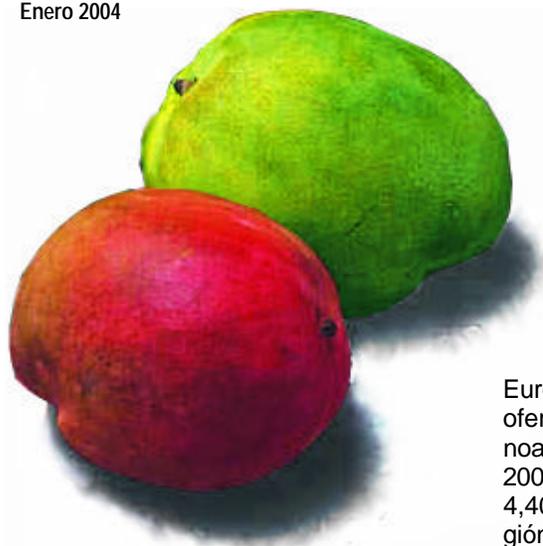


Mango sostenible fruta fresca

Leslie Garrett /CIMS



Situación y perspectivas de mercado

Durante el 2002, la producción mundial de mango ascendió a 23,000 mil toneladas, como principales productores se destacaron India (45%), China (13%) y Tailandia (7%). De ese total, solamente se exportó y comercializó en el mercado internacional el 1.9% (440 mil toneladas); el resto se destinó a consumo interno de los países productores. México y Brasil son los mayores exportadores mundiales de mango; Estados Unidos (EEUU) y la Unión Europea (UE) figuran como los principales mercados para esta fruta de creciente aceptación.¹

En los EEUU, el consumo de mango *annual per capita*, subió de 0.62 kg en 1996 a 0.82 kg en el 2000. Los principales compradores de esta fruta en la UE son: Alemania, los Países Bajos y el Reino Unido; en esta región el consumo *per capita* también aumentó durante los últimos 10 años, actualmente es de 0.37 kg promedio.

En el mercado estadounidense se comercializaron unas 1,900 toneladas de mango fresco orgánico (estimación de CIMS) durante el 2002, producto proveniente de América Latina, principalmente de México y Ecuador; con un grado de penetración del 0.7%. CIMS proyecta un crecimiento anual de la demanda del 15% durante los próximos 2 o 3 años.

El mercado de mango fresco orgánico de la Unión Europea movilizó más del doble que el de EEUU. A partir de conversaciones con comercializadores en

Europa, de estudios de mercado y de la oferta internacional (principalmente latinoamericana) CIMS estimó que en el 2002 se consumieron aproximadamente 4,400 toneladas de producto en esa región; un 45% provino de Latinoamérica, específicamente de Brasil, República Dominicana y Perú. El resto correspondió a países Africanos y Asiáticos. Se calcula que esta fruta tiene una participación del 3.2% del mercado total de mango de la UE y que la demanda continuará creciendo moderadamente durante los próximos tres años.

Comportamiento de los precios

Los precios del mango convencional y orgánico son afectados por varios factores: origen, variedad, calibre y en especial por la estacionalidad de la oferta. La cosecha mexicana alcanza su mayor magnitud en los meses de junio y julio, mientras que la brasileña lo hace en octubre y noviembre.

Tanto en EEUU como en la Unión Europea, el precio FOB del mango convencional latinoamericano ha venido cayendo desde mediados de los noventa. Actualmente se lo cotiza a alrededor de US\$ 2.80 por caja de 4 kg.

En EEUU el precio mayorista alcanza sus niveles más bajos durante el período de mayor producción de la cosecha mexicana; mientras que en la UE el precio mayorista disminuye notablemente durante el de Brasil, su principal proveedor. Los precios minoristas también se ven afectados por la estacionalidad, aunque en menor grado.

En Latinoamérica, el mango orgánico en finca actualmente recibe un sobreprecio promedio del 40% en relación al precio de la fruta convencional. En el 2000, ese sobreprecio era del 100%, sin embargo este margen se ha reducido notablemente.

El precio FOB del mango orgánico también ha disminuido en los últimos años, en el 2003 osciló entre US\$ 5-6 por caja de 4 kg. en los principales países productores.

En EEUU y la Unión Europea, el mango orgánico, a nivel de mayorista, recibe un sobreprecio del 130% aproximadamente. Cabe destacar que este premio es más alto que el de otras frutas orgánicas.

Los precios minoristas para esta fruta orgánica, tanto en Estados Unidos como en la UE, son extremadamente variables y dependen del tipo de negocio minorista que lo maneje, por lo general son más elevados en las tiendas especializadas que en los supermercados convencionales.

Por último, se espera una ligera disminución de los precios de mango orgánico durante los próximos 3 años, principalmente a nivel de finca y FOB.

Oferta de mango orgánico

La producción de mango fresco orgánico a nivel mundial se encuentra muy dispersa, aunque se pueden identificar dos áreas de importancia: América Latina y África.

El mango orgánico producido en África proviene principalmente de Kenya y Sudáfrica, aunque también se registran exportaciones de Rwanda, Ghana, Camerún, Burkina Faso y Guinea. Desafortunadamente no existen datos de volumen y frecuencia. El mango africano se exporta al mercado Europeo casi en su totalidad.

