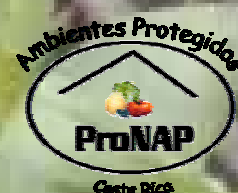


BOLETÍN DEL PROGRAMA NACIONAL SECTORIAL DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA BAJO AMBIENTES PROTEGIDOS

Año 1, número 6
setiembre-octubre 2007



- 2 OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE**
- 3 EL TOMATE DE INVERNADERO CAMBIA LA DINÁMICA DE LA INDUSTRIA DEL TOMATE FRESCO DE NORTEAMÉRICA**
- 6 CONTINÚAN LOS ESFUERZOS PARA ESTABLECER GRUPOS DE TRABAJO**

OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE.

Arlyne Alfaro Araya
 Área de Información de Mercados
 Consejo Nacional de Producción
arlyne@cnp.go.cr

El mercado en Estados Unidos es altamente competitivo y exige a los países proveedores diversificación, oferta sostenible, calidad y diferenciación de los productos, así como precios competitivos.

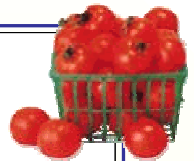
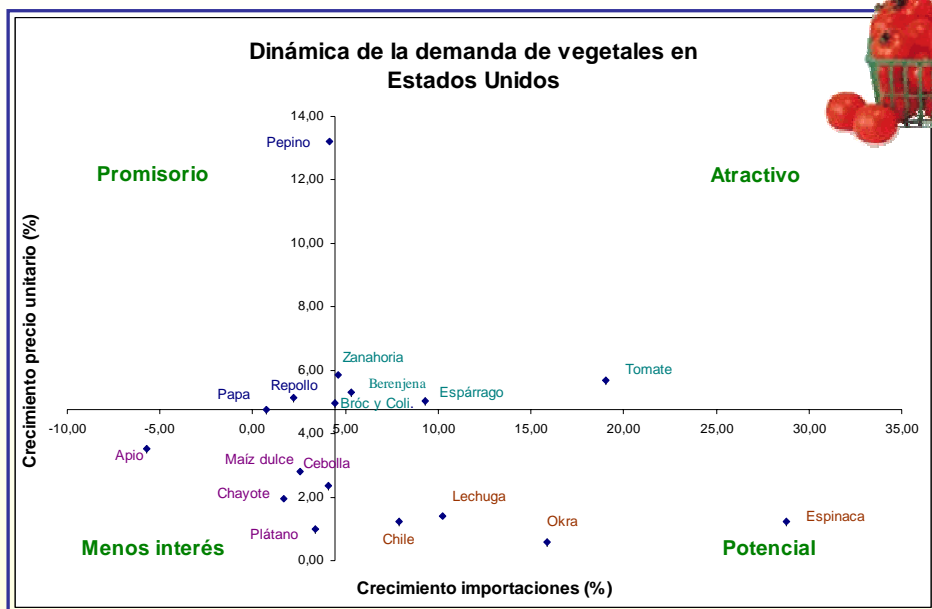
Actualmente en este mercado se están dando ciertas condiciones que abren una ventana para la exportación de nuestros productos. Entre ellas:

- **Alto precio de los Combustibles:** Los costos de la movilización terrestre entre los diferentes Estados de la Unión Americana se ha incrementado sustancialmente, llevándolo a niveles de carga internacional o más alto.
- **Carencia de mano de obra para la cosecha:** Las nuevas directrices en cuanto a las políticas de la Ley de Inmigración de los Estados Unidos han provocado una drástica disminución en el número de personas dedicadas a la cosecha de productos agropecuarios.
- **Altos costos de producción.**
- **Sustitución de áreas agrícolas.** Áreas que se dedicaban a la producción

agrícola en USA están en proceso de ser urbanizadas y dejan de ser rentables para la agricultura.

- **Escasez de agua y restricciones de uso para agricultura**
- **Crecimiento en consumo.** Tendencia hacia el incremento en el consumo de vegetales frescos es estable.
- **Admisibilidad.** Costa Rica tiene permiso del USDA de ingresar al mercado con tomate y chile producido en ambientes controlados desde el 2006.
- **Dependencia de suplidores internacionales.** Crecimiento de la dependencia del mercado de suplidores internacionales ("off shore production").

