.00	20.00	16.00	20.00	1
MIAMI		GUATEMALA	12 1/2-pint containers with lids	...	14.00	14.00	14.00	14.00	1
MIAMI		GUATEMALA	ounce cups with lids	...	18.00	24.00	19.21	19.43	14
MIAMI		MEXICO	12 1/2-pint containers with lids	...	20.00	20.00	20.00	20.00	5
MIAMI		MEXICO	12 6-ounce cups with lids	...	27.00	28.00	27.00	28.00	3
MIAMI		MEXICO	ounce cups with lids	...	17.00	24.00	19.95	21.20	20
NEW YORK		MEXICO	12 6-ounce cups film wrapped	...	15.00	18.00	15.00	18.00	1
NEW YORK		MEXICO	12 6-ounce cups film wrapped	lge	9.00	15.00	10.50	13.00	6
NEW YORK		MEXICO	12 6-ounce cups film wrapped	med	6.00	15.00	9.75	11.00	8
NEW YORK		MEXICO	ounce cups with lids	lge	6.00	30.00	17.00	19.05	19
NEW YORK		MEXICO	ounce cups with lids	med	6.00	18.00	9.50	11.50	8
NEW YORK		MEXICO	ounce cups with lids	sml	5.00	6.00	5.00	6.00	1
PHILADELPHIA		COSTA RICA	ounce cups with lids	...	14.00	16.00	14.00	16.00	2
PHILADELPHIA		GUATEMALA	ounce cups with lids	...	18.00	20.00	18.00	20.00	1
PHILADELPHIA		MEXICO	12 6-ounce cups with lids	...	12.00	12.00	12.00	12.00	1
PHILADELPHIA		MEXICO	one lot	...	16.00	16.00	16.00	16.00	1
PHILADELPHIA		MEXICO	ounce cups with lids	...	5.00	27.00	14.73	16.77	22
PITTSBURGH		MEXICO	12 6-ounce cups	lge	18.00	25.00	21.00	21.10	5
PITTSBURGH		MEXICO	12 6-ounce cups with lids	lge	14.00	36.00	19.60	20.00	5
PITTSBURGH		MEXICO	ounce cups with lids	lge	13.50	19.00	14.95	16.00	11
PITTSBURGH		MEXICO	ounce cups with lids	med	20.00	20.00	20.00	20.00	2
SAN FRANCISCO		MEXICO	12 6-ounce cups with lids	...	30.00	35.00	32.50	32.50	4
SAN FRANCISCO		MEXICO	ounce cups with lids	...	12.00	25.00	16.64	18.55	21
SEATTLE		MEXICO	12 6-ounce cups with lids	...	18.00	28.00	20.18	23.36	11
SEATTLE		MEXICO	ounce cups with lids	...	18.00	28.00	20.18	23.36	11
ST. LOUIS		MEXICO AIR	12 6-ounce cups with lids	...	25.70	36.20	30.87	33.18	20

ISO 9001-2000

MISC BERRIES - Gooseberries Green - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES	
BOSTON		CHILE	ounce cups with lids	med	24.00	24.00	24.00	24.00	4
NEW YORK		CHILE	ounce cups with lids	lge	24.00	28.00	24.00	28.00	1
NEW YORK		NEW ZEALAND	12 6-ounce cups with lids	lge	27.00	30.00	28.50	30.00	2

MISC BERRIES - Red - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES	
BOSTON		CHILE	ounce cups with lids	med	24.00	24.00	24.00	24.00	4

MISC BERRIES - - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES	
BOSTON				...	0.00	0.00	0.00	0.00	1
COLUMBIA				...	0.00	0.00	0.00	0.00	5

MISC BERRIES - Gooseberries - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
BOSTON	 CHILE	ounce cups with lids	med	24.00	24.00	24.00	24.00	7
LOS ANGELES	 NEW ZEALAND AIR	12 6-ounce cups with lids	lge	18.00	28.00	23.20	24.53	15

MISC BERRIES - Red Currants - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
BALTIMORE	 CHILE	ounce cups with lids	...	38.50	38.50	38.50	38.50	1
BALTIMORE	 COSTA RICA AIR	12 1/2-pint containers with lids	...	37.50	37.50	37.50	37.50	3
DETROIT	 CHILE	ounce cups with lids	med	24.00	26.00	25.33	25.33	3
DETROIT	 CHILE	ounce cups with lids	nooff	0.00	0.00	0.00	0.00	1
LOS ANGELES	 CHILE BOAT	ounce cups w/lid flats 12 125-	med	22.00	26.00	22.00	26.00	4
LOS ANGELES	 CHILE BOAT	ounce cups with lids	med	20.00	28.00	22.78	24.67	18
NEW YORK	 CHILE	ounce cups with lids	...	24.00	36.00	33.00	35.00	6
PHILADELPHIA	 CHILE	12 1/2-pint baskets with lids	...	30.00	30.00	30.00	30.00	6
PHILADELPHIA	 CHILE	ounce cups with lids	...	30.00	30.00	30.00	30.00	10

MISC BERRIES - Black Currants - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
LOS ANGELES	 NEW ZEALAND AIR	ounce cups with lids	lge	24.00	30.00	25.60	28.40	5
LOS ANGELES	 NEW ZEALAND AIR	ounce cups with lids	med	24.00	28.00	27.00	28.00	4

MISC BERRIES - Boat Red Currants - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
LOS ANGELES	 CHILE	ounce cups with lids	sml	22.00	24.00	22.00	24.00	1

MISC BERRIES - Red Currants holdovers - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
NEW YORK	 CHILE	ounce cups with lids	...	15.00	30.00	18.75	21.00	4

Fuente: Today's Market

ANEXO No. 2

Cotizaciones de la mora en terminales de carga de Europa, Enero 2008

**SUMMARY OF OPERATION
(EACH COLORED CELL REPRESENTS AN OPERATIONS DAY)**

TERMINAL	1	2	3	4		7	8	9	10	11		14	15	16	17	18		21	22	23	24	25		28	29	30	31	
NEW COVENT GARDEN																												

MISC BERRIES - Blackberries - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
NEW COVENT GARDEN	 MEXICO		gm	1.96	2.19	2.08	2.08	2

Fuente: Today's Market



ANEXO No. 3

Cotizaciones de la mora en terminales de carga de Canadá, Enero 2008

SUMMARY OF OPERATION

(EACH COLORED CELL REPRESENTS AN OPERATIONS DAY)

TERMINAL	1	2	3	4	7	8	9	10	11	14	15	16	17	18	21	22	23	24	25	28	29	30	31	
MONTREAL, QUE																								
TORONTO, ONT																								

MISC BERRIES - Blackberries - SORTED BY: Terminal/Origin/Packaging/Size/Min.

TERMINAL	ORIGIN	PACKAGING	SIZES	MIN.	MAX.	MIN. AV.	MAX. AV.	#PRICES
MONTREAL, QUE	MEXICO	12 6-ounce cups with lids	...	17.65	32.92	22.14	25.59	5
TORONTO, ONT	California	12 6-ounce cups with lids	...	21.30	30.33	21.67	28.82	4

Fuente: Today's Market