Los principales productores latinoamericanos son: Brasil, México, Colombia y República Dominicana (investigación CIMS). Se estima que en el 2002 la re-

¹ Base de datos FAOSTAT, 2003.

gión exportó cerca de: 5,500 toneladas de mango orgánico fresco, 7,800 toneladas de puré de mango, 1,800 toneladas de mango IQF y 530 toneladas de mango deshidratado. El crecimiento de las exportaciones de la región será lento en los próximos años, principalmente porque son pocas las empresas en proceso de transición a orgánico.

Preferencias de los consumidores y compradores

Los consumidores norteamericanos adquieren productos orgánicos por motivos de salud, ya que dan menor importancia factor ambiental; ellos no están dispuestos a comprometer la calidad o apariencia del producto por ser orgánico.

En contraste, los consumidores de la UE, consideran los motivos de salud y medio ambiente, son ligeramente menos exigentes en cuestiones de calidad y apariencia que el mercado estadounidense.

El color externo del mango es un factor determinante, en EEUU prefieren variedades de coloración rojiza, entre las más populares se encuentran: Tommy Atkins (tamaño grande), Kent (tamaño grande) y Haden (tamaño medio a grande).

En Europa, donde predominan las variedades africanas y asiáticas, las de coloración verde están cobrando importancia en el mercado. Las más populares son: Keitt (tamaño mediano a grande) y

Amelie. Mientras que las variedades Ataulfo y Manila Súper² están ganando terreno en ambos mercados.

Canales de comercialización

Generalmente las empresas que comercializan mango orgánico manejan la línea completa de frutas tropicales; sin embargo se da una especialización en el manejo de frutas frescas o procesadas; tanto en EEUU como en la UE, un reducido grupo de empresas concentran la mayor parte de esta actividad.

Esta situación es más evidente en EEUU donde menos de 6 empresas controlan más del 80% de las importaciones y distribución de frutas tropicales. En la UE el grado de concentración es menor; existen unas 20 empresas involucradas en la importación y distribución de frutas orgánicas frescas y otras 20 dedicadas a las frutas orgánicas procesadas. Además se debe tomar en cuenta la existencia de empresas líderes que cubren gran parte del territorio europeo.

Anivel minorista, en EEUU y Alemania, entre 60 -70% de los productos orgánicos se venden en comercios especializados, mientras que en otros grandes mercados como el Reino Unido, Francia y Suiza, los supermercados dominan su venta. La tendencia hacia la participación de supermercados está en pleno desarrollo en Europa, mientras que apenas comienza en EEUU.

Requisitos y regulaciones para el comercio internacional

Para ingresar al mercado de estadounidense o europeo, el mango orgánico debe cumplir con los requisitos fitosanitarios y estándares de calidad de su homólogo convencional, además de las regulaciones propias para alimentos orgánicos. En el caso de EEUU es de suma importancia verificar si se requiere de un permiso de importación especial extendido por el USDA y cuáles son los tratamientos técnicos que exigen a la fruta de acuerdo al país de origen. Además la fruta orgánica debe cumplir con los criterios contemplados en las Normas para la Producción Orgánica (NOS).

A partir de diciembre del 2003, ese país puso en vigencia medidas contra el bioterrorismo, que establecieron nuevos requisitos para la comercialización de productos a los Estados Unidos.

Para ingresar a la Unión Europea, el mango debe cumplir con la Reglamentación CE N°2092/91 para producción agrícola ecológica. En este mercado también se exigen nuevos requisitos: algunas cadenas de supermercados están comenzando a solicitar la certificación EurepGap. Los exportadores a la Unión Europea deben conocer sus requisitos y aplicabilidad.

² Today's Market Prices, 2002.



Para mayor información sobre los aspectos de mercado mencionados en este perfil, consulte los siguientes documentos elaborados por CIMS:

■ **Situación de los mercados de mango convencional y orgánico en EEUU y Unión Europea:**

Análisis del mercado de mango orgánico en EEUU (P-AG-AM-008)

Análisis del mercado de mango orgánico en la UE (P-AG-AM-009)

■ **Información de precios:**

Estudio de precios de mango en EEUU (P-AG-PR-010)

Estudio de precios de mango en la UE (P-AG-PR-009)

■ **Oferta latinoamericana de mango orgánico:**

Análisis de la oferta Latinoamericana de mango orgánico (P-AG-OL-009)

■ **Canales de comercialización:**

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas frescas en la UE (P-AG-CC-004)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas procesadas en la UE (P-AG-CC-003)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas frescas en EEUU (P-AG-CC-002)

Análisis de los canales de comercialización de frutas tropicales orgánicas procesadas frescas en EEUU (P-AG-CC-001)

■ **Requisitos para la exportación hacia estos principales mercados:**

Requisitos de mercado y regulaciones para la importación y comercialización de mango orgánico en la UE (P-AG-RR-008)

Requisitos de mercado y regulaciones para la importación y comercialización de mango orgánico en EEUU (P-AG-RR-010)