Dado lo anterior y con el fin de orientar la toma de decisiones en materia de producción y comercialización para aprovechar las oportunidades que se nos presentan en este mercado y lograr una diversificación de nuestra canasta exportadora, se realizó el siguiente análisis de cuadrantes en el cual se puede observar los productos con mayores ventajas en el mercado de importados en términos de la dinámica de precios y volúmenes. Cabe aclarar que los productos que muestran oportunidad en el mercado pueden potenciarse en la medida en que puedan ser producidos en ambientes protegidos.



Altamente atractivo: *cuadrante superior derecho*, donde se ubican los productos con dinámica de crecimiento en precio y volumen superior al promedio de la categoría. Productos con mercados en franca expansión donde debe aprovecharse el momento antes de que pierdan su dinámica y pasen a la categoría de mercado potencial, como es el caso del tomate donde muestra un gran crecimiento en volumen de importación.

Se requiere de mucha capacidad del país para responder a grandes y regulares compromisos de provisión para aprovechar las oportunidades que brindan ventanas específicas de mercado y especializarse en variedades no tradicionales de consumo.

Potenciales: cuadrante inferior derecho, donde se ubican los productos con tamaños de mercado crecientes pero con una dinámica de crecimiento en precio inferior a la media de la categoría. Aquí se ubican productos con mercados internacionales maduros, cuya expansión se ha desacelerado, con tendencia a la saturación (concentración de proveedores altamente competitivos en la materia y escasa diferenciación del producto) y precios decrecientes. Es importante buscar estrategias de diferenciación (mercados muy homogéneos) que haga que el nuevo producto adquiera su propia identidad. También, puede ser de oportunidad para quienes estén en capacidad de competir con menores precios.

Promisorios: *cuadrante superior izquierdo*, donde se ubican los productos con tamaños de mercado de importación inferior pero con una dinámica de precios superior a la media de la categoría. Los productos que se ubicaron en esta categoría son productos de alto consumo pero que son abastecidos por su propia producción por lo que el mercado de importación está aún en expansión y son un poco limitados en su tamaño. Sin embargo, cabe resaltar el gran crecimiento de precios que muestra el pepino que lo convierte en un producto que puede pasar rápidamente a la categoría de atractivo. Se puede apuntar a una estrategia de largo plazo que busque convertir al país en un proveedor importante y competitivo.

Menor Interés: *cuadrante inferior izquierdo*, donde se ubican los productos con crecimiento en volumen y precio inferior a la media de la categoría. Son productos cuyos mercados de importación se han quedado estacionados en su crecimiento y tamaño como es el caso de cebolla

y apio que son también producidos por ellos. El caso de productos importantes en términos de nuestras exportaciones como son plátano y chayote están reducidos a un segmento del mercado muy específico y saturado, que alguna vez fueron promisorios.

RESEÑA: **El tomate de invernadero cambia la dinámica de la industria del tomate fresco de Norteamérica¹**

Carlos H. Méndez Soto
Programa de Hortalizas,
Estación Experimental Fabio Baudrit M
Universidad de Costa Rica
cmendez@cariari.ucr.ac.cr

La industria norteamericana² del tomate de invernadero, ha crecido rápidamente desde los años 90 y ahora desempeña un importante rol en la industria del tomate fresco. Sin embargo, se sabe relativamente poco sobre esta nueva actividad, en parte debido a la carencia de producción confiable, de comercio y de datos confiables sobre precios. El beneficio de este trabajo, es una comprensión más extensa, por parte de analistas e industriales, de esta creciente industria y de su efecto sobre el sector de tomate fresco entero producido en campo abierto.

¿Cuál es el problema?

Los productores del tomate de invernadero en los Estados Unidos, Canadá, y México están invirtiendo en invernaderos de alto costo sin una fuerte base de información sobre la industria. Los productores de tomate del campo están sintiendo los efectos de la

¹ Resumen en traducción libre del artículo :
Cook, R. y Calvin, L. 2005. Greenhouse Tomatoes Change the Dynamics of the North American Fresh Tomato Industry. USDA, Economic Research Service. Economic Research Report Number 2.

² Incluye Canadá, Estados Unidos y México.

creciente competencia, pero tienen poca información para determinar el efecto sobre su empresa.

Las preguntas básicas son: ¿cuál es la estructura de la industria norteamericana del tomate de invernadero? ¿Cuáles son las fuerzas y las debilidades de las diversas partes de la industria? ¿Cuál es el nivel actual de la producción del tomate del invernadero y cómo ha crecido? ¿Cómo es el comercio en esta industria? ¿Cómo han cambiado los precios con el rápido crecimiento de la industria? ¿Qué impacto ha tenido el tomate de invernadero en la industria del tomate fresco de campo?



