

# Piña sostenible fruta fresca

Gabriela Centeno /CIMS

## Situación y perspectivas de mercado

Durante el 2002, el consumo de piña fresca orgánica superó las 1,200 toneladas en los cuatro mayores mercados de la Unión Europea<sup>1</sup>, mientras en Estados Unidos sobrepasó las 1,000 toneladas.

Hasta la fecha, la demanda existente no ha podido ser satisfecha. Esto se debe en parte a las dificultades técnicas enfrentadas por los países productores, entre ellas que la Unión Europea no ha aprobado el uso de etileno para inducir la floración.

El mercado de la piña fresca de la UE es abastecido por fruta africana y latinoamericana. África es el mayor proveedor, con una participación, que los principales importadores europeos estiman superior al 50%. El mercado estadounidense es dominado por la piña hawaiana, que también supera la participación de la fruta latinoamericana.

En un futuro próximo, el desarrollo del mercado de la piña orgánica en la UE dependerá de la posición de las autoridades sobre el etileno. En los EEUU los mayores importadores de fruta fresca orgánica estiman que el mercado continuará creciendo, a tasas cercanas al 20% anual.

A inicios del 2003 la piña Comercio Justo hizo su ingreso al mercado internacional, con lo que se creó una nueva categoría de "piña sostenible", que ha ganado terreno rápidamente. Esta fruta es producida en Costa Rica y Ghana, con destino a Suiza y el Reino Unido. Se estima que durante el año, su consumo alcanzará las 1,000 toneladas.

## Comportamiento y tendencias de los precios

Los precios de la piña en el mercado internacional se manejan en dólares es-

tadounidenses por kilogramo y dependen de factores como la estacionalidad, el origen y la variedad de fruta, entre otros.

El precio promedio en finca para la piña orgánica, observado en América Latina durante los últimos 3 meses, es de US\$0,65/kg. Casi un 20% mayor que el del producto convencional.

En general, los precios en EEUU tienden a ser mayores que los de Europa. Cabe mencionar que los mayores sobrepuestos en EEUU se observan a nivel de importador/mayorista y en la UE a nivel de detallista.

De esta forma, la piña fresca orgánica se cotiza en promedio a US\$2,50/kg en EEUU y a US\$2,00/kg en la UE. En el precio al detalle también se observan diferencias significativas: el precio promedio es de US\$4,00/kg en EEUU y de US\$3,25/kg en la UE. El sobrepuesto promedio a nivel minorista, es de 33% en EEUU y 63% en la UE.

El precio de la piña Comercio Justo (variedad Gold) sobrepasa en casi un 10% al de la piña orgánica, alcanzando los US\$0,73/kg en finca y los US\$3,50/kg al detalle.

CIMS estima que este comportamiento en los precios es producto de la inestabilidad de la oferta. A mediano plazo, se espera que los sobrepuestos para esta fruta se reduzcan hasta un 20% en promedio, tal y como ha sucedido a muchos otros productos orgánicos con un mercado más estable.

## Situación y tendencias de la oferta

En un inventario de la producción latinoamericana de piña orgánica, llevado a cabo por CIMS a finales del 2002, fueron identificadas 22 empresas<sup>2</sup> y se obtuvo información primaria de 16 de ellas (73%), información que equivale al 90% de la producción latinoamericana.



Con base en esos resultados, se estima que existen 385 productores de piña orgánica certificada, que reúnen un área de producción de 1,300 hectáreas y un volumen de 12,000 toneladas de fruta fresca. Esta producción es acopia-

<sup>1</sup> Estimaciones de Organic Monitor (2003) para los mercados de Alemania, Francia, Reino Unido y Holanda.

<sup>2</sup> 1era. Guía Latinoamericana de Productores y Exportadores de Frutas Tropicales Sostenibles, publicado por CIMS en abril, 2003.

da, y en algunos casos procesada por nueve empresas. Además, CIMS detectó la presencia de 120 productores, 565 hectáreas plantadas y 8,400 hectáreas en período de transición a orgánico.

