II Foro Internacional: Agronegocios de Frutas Tropicales

FRUTAL ES

II Foro internacional:
Agronegocios de frutas tropicales

II Foro Internacional: Agronegocios de Frutas Tropicales

Editoras: Iciar Pavez y Carolina Rivas

EL SALVADOR
WORKS

San Salvador, El Salvador
Noviembre, 2004.

Primera edición
San Salvador, El Salvador, noviembre de 2005.

Segundo Foro Internacional: Agronegocios de frutas tropicales
Editoras: Iciar Pavez Lizarraga y Carolina Rivas Benítez.

Corrección de estilo y diseño: Priscilla Gámez de García
Profesionales de textos y publicaciones - **PROFITEXTO.**

Impreso en Talleres Gráficos UCA, San Salvador, noviembre de 2005.

658.155
S456 II Foro Internacional : Agronegocios de frutas tropicales / ed. Iciar Pavez Lizarraga, Carolina Rivas Benítez. -- 1a. ed. -- Santa Tecla, El
slv Salv. : IICA, 2005.
120 p. ; 28 cm.

ISBN 99923-75-88-4

1. Frutas tropicales. 2. Agronegocios. 3. Explotaciones agrarias.
I. Pavez Lizarraga, Iciar. ed. II. Título.

BINA/jmh

Índice

Agradecimientos

El Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG, a través del Programa Nacional de Frutas de El Salvador - FRUTAL ES, consciente de la importancia de compartir información con productores, empresarios agrícolas, inversionistas y con tomadores de decisiones sobre nuevas oportunidades y desafíos de los agronegocios de frutas, y como anfitrión del II Foro Internacional de Agronegocios de Frutas Tropicales, agradece:

Al Comité Organizador del evento, integrado por los señores:

Jorge Escobar, Coordinador del Programa MAG-FRUTAL ES (MAG/IICA/FANTEL).

Iciar Pavez, Especialista Regional en Agronegocios, IICA.

Rigoberto Soto, Director General Agronegocios, MAG.

José Gilberto Magaña, Organización Mercadeo Programa MAG-FRUTAL ES.

Miguel Ávila, Oficina de Promoción de Inversiones - PROESA.

A los copatrocinadores del evento:

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA

Dirección de Agronegocios del Ministerio de Agricultura y Ganadería - MAG

Oficina de Promoción de Inversiones - PROESA

Banco de Fomento Agropecuario - BFA

Banco Hipotecario

Banco Multisectorial de Inversiones - BMI

Banco Centroamericano de Integración Económica - BCIE.

Mashav - Israel Center for International Corporation

A los expositores, a las personas e instituciones que participaron en el evento.

Presentación

Esta publicación contiene el registro de las ponencias realizadas durante el II Foro Internacional de Agronegocios de Frutas Tropicales, realizado en El Salvador los días 24 y 25 de noviembre de 2004. Este evento fue organizado en forma conjunta por el Programa Nacional de Frutas de El Salvador, FRUTAL ES-MAG/FANTEL y el IICA a través de la Oficina del IICA en El Salvador, la Dirección de Operaciones de la Región Central y la Dirección para el Desarrollo de Agronegocios.

En el marco de este II Foro Internacional de Agronegocios de Frutas Tropicales se realizó un taller que contó con la participación de delegados clave de los países de Costa Rica, Panamá, Honduras, Belice y Guatemala. Previamente a este taller, cada delegado presentó la situación de la fruticultura en cada país, brindando información sobre las políticas y estrategias existentes, los principales cultivos frutales y sus mercados de destino, así como las capacidades institucionales, públicas y privadas del país, relacionadas específicamente con la fruticultura.

Durante este taller se formaron mesas de trabajo en las cuales se discutió el perfil del proyecto "Programa Mesoamericano de Innovación y Desarrollo de los Agronegocios en Frutas", que fue aprobado en el marco del Plan Puebla Panamá por los Señores Ministros de Agricultura de la Región en Tuxtla, Gutiérrez, el 13 de noviembre de 2004. Y posteriormente por los Presidentes de los países de Centroamérica y México, durante la VII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno del Mecanismo de Diálogo y Concertación de Tuxtla, realizada en Tegucigalpa, Honduras, el 29 de junio de 2005.

Es en este escenario que el IICA se compromete a continuar apoyando a los actores públicos y privados, con organismos internacionales y regionales involucrados en el desarrollo de la fruticultura de la Región, con el fin de aprovechar los efectos multiplicadores favorables que ofrece el sector frutícola en términos económicos, comerciales, sociales y ecológicos.

Miguel García Winder
Director Desarrollo
Agronegocios
IICA

Mariano Olazábal
Director de Operaciones
de la Región Central
IICA

Keith L. Andrews
Representante IICA
El Salvador

Introducción

En el marco de la ejecución del Programa Nacional de Frutas de El Salvador, del Ministerio de Agricultura y Ganadería, ejecutado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, se realizó el "II Foro Internacional de Agronegocios de Frutas Tropicales", los días 24 y 25 de noviembre de 2004, en el cual participaron actores del sector frutícola nacional, delegados de los países de Mesoamérica y expositores internacionales de Francia e Israel, para discutir los temas claves que mejorarán la competitividad del sector frutícola en el país y en la región.

Los objetivos del evento fueron compartir información y experiencias con productores, inversionistas y técnicos sobre nuevas oportunidades de mercado de frutas tropicales y avanzar hacia la construcción de un Programa Mesoamericano de Innovación para el Desarrollo de los Agronegocios de Frutas, generando acciones conjuntas para potenciar el desarrollo de la fruticultura tropical.

Conforme a estos objetivos se estructuró el programa del Foro, que englobó tres temas centrales:

1) Oportunidades comerciales de las frutas tropicales.