¿Qué encontró el estudio?

La producción norteamericana total de tomate de invernadero para 2003 se estimó en 528.078 toneladas métricas, partiendo de cantidades insignificantes en los inicios de los años 90. Canadá es el mayor productor con el 42 % de la producción, seguida por Estados Unidos con el 30 %, y México con el 28 %. De los tres países, Canadá es el pionero de la industria y la fuerza dominante en el mercado de marzo a diciembre, sus principales fortalezas son su alta producción y calidad constante. El volumen de tomate canadiense en el verano es tan grande que dificulta la competencia de los productores de Estados Unidos y México. La principal debilidad de Canadá es que no produce tomate en el invierno.

En los Estados Unidos, las mayores áreas de producción en invernadero están localizadas en el Sudoeste y Oeste, donde las condiciones de clima permiten producir tomates de manera rentable en el invierno, cuando los precios son más altos. Las fortalezas de la industria estadounidense son la alta producción y calidad y el suministro durante todo el año. No obstante, la industria estadounidense es vulnerable a la creciente competencia de México durante el invierno, situación que podría erosionar las ganancias del verano cuando los precios son inferiores. Para satisfacer la demanda doméstica, Estados Unidos importa de Canadá y México casi la mitad de su demanda.

México, que fue el último participante en la industria norteamericana del tomate de invernadero, tiene ya más área de tomate de invernadero que los Estados Unidos o Canadá. Sin embargo, los rendimientos promedio en México son relativamente bajos debido a la gran variedad de tecnologías utilizadas. Las principales fortalezas de México son el clima, para la producción invernal, y el potencial para producir todo el año. Las debilidades de México

Cuadro 1. La industria del tomate fresco en Norteamérica. Comparación de tomate de invernadero y campo abierto, 2003¹

Invernaderos	Units	USA	Canada	Mexico	North America
Producción de tomate	T.M.	159,664	220,114	148,300	528,078
Area de invernaderos	ha	330	446	950	1,726
Rendimiento promedio	T.M./ha	484	494	156	378
Greenhouse share of total fresh production	%	9	89	8	13
Greenhouse share of total fresh area	%	1	20	1	20
Estimated U.S. greenhouse imports from: ^{2, 3}	T.M.	n.a.	130,154	125,970	256,124
Fresh field tomato production	T.M.	1,594,241	26,882	1,804,000	3,425,123
Fresh field tomato area	ha	50,304	1,813	63,300	115,417
Average fresh field tomato yield	T.M./ha	32	15	28	25

¹ Excluye el producción y la área de tomate industrial en los tres países.

² Importaciones oficiales de tomate de invernadero de México están subreportadas debido a clasificación incorrecta del código tarifario.

³ Importaciones de tomate de invernadero extraregional es de 24,093 metric tons.

n.a. = No aplica.

son el costo alto del capital y de la energía para la calefacción, la falta de infraestructura y proveedores de insumos, la inexperiencia administrativa y la inconsistencia de la calidad del tomate.

Desde principios de los años noventa y hasta el 2003, en todo Norteamérica el área de invernadero para tomate creció en un 600 %, con 1726 hectáreas. La producción de tomate de invernadero también creció de 1998 a 2003 un 103 %. El crecimiento está estabilizado en Canadá y los Estados Unidos y continúa fuerte en México. En el 2003, en los Estados Unidos y México, el tomate de invernadero representó el 9 y 8 %, respectivamente, de la producción total de tomate y es probable que sea más alto ahora. En Canadá, el tomate de invernadero domina completamente la industria de tomate de mesa con un 89 %.

El cambio del tomate de invernadero de especialidad a tomate convencional ha provocado que los precios declinen. Ha habido dos periodos de precios muy bajos. En el verano del 99, los precios del tomate redondo de mesa cayeron causando también problemas financieros a los productores de invernadero.

En 2000, la industria de invernadero comenzó a producir tomates en ramillete (TOV *por sus siglas en inglés*). El cambio a TOV's presionó a la baja el precio del tomate de mesa. El TOV's ha tenido un mejor precio que el tomate redondo,

pero cuando cada vez más productores cambiaron a TOV's, los precios comenzaron también a disminuir, con rápida caída en el verano de 2004.

En los Estados Unidos, el consumo de tomate fresco es distribuido por igual entre los mercados de venta al detalle y de servicios de restaurante. El tomate de invernadero ha incursionado exitosamente en el mercado minorista, pero infructuosamente en los servicios de restaurante. Un 37 % de los tomates frescos vendidos al detalle es tomate de invernadero.

La cantidad comercializada de tomate fresco de todo tipo (maduro verde, roma, "cherry" y "grape") ha disminuido ligeramente desde el año 2001. El tomate maduro verde, que es el elemento principal de la industria de tomate de campo, ha sido impactado por la producción de invernadero, su participación en el mercado de ventas al detalle cayó drásticamente de 1998 al 2003.

No obstante, la participación de otros tipos de tomate de campo ha limitado la erosión en la cuota general de ventas al por menor del mercado para tomates de campo.

El mercado creciente de servicios de restaurante, donde el tomate verde maduro es preferido, ha ayudado a los productores de campo a sortear la competencia del tomate de invernadero.

Figura 1. Tomate de invernadero y de campo por época de cultivo en Norteamérica.

FIELD GROWN	Jan	Feb.	Mar.	Apr.	May	June	July	Aug	Sep.	Oct.	Nov.	Dec.
California												
Florida												
Rest of U.S.												
Sinaloa												
Baja California												
Canada												
GREENHOUSE												
Canada												
U.S. ¹												
Sinaloa												
Imuris, Sonora												
Central México												
Baja California ¹												

CONTINÚAN LOS ESFUERZOS PARA ESTABLECER GRUPOS DE TRABAJO

Francisco Marín Thiele
Gerente ProNAP
framathi@costarricense.cr

Los procesos de coordinación entre los funcionarios colaboradores del ProNAP, continúan como parte de un plan a través de actualización y nivelación de los componentes del conocimiento. Este es un proceso lento que obedece a las condiciones de trabajo, responsabilidades y prospectiva personal.

El desarrollo de una segunda reunión técnica con visita a un módulo de tecnología superior, logró un mayor acercamiento de las partes y la inclusión de nuevas figuras, en esta oportunidad particularmente, funcionarios del Consejo Nacional de Producción. La presencia de su Gerente General, Ing. Franklin Juárez, ha resultado en un proceso de facilitación del acercamiento y la colaboración institucional.



El Ing. Roberto Ramírez, de INTA, expuso sobre la dinámica de flujo de masas en el diseño y la interpretación de lo que sucede en los módulos (Imagen: Oficina de Divulgación UCR).

La multiplicidad de caracteres enriqueció el trabajo. La Universidad de Costa Rica, el Colegio de Ingenieros Agrónomos, la empresa

privada, incluyendo el aporte de los productores visitados, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el INTA, permitieron ampliar las expectativas de los actores en relación con su desempeño conjunto dentro del Programa, en el desarrollo nacional de este sistema productivo.



La Ing. Nidia Mora (MAG-DRCOCC) orientó la visita junto con productores empresarios, facilitando así la ubicación de los participantes (Imagen: Oficina De Divulgación UCR).

Pese a la gran cantidad de obligaciones de los funcionarios, el sistema merece especial atención a la hora de nuevos compromisos. La reducción de nuestra frontera agrícola, el incremento de la eficiencia productiva, la competitividad, la gestión ambiental y otras variables, deben ser objeto de atención de una voluntad política más que de solo la buena intención de los involucrados.

Por otro lado, la disponibilidad y uso de los procesos de comunicación, se vuelven indispensables para todos en estos tiempos, en que pronta respuesta y mínimo trámite son necesarios para reducir costos y provocar resultados.

En el corto plazo, se espera realizar más trabajo para proponer el diseño de los equipos regionales, orientado bajo el principio analítico de cadenas agro-productivas e incluyendo los sectores académico, público, privado y productor. Con ello, se pretende una mayor cobertura y atención de los agentes, una amplia visión de esa industria y una reducción de costos en el proceso de asesoramiento.

Código **APB-06**

Este Boletín ha sido elaborado por la Gerencia del Programa Nacional Sectorial de Producción Agrícola en Ambientes Protegidos, adscrito al despacho del Ministro de Agricultura y Ganadería de Costa Rica a través de la Dirección de Programas Nacionales. Pretende proveer a los usuarios información relacionada con los diversos sectores de la producción agrícola bajo ambientes protegidos. Las contribuciones son responsabilidad de sus autores y no necesariamente implican una recomendación o aplicación generalizada. Para más información, diríjase a los colaboradores o bien comuníquese por medio de los teléfonos (506) 232-1949, (506) 257-9355 -extensión 336.

Edición: F. Marín