Aproximadamente el 15% de la producción latinoamericana de piña orgánica es vendida para consumo fresco y el 85% restante procesado. En el rubro de fruta procesada predomina la elaboración de jugo, puré, fruta enlatada y deshidratada.

El 16% de la fruta producida es consumida en los mercados locales y el 84% restante es exportado. La UE figura como el mayor mercado de destino de la piña orgánica de América Latina, recibiendo aproximadamente el 70% de la fruta exportada, mientras el 30% restante se envía a los EEUU.

Honduras y República Dominicana tienen una participación importante en la oferta actual de piña orgánica. El primero es el mayor productor y exportador de fruta procesada y el segundo de fruta fresca. Para el próximo año se espera la entrada de Costa Rica al mercado de la piña fresca orgánica, variedad Gold.

**Tendencias de los consumidores**

La tendencia más importante en el mercado de la piña, tanto convencional como sostenible, es la creciente demanda

de la variedad Gold, hecho que la convierte en la mejor pagada del mercado.

En el campo de las certificaciones, se estima que la calificación Fairtrade ganará terreno rápidamente, tal como ha sucedido en el con el banano y el café. Sin embargo, la certificación orgánica continuará manteniendo la mayor participación de mercado.

Ambos mercados continuarán siendo nichos especializados para consumidores que poseen conciencia ambiental y social, así como mayor capacidad de pago.

**Canales de comercialización**

En los EEUU la firma United Natural Foods (UNFI) se encamina hacia el monopolio de los mercados orgánicos en ese país, a nivel de importador y mayorista. En Europa se observa una industria más heterogénea y con menor grado de integración.

El fenómeno de mayor polémica en la actualidad es la entrada de las grandes cadenas de supermercados al segmento orgánico. Su primer impacto ha sido una reducción significativa de los sobrepuestos existentes en el sector. Sin embargo, estas empresas necesitan grandes volúmenes y regularidad en el abastecimiento, algo que la oferta existente no es capaz de proveer en la actualidad.

**Requisitos y regulaciones para el comercio internacional**

Para ingresar a los mercados de EEUU y la UE, la piña de orgánica debe respetar los mismos requisitos que la fruta convencional.

Además, el producto destinado al mercado estadounidense debe cumplir con los criterios contemplados en las “Normas para la Producción Orgánica” (NOS) que empezaron a regir en el 2002. Otro aspecto a considerar son los recientes cambios en la legislación con respecto a las medidas de seguridad en contra del bioterrorismo, la mayoría de las cuales entran en vigencia a finales del 2003.

La piña orgánica destinada a la UE debe cumplir con la “Reglamentación 2092/91 para productos ecológicos”. Como fue mencionado, la mayor restricción de esta reglamentación es que no se acepta el uso del etileno para la inducción floral. No obstante, existe optimismo en el medio sobre su pronta aprobación.

Apartir de enero del 2004, se debe tener en cuenta la exigencia de la certificación EurepGap por parte de algunas de las mayores cadenas de comercio minoristas en Europa (ej. Sainsbury en el Reino Unido). El protocolo EurepGap es una iniciativa privada que persigue fundamentalmente la trazabilidad de los alimentos consumidos.



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

■ **Situación de los mercados de piña convencional y orgánica en EEUU y Unión Europea:**

- Análisis del mercado de piña orgánica en EEUU (P-AG-AM-001).
- Análisis del mercado de piña orgánica en la UE (P-AG-AM-006).

■ **Información de precios**

- Estudio de los precios de la piña en EEUU (P-AG-PR-001).

- Estudio de los precios de la piña en la UE (P-AG-PR-002).

■ **Oferta Latinoamericana de piña orgánica**

- Análisis de la Oferta Latinoamericana de Piña Sostenible (P-AG-OL-006).

■ **Canales de comercialización**

- 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 en EEUU (P-AG-CC-001).

- 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).

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

- Requisitos y regulaciones para la importación y comercialización de la piña orgánica en los EEUU (P-AG-RR-002).
- Requisitos y regulaciones para la importación y comercialización de la piña orgánica en la UE (P-AG-RR-001).