2) Innovación en tecnología, poscosecha y comercialización de frutas tropicales.

3) Seminario-taller sobre la fruticultura en Mesoamérica.

Estos temas fueron abordados magistralmente por diez ponentes especialistas internacionales y tres nacionales.

El evento contó con la representación de diversos sectores y organizaciones del sector agrícola nacional e internacional. La mesa de honor estuvo integrada por el señor Presidente de la República de El Salvador, señor Elías Antonio Saca; la señora Vicepresidenta de la República de El Salvador, Licda. Vilma de Escobar; el Ministro de Agricultura y Ganadería, Lic. Mario Salaverría; la Comisionada Presidencial para la Agricultura, Licda. Carmen Elena Díaz Bazán; y el Director de Operaciones para la Región Central del IICA, Ing. Mariano Olazábal.

Participaron en este evento:

- Representante de entidades nacionales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal, la Universidad de El Salvador, el Ministerio de Economía, la Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria, CAMAGRO y FUSADES.
- Representantes del Banco Centroamericano de Integración Económica, Banco Multisectorial de Inversiones, Banco de Fomento Agropecuario y Banco Hipotecario.
- Representantes de Organizaciones No Gubernamentales - ONG, empresa privada, proyectos, asociaciones y cámaras de productores.
- Representantes de universidades e institutos nacionales e internacionales.

Entre los puntos más relevantes de la información compartida por el sector frutícola de la Región, se pueden mencionar:

- Existe un mercado insatisfecho para las frutas tropicales; sin embargo, hay diversas normas que regulan la entrada de estos productos al mercado internacional, que deben ser considerados en los procesos de exportación.
- Una adecuada segmentación del mercado permitirá a los productores percibir un mayor valor agregado de sus frutas y de sus productos procesados.
- El desarrollo del mercado local de frutas es necesario ya que, por un lado, se fomenta la demanda local y, por el otro, se mejora el estado nutricional de la población.
- Existen nuevas tecnologías de procesamiento de frutas que permiten mantener el valor nutricional de estos productos y sus características organolépticas. Estas tecnologías son accesibles a los procesadores de alimentos.
- La organización del sector frutícola permitirá que los productores aprovechen nuevas oportunidades de mercado, reduzcan sus costos de producción y comercialización, consoliden y unifiquen sistemas de control de calidad y promoción de sus productos.
- Los delegados de los países mesoamericanos presentaron la situación de la fruticultura en sus países y las posibles áreas de trabajo conjunto en la región.
- La presentación del Perfil del Programa Mesoamericano de Innovación para el desarrollo de los Agronegocios de Frutas, el cual fue enriquecido a través de un taller, en el cual participaron representantes de diferentes sectores, quienes aportaron sus ideas y sugerencias al Perfil, las cuales se enmarcan en cuatro temas: organización, mercadeo, innovación tecnológica y financiamiento-incentivos.

La información recopilada en este evento es insumo para el enriquecimiento del Perfil del programa Mesoamericano de Innovación para el Desarrollo de los Agronegocios de Frutas Tropicales.

Jorge Escobar
Coordinador del Programa MAG-FRUTAL ES

Iciar Pavez
Especialista Regional Agronegocios IICA

Inauguración del Foro

Mesa de honor, presidida por el Presidente de la República de El Salvador, señor Elías Antonio Saca; la Vicepresidenta de la República de El Salvador, Licda. Vilma de Escobar; el Ministro de Agricultura y Ganadería, Lic. Mario Salaverría; la Comisionada Presidencial para la Agricultura, Licda. Carmen Elena Díaz Bazán; el Director de Operaciones para la Región Central del IICA, Ing. Mariano Olazábal; y el Representante del IICA en El Salvador, Dr. Keith L. Andrews.

Discurso de inauguración del Presidente de la República de El Salvador, señor Elías Antonio Saca

Es para mí un placer acompañar al subsector frutícola nacional para celebrar juntos **"El II Foro Internacional de Agronegocios de Frutas Tropicales"**. Deseo darles la más cordial bienvenida a los hermanos de los países latinoamericanos que nos acompañan, esperando que su estadía en tierra cuscatleca sea provechosa y placentera.

A nivel mundial, las importaciones de frutas frescas y procesadas ascienden a 43 mil millones de dólares, de las cuales los Estados Unidos absorben el 30% de este comercio. En los últimos años, Europa ha experimentado una tendencia creciente en las importaciones de frutas tropicales. Existe una demanda insatisfecha en el mundo de estos productos, donde los consumidores han adquirido más conciencia en el contenido nutricional de su alimentación.

Recientemente participé en una Feria de Productos Orgánicos, realizada en Chiapas, México, donde se evidenció que los gustos y las preferencias de los consumidores exigen productos de origen agropecuario de mayor calidad.

Estamos claros de que, aunque actualmente en Latinoamérica producimos frutas, todavía podemos incrementar nuestra oferta exportable, ya que contamos con condiciones de clima, suelo y calidad de mano de obra para tener acceso a los principales mercados del mundo, tal como lo están haciendo Chile, México y Brasil.

Como Gobierno, estamos conscientes de que la fruticultura constituye una excelente alternativa para dinamizar los procesos de desarrollo local, recuperación y protección del medio ambiente, para contribuir a la salud humana, consolidar las cadenas productivas y de comercializadores y, particularmente, generar mayores niveles de ingreso y empleo en el área rural.

En este marco, en la presente administración, a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, impulsamos un proceso de diversificación agrícola, donde le estamos apostando a productos de alta demanda nacional e internacional.

Como salvadoreños, realizamos los esfuerzos necesarios, primero, para reconquistar nuestro mercado interno de frutas, ya que dejamos de percibir en concepto de divisas alrededor de $35 millones anuales,

y segundo, para incrementar la producción nacional, y así aprovechar los mercados internacionales, lo que seguramente potenciará el área cultivada de frutas, que actualmente es de 32 mil manzanas, que generan alrededor de 15,600 empleos directos y 77,960 empleos indirectos.

Para ello, invertimos 1.7 millones de dólares en el Programa Nacional de Frutas de El Salvador, ejecutado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, con fondos provenientes de la venta y la privatización de ANTEL.

Este programa proporciona asistencia técnica integral a los productores, desde el establecimiento de viveros, manejo de plantaciones, poscosecha, agroindustria y mercado. Otro aspecto importante es la promoción de la asociatividad, ya que se pretende tener organizaciones privadas por cada departamento con el fin de poder coordinar el trabajo a nivel nacional. Además, contamos con una línea de crédito con condiciones favorables para la inversión, que es el Fondo de Crédito para el Medio Ambiente.

En este marco, como parte del Programa Frutales, me siento complacido de presidir este **II Foro Internacional de Frutas Tropicales**.

La idea central de este foro, que está dirigido a los productores, empresarios agrícolas, inversionistas, representantes de fruticultores a nivel departamental y organizaciones no gubernamentales, es la de intercambiar experiencias exitosas de casos puntuales en Latinoamérica, en temas como la penetración de mercados, la creación de nichos de mercado, innovación tecnológica, manejo poscosecha, promoción, etc.

Tendremos la oportunidad de conocer casos concretos de experiencias que se desarrollan en la actualidad en países como Israel, México y toda la región centroamericana.

Adicionalmente, quisiera informarles que los países que integramos el Plan Puebla Panamá, impulsaremos pronto, con el apoyo del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, un Programa Mesoamericano de Innovación para el Desarrollo de los Agronegocios de Frutas, inyectando recursos no reembolsables para la búsqueda de mercados, el fortalecimiento de la capacidad de innovación tecnológica y empresarial, y el desarrollo de instrumentos de fomento a la productividad y la competitividad frutícolas de los países.

En mi calidad de Presidente de la República declaro oficialmente inaugurado este importante evento llamado "Foro Internacional de Agronegocios en Frutas".

Discurso de inauguración del representante del IICA en El Salvador, doctor Keith L. Andrews*

Muy buenos días a todos.

Señor Presidente, Señora Vicepresidenta, Señor Ministro de Agricultura y Ganadería, Señora Comisionada Presidencial para la Agricultura. Y también a ustedes, colegas, en la mesa de honor. Señoras y señores productores, Damas y caballeros de los medios, muchas gracias por acompañarnos.

El Gobierno y el sector privado de este país han decidido invertir fuerte y decisivamente en el fomento de un sector frutícola de categoría mundial. Nosotros estamos aquí para apoyar y asesorarlos en sus esfuerzos.

Todos conjuntamente hemos decidido abordar esta embarcación. Es todavía una canoa pequeña y vulnerable. Hemos zarpado y tendremos que ir ampliando su tamaño mientras estemos en el agua; lo haremos en medio de la turbulencia y del peligro. Pero lo haremos como un equipo unido. Cada miembro de la tripulación trae los talentos necesarios para lograr la transformación de la canoa en un barco, y algún día construiremos un naviero frutícola, similar al de los grandes navegantes.

La fruticultura, si lo hacemos bien, trae varias ventajas, una combinación de ventajas que no se logra con ninguna otra actividad. Un sector frutícola, si lo hacemos bien, genera divisas y empleo. Si invertimos agresiva e inteligentemente en este quinquenio, en un lapso de diez años tendremos una industria que generará anualmente más de 325 millones de dólares de divisas y dará empleo a casi 50 mil personas. ¡Y esto es sembrando solamente el 1.5% del área del país! Imagínense lo que podríamos generar en divisas y empleos si llegáramos al 3 o al 6% del territorio del país.

Además, la fruticultura, si lo hacemos bien, provee oportunidades para la participación de todos los salvadoreños. Algunas formas de la fruticultura requieren de más de 10 manzanas y necesitan una cantidad

---

* **Keith L. Andrews.** Doctor en manejo integrado de plagas de la Universidad de California, Riverside, USA. Actualmente funge como Representante del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA en El Salvador. E-mail: keith.andrews@iica.int

significativa de capital; por ende, hay oportunidades para inversionistas medianos y grandes. Pero también la fruticultura da múltiples oportunidades a pequeños y micro productores; ellos pueden producir para el autoconsumo y los mercados locales o pueden asociarse de varias maneras para comercializar sus productos conjuntamente en mercados internacionales.

También, la fruticultura genera una cantidad grande de trabajos permanentes en zonas rurales, tanto en actividades de campo como en las cadenas de valor agregado y la comercialización. En muchos de esos últimos trabajos predomina la mano de obra femenina. Además, la fruticultura requiere mano de obra más calificada y, por lo tanto, los trabajadores rurales pueden esperar y justificar mejores salarios.

De todas las formas de agricultura, la fruticultura es una de las más beneficiosas ambientalmente. La fruticultura practicada en una forma responsable protege los suelos, aumenta la biodiversidad, ayuda en la infiltración de agua y protege los proyectos hidroeléctricos.

No será fácil, no es un asunto de simplemente sembrar unos árboles y aprovechar pasivamente las bondades del clima y los suelos ricos. No podemos hablar de una agricultura artesanal; esta etapa ya pasó a la historia. Al contrario, es esencial que nos enfoquemos en los agronegocios competitivos de categoría mundial.

Existen cantidades de problemas potenciales y áreas en las que podríamos fallar. Es nuestra obligación identificar posibles factores limitantes y enfrentarlos sistemáticamente. Quisiera enumerar algunos de los peligros y sus posibles soluciones.

No podemos enfrentarnos a todos los rubros de una sola vez. Tenemos que escoger, tal vez dos y no más de cinco rubros frutícolas, a los cuales apostar en grande. Los señores que honran la mesa de honor se han comprometido a trabajar con el MAG y el IICA en un proceso de autodescubrimiento para establecer prioridades. Si nos enfocamos en unos pocos rubros, ello nos permitirá concentrar la capacidad incipiente investigativa presente en el país, la limitada asistencia técnica disponible y los pocos recursos financieros aprovechables en este momento. Así lograremos la competitividad.

Nuestros vecinos también pueden concentrar sus esfuerzos en otros rubros frutícolas y así conjuntamente ofreceremos una variedad a los consumidores mundiales.

Otra área crítica a mencionar es la de asegurar canales de comercialización confiables y fuertes. Tenemos que enfocar hacia las agrocadenas y no hacia la producción primaria, que es el enfoque tradicional. Podríamos desarrollar una capacidad nacional o podría ser más rentable y eficaz entrar en alianzas con comercializadores de los países vecinos para aprovechar sus canales de comercialización ya existentes. Bajo el marco del Plan Puebla Panamá, podríamos asociarnos con nuestros colegas mesoamericanos para lograr este sistema de comercialización. Los beneficios son de doble vía: si ellos se asocian con nosotros, podríamos ofrecer más variedad y lograríamos así economías de escala, y mejoraríamos las infraestructuras presentes y futuras de El Salvador.

En cuanto a la investigación, la asistencia técnica y la formación de recursos humanos, debemos pensar más allá de las capacidades estrictamente nacionales, inevitablemente limitadas en El Salvador y en los demás pequeños territorios. En los países vecinos hay ciertos programas buenos que están "atrapados" en sus pequeños países. ¿Por qué, entonces, no convertir estos buenos programas nacionales en excelentes programas bi o trinacionales? Por ejemplo, la investigación de la FHIA en Honduras, los programas de apoyo a la empresa privada de AGEXPRONT en Guatemala, las grandes capacidades de formación de recursos humanos en países como Costa Rica, son algunas de las diversas oportunidades que tenemos

para aliarnos con instituciones ganadoras, con programas comprobados. Así podríamos lograr un impacto inmediato y simultáneamente fomentar la integración regional.

Cabe decir que en El Salvador debemos, a corto plazo, desarrollar por lo menos una institución de alta calidad en materia frutícola, de categoría regional, para poder aportar en forma recíproca algo que nuestros vecinos requieren.

Por eso estamos aquí hoy y mañana, para darnos cuenta de los sueños, las oportunidades y las varias realidades nacionales. Buscaremos la manera de estructurar nuestro trabajo nacional para lograr la complementaridad regional. Podemos competir exitosamente como país con base en alianzas regionales.

En el IICA, tanto la oficina en El Salvador como todos los integrantes del equipo regional, estamos dispuestos a trabajar como facilitadores de este gran proceso, dándoles el apoyo técnico y asegurando coherencia de acciones. Cuenten con nuestro apoyo y participación a largo plazo.

¡Muchas gracias!

Charlas introductorias

El efecto del TLC en la comercialización de frutas: Oportunidades y amenazas para los empresarios agrícolas de Centroamérica y resultados del estudio "Análisis de ventajas comparativas de El Salvador"

*Conferencista: Dra. Amy Ángel, FUSADES**

Para muchos de nosotros esto es mucho más que un trabajo porque queremos que el sector agropecuario salga adelante y las frutas son la clave para el futuro del sector. Como dijo el Presidente Saca, realmente el TLC no es una panacea pero da oportunidades adicionales como país, comparado con una situación sin tratado.

En el año 2003, cinco países de Centroamérica negociaron el Tratado con los Estados Unidos. Pero ¿qué es un tratado? Básicamente es un acuerdo o instrumento jurídico internacional, donde los países negocian la eliminación de las barreras al comercio. Éstas pueden ser aranceles y la negociación de algunas barreras no arancelarias. Es importante mencionar que sólo se benefician con el tratado los países que están inscritos en él.

Los tratados de libre comercio donde ha participado Centroamérica han sido hasta la fecha: la Integración Centroamericana, donde existe un libre comercio entre los cinco países, eso ha existido aproximadamente desde 1992. También los cinco países han negociado un tratado de comercio con México; Costa Rica y Nicaragua, en forma individual; y luego Guatemala, Honduras y El Salvador, en forma conjunta; también se ha negociado con la República Dominicana, Chile y Panamá. Existe también un tratado de Costa Rica con Canadá y el CARICOM en donde la comunidad del Caribe y el resto de Centroamérica están en un proceso de negociación con Canadá, que por el momento está suspendido. También hay pláticas para iniciar negociaciones con el MERCOSUR, y la

* **Amy Ángel**. Doctora en Economía Agrícola de la Universidad de Texas & M. Actualmente funge como Gerente de la Sección Agrícola y Medio Ambiente de la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES). E-mail: aangel@fusades.com.sv

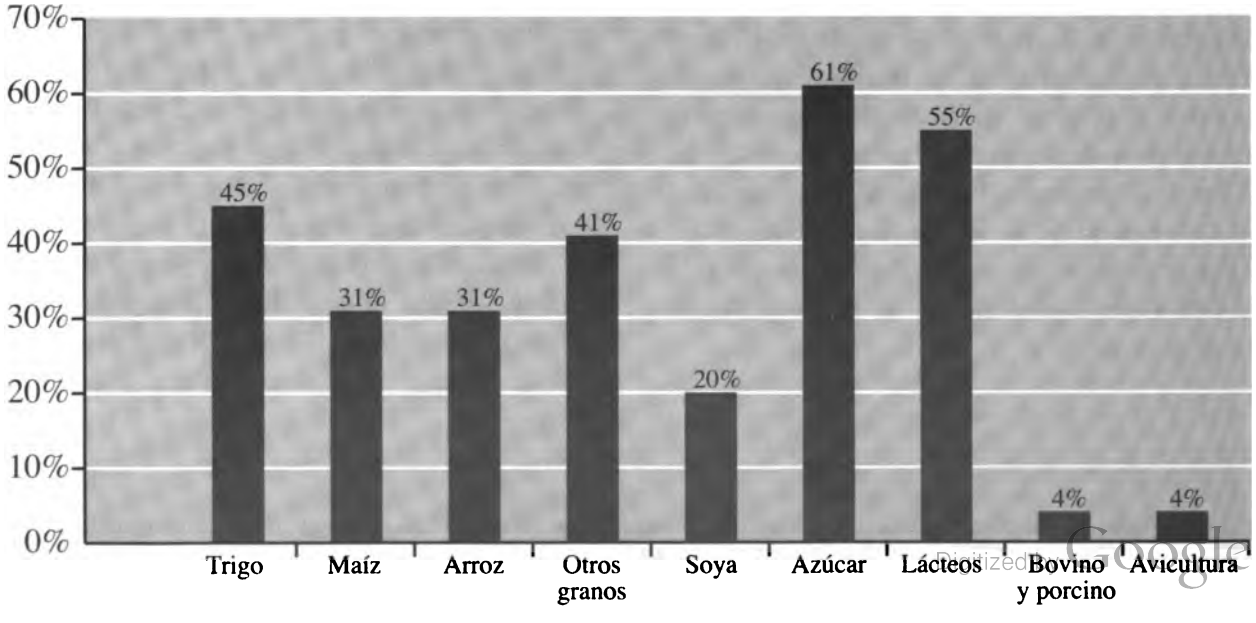
Comunidad Andina y posiblemente, con la Unión Europea.

Por el momento, el punto de mayor interés es el TLC con Estados Unidos. Algunos dicen: ¿Cómo vamos a competir con una economía tan grande?, pero por el otro lado nos olvidamos de que estamos dándonos una oportunidad para competir en un mercado que tiene 280 millones de consumidores, los cuales tienen un ingreso promedio arriba de 36,000 dólares, en comparación con la región centroamericana que tenemos un promedio de 4,000 dólares. Esa es una de las razones fundamentales por las cuales se ha negociado el tratado.

Las frutas y las hortalizas en Estados Unidos no son sectores grandes pero sí son importantes. Las frutas y las nueces representan un 7% de la producción agrícola de los Estados Unidos, las hortalizas el 4%. También existen sectores protegidos como el cultivo de la caña de azúcar, que representa menos del 1%, aquí se puede ver la importancia del movimiento político con respecto al sistema agropecuario.

El equivalente del subsidio al productor (ESP), básicamente dice qué porcentaje de los ingresos brutos se deben a la intervención del Gobierno, el cual combina los programas de apoyo directo como subsidios, también los efectos de controles de precios y los efectos de los aranceles. Por ejemplo, el cultivo de la caña de azúcar es el que recibe el mayor nivel de apoyo del Gobierno, pero todo es por la protección arancelaria al azúcar, en este caso. Los lácteos también están bien protegidos, tienen un 55%. También vemos datos interesantes para el trigo, el arroz y la soya. En el caso de los granos, Estados Unidos no tiene aranceles muy altos, son casi inexistentes, pero tienen programas de apoyo directo a la producción. Aquí no aparecen las frutas porque no tienen un alto nivel de apoyo. Eso no significa que no reciban apoyo, porque los Estados Unidos tienen programas fuertes de sanidad, de investigación y éstos apoyan al sector de frutas; pero no existe una estructura de subsidios directos a la producción, es decir, subsidios que distorsionen los precios o los niveles de producción.

Equivalente del subsidio al productor (ESP) por Subsector en Estados Unidos (1998-2000)



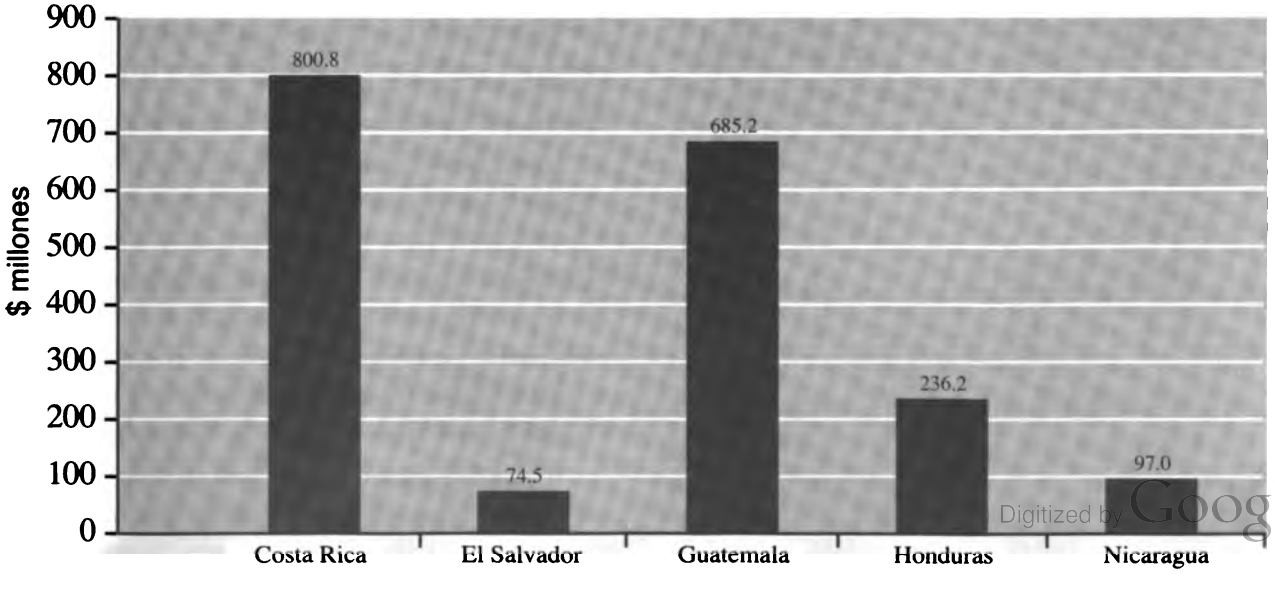
Para hablar de los resultados de la negociación, cuando un producto es sensible en Centroamérica se hace un esfuerzo muy especial para lograr un período largo para la reducción de aranceles. Por ejemplo, en la región, los granos básicos, los lácteos y algunas carnes, presentan períodos largos para la reducción del arancel porque son productos sensibles.

También, por el lado de Estados Unidos, ellos tienen algunos productos donde van a tener unos períodos prolongados para la reducción de su arancel, como son los lácteos y el azúcar. Aparte de esas pequeñas excepciones para los Estados Unidos, se dará un acceso sin aranceles desde el primer día del tratado para los productos que vienen de Centroamérica. Muchos de esos productos ya gozan de un acceso sin aranceles por el Sistema Generalizado de Preferencias y por la Iniciativa de la Cuenca del Caribe, pero también hay otra serie de productos que todavía tienen que pagar aranceles. Con el TLC todos esos productos que pagan aranceles ya no van a pagar más al llegar a los Estados Unidos. Asimismo, los productos que tienen alto contenido de azúcar tampoco van a tener que pagar aranceles, entonces hay ventajas importantes para esos productos en el mercado de los Estados Unidos; obviamente estamos hablando de las frutas, de los productos procesados de las frutas. Pero hay que recordar que la parte más importante para el acceso de los productos a los Estados Unidos no son los aranceles, son otros factores que mencionaré más adelante.

En relación a las exportaciones de la región centroamericana hacia EEUU, El Salvador tiene el menor nivel de exportaciones: 74 millones de dólares en el año 2002. Costa Rica y Guatemala tienen niveles muy superiores pues han hecho esfuerzos grandes para diversificar su oferta exportable hacia los Estados Unidos. Ellos tienen mucha fruta y hortalizas.

Otro componente importante en el TLC son los temas laboral y de medio ambiente. Son temas muy sensibles en términos políticos para los Estados Unidos. Se incluyeron capítulos específicos sobre cada uno de esos temas; en general, esos capítulos son positivos para los países de la región.

Exportaciones agropecuarias de Centro América a Estados Unidos 2002



El mayor compromiso consiste en cumplir sus leyes, no debemos esperar menos que eso. Sin embargo, eso representa un desafío grande para los países centroamericanos, pero el mensaje que viene es que en los años próximos va a existir mayor rigor en la aplicación de estas leyes.

Parte de las discusiones sobre CAFTA tienen que ver con que somos países pequeños y con la forma en que vamos a competir con los Estados Unidos. Por ello, un factor que se trató de lograr en la negociación fue la asimetría, es decir, dar un poco menos y conseguir un poco más. Podemos ver que desde el primer día del Tratado, más o menos el 85% de las exportaciones de El Salvador van a entrar sin aranceles en el mercado de los Estados Unidos, mientras que ese porcentaje de las importaciones desde los Estados Unidos está alrededor del 56%. Por tanto, hay un nivel interesante de asimetría que se ha logrado en la negociación.

Entre los retos que existen están la sanidad y la inocuidad, así como la reconversión. Con o sin tratado, el sector agropecuario de El Salvador no va a sobrevivir si no hay un fuerte grado de diversificación de la producción. Por ello, los programas de Gobierno tienen que estar enfocados en esa meta, en términos de ampliar las áreas de riego, conseguir mejores programas de crédito, mejores tecnologías y la capacidad gerencial de manejar las empresas como empresas, también debe darse mayor valor agregado y más productos procesados para aprovechar las oportunidades del tratado con los Estados Unidos.

Tenemos que trabajar mucho en la asociatividad, hay que reconocer que una finca grande para El Salvador realmente no es una finca muy grande. Si todos los pequeños productores que poseen menos de cinco manzanas se unen, ellos mismos pueden aprovechar las oportunidades en una forma asociativa. Este tema es muy importante, como también lo es el de involucrar más a los hermanos lejanos en este esfuerzo, como inversionistas o como distribuidores.

A veces sentimos que los estándares fitosanitarios de acceso al mercado de los Estados Unidos son muy rigurosos. Sin embargo, los países tienen el derecho de aplicarlos de esa manera. Eso es parte de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio tanto para las medidas fitosanitarias sanitarias como para las normas técnicas del comercio. Es algo que tenemos que cumplir para tener acceso a esos mercados y pueden constituir una barrera muy importante. El problema de la sanidad y la inocuidad todavía existe, por eso son muy importantes los esfuerzos que se realizan en el país y en la región para poder superar esos retos.

Es elemental estar bien informado sobre todo con los requisitos de la APHIS, ya que El Salvador en el pasado ha enfrentado muchos problemas, por ejemplo, cuando se exportaba algún producto, al llegar a los Estados Unidos se encontraba con que no cumplía con los requisitos necesarios.

Deben realizarse análisis de riesgos de plagas y erradicación de éstas para expandir aún más esta lista de productos. Los sitios relevantes sobre este aspecto son los de APHIS, FDA y EPA, que es la Agencia de Protección Ambiental de los Estados Unidos, donde uno puede informarse sobre los pesticidas y los niveles permitidos. También, otras fuentes para la información del tema son el IICA y OIRSA. Obviamente la comercialización es muy importante, pero si no superamos esta barrera no podemos exportar hacia los Estados Unidos.

Ventajas comparativas de El Salvador

Como FUSADES presentamos nuestro informe de desarrollo económico y social sobre el desafío rural en El Salvador, y uno de los capítulos versó sobre la identificación de ventajas comparativas en la agricultura. Este capítulo fue realizado con el apoyo del doctor Roger Norton, especialista muy reconocido a nivel mundial, quien ha trabajado en más de 70 países.

Cuando hablamos de las ventajas comparativas de El Salvador, primero tenemos que ver cómo está el sector, sin ser detallistas. Tenemos que

recordar que el sector agropecuario fue uno de los motores más importantes de la economía en décadas pasadas y que, en los últimos años, los rendimientos y la productividad han aumentado. Pero esos aumentos no han sido suficientes para compensar la reducción de los precios, especialmente en los granos básicos. Entonces, tenemos una reducción generalizada de la competitividad del sector, especialmente en los productos tradicionales.

También hay cambios importantes en la estructura de la producción. Hay menos personas trabajando en el sector agropecuario; entonces, ¿cuál es el futuro? El futuro está en enfocarnos en productos que son competitivos. A veces nos preguntamos si tiene futuro el sector agropecuario en El Salvador. Sí, tiene futuro, pero tiene que ser un sector muy diferente. Cuando vemos el concepto de la competitividad, lo primero que vemos son la productividad, el rendimiento por unidad de tierra, por ejemplo, y la unidad de insumos. Luego, la rentabilidad; obviamente los precios que tenemos tienen que ser mayores que los costos de producción. Al analizar la competitividad tenemos que verla en una trayectoria de largo plazo; cuando se han quitado los efectos de las políticas, porque son políticas que no siempre van a existir, es decir, se han quitado los efectos de los aranceles, de los subsidios, tipos de cambio, etc.

¿Cuáles son los factores que a El Salvador le dan una leve ventaja? Primero tenemos los avances en la titulación de la tierra. El Salvador tiene un nivel interesante en titulación de la tierra. Luego el mercado está relativamente cerca de los Estados Unidos, aunque muchos están preocupados por los costos de transporte. Tenemos una fuerza de trabajo bien educada. Con la dolarización, en cierta manera, se reduce el costo de financiamiento y también la unión aduanera va a dar mucha ventaja hacia el comercio.

Pero tenemos también desventajas: tenemos una atomización muy severa de la producción; también, en general, las cooperativas no han tenido una muy buena experiencia en lograr ser empresas competitivas y entonces los cooperativistas tienen muchas tierras ociosas. Por consiguiente, hay un factor de producción que no está siendo explotado como debería.

El Salvador sufre de un nivel importante de vulnerabilidad, no debemos olvidarlo porque tiene impactos en la competitividad de largo plazo. Por ejemplo, sequías, terremotos, inundaciones y aún, la criminalidad. Eso afecta la forma en que los inversionistas toman las decisiones. Para poder lograr una mayor receptividad hay que desarrollar ciertos factores como son el capital humano, la educación básica, la educación especializada, el capital social, el capital físico de las fincas y, muy importante, el capital físico del entorno; es decir, la infraestructura que se puede utilizar: caminos, servicios básicos, puertos, aeropuertos, capital institucional, cómo trabajan las instituciones en apoyo al sector y también las instituciones regulatorias.

En este estudio utilizamos un coeficiente de recursos nacionales, llamado a veces recursos domésticos o recursos internos, esto es dependiendo de su definición. Básicamente, esta medida nos indica el costo de los recursos nacionales que se necesita para ganar o ahorrar un dólar de divisas a través de la producción nacional. Cuando es menor que 1 podemos afirmar que es un producto que tiene ventaja comparativa, y cuando es mayor que 1 decimos que es un producto sin ventaja comparativa.

Es importante recordar que en estos estudios tenemos que utilizar un dato promedio. Los resultados del estudio son muy positivos para el sector de frutales, ya que todas las frutas salieron con una ventaja comparativa en aguacate, anona, limón pérsico. Creemos que hay suficientes productos incluidos que nos dan una indicación muy clara de los tipos de productos que El Salvador debe estar dirigiendo en su producción.

Lista de estos productos con sus respectivas ventajas

Ventaja comparativa plena		Ventaja comparativa marginal		Sin ventaja comparativa	
Aguacate booth	0.59	Arroz tecnificado	0.93	Ajonjolí	2.92
Anona	0.66	Café estricta altura	0.95	Algodón	1.31
Coco	0.69	Marañón	1.03	Añil	1.60
Limón pérsico	0.44			Arroz semitecnificado	1.33
Loroco	0.71			Arroz tradicional	2.38
Tomate	0.08			Café media altura	1.20
				Café baja altura	1.52
				Frijol de invierno	1.81
				Maíz tecnificado	1.99
				Maíz tradicional	3.95

Lo anterior no quiere decir que tenemos que abandonar los granos básicos, porque tenemos una realidad nacional y económica muy propia. El país debe seguir haciendo esfuerzos para que los productores tengan otras opciones de cultivos y mejores oportunidades como las frutas, las hortalizas o los sistemas forestales. Siempre habrá granos básicos en El Salvador, no lo dudamos.

Se hizo un análisis de sensibilidad para ver cómo podría cambiar la ventaja comparativa de los productos si cambiamos algunos de los factores. Encontramos que los resultados son sensibles ante cambios en precios y rendimientos, esto significa que la ventaja comparativa podría estar en el mejor uso de tecnologías. Los productos son menos sensibles en cuanto al costo de mano de obra. En otras palabras, una política para abaratar los costos de mano de obra no va a ayudar a mejorar la ventaja comparativa de los productos en el sector.

En cuanto a los granos básicos a nivel internacional hemos visto una reducción de precios, entonces no es de esperar que mañana los precios vayan a ser mejores y más competitivos. Sin embargo, hay mejores oportunidades para los productos no tradicionales. Finalmente, hicimos un análisis con los aranceles; por ejemplo, si subimos los niveles de protección para los productos que no tienen ventaja comparativa como el caso del maíz, tenemos que aumentar los aranceles en un 80% a 100% para restaurar la ventaja comparativa en esos cultivos.

Los cultivos que sí son competitivos son muy intensivos en mano de obra. Eso tiene un efecto muy positivo para el país; por ejemplo, el maíz requiere 40 jornales por manzana, el algodón más o menos 47 jornales por manzana, el coco más o menos 106, el loroco con 276. Por tanto, el fomento de cultivos no tradicionales proporciona generación de empleo en el área rural y también son intensivos en capital de largo plazo, lo que presenta un reto importante para el financiamiento de esas actividades. Se tiene que ver cómo se mejora la tecnología de crédito para que eso no sea una barrera hacia la diversificación.

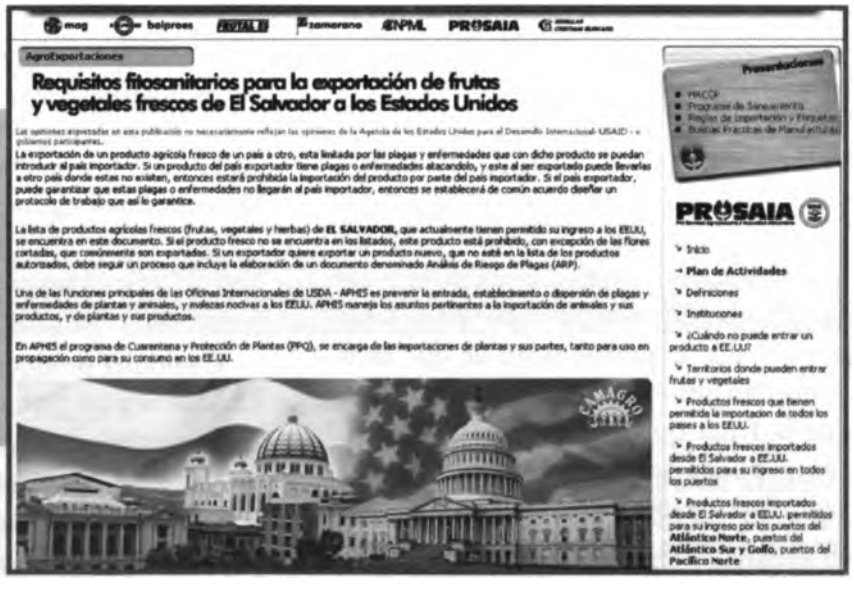
Estos cultivos requieren de una modernización completa para aprovechar esas oportunidades. En general, podemos decir, con números que respaldan, que la salida del sector no son los cultivos tradicionales; se requiere de esa modernización y diversificación del sector.

En el estudio sugerimos que es importante fijar la meta de fomentar las exportaciones para una mayor gama de productos, además del café, para lograr así más de 5 millones de dólares de exportaciones en cada producto por año. Creemos que es alcanzable para el país dentro de unos diez años, por lo menos.

Requisitos fitosanitarios para la exportación de frutas frescas hacia los Estados Unidos

*Conferencista: Ing. Medardo Lizano, Consultor, PROSAIA-USAID**

A través de esta presentación se explicarán los requisitos fitosanitarios para la exportación de frutas frescas de El Salvador hacia los Estados Unidos. Este es un trabajo realizado por el Proyecto de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de Alimentos (PROSAIA), y dicha información se encuentra en la hoja *web* de CAMAGRO, que es un convenio entre ambas instancias.



Página *web* de PROSAIA/USAID sobre los requisitos fitosanitarios para la exportación de frutas y vegetales a los Estados Unidos.

---

* *Medardo Lizano*. Ingeniero Agrónomo. Posgrado en Protección Vegetal, Universidad de El Salvador. Actualmente labora en el Programa MAG-FRUTAL ES y es especialista encargado del cultivo de coco para dicho Programa; la investigación expuesta en esta conferencia se realizó en el marco del Proyecto PROSAIA/USAID. E-mail: medardo.lizano@iica.int.

La admisibilidad de un producto se puede determinar en función del mercado destinatario y básicamente puede depender de cuatro factores: a) medidas fitosanitarias, b) la inocuidad de los alimentos que se exportan, c) el respeto al medio ambiente en la práctica de producción del producto y d) algunos factores sociales como los laborales.

Medidas fitosanitarias

La exportación de cualquier producto agrícola fresco puede estar limitada por las plagas y enfermedades que puedan introducirse por este producto al país de destino. El problema que surge es que si estas plagas no se encuentran en el país importador pueden causar daños económicos, entonces éste tiene el derecho, según las normas de la Organización Mundial del Comercio, a prohibir el ingreso de ese producto.

Las frutas frescas que se pueden exportar a un país se encuentran en un listado del Organismo de Sanidad Agropecuaria, que en el caso de los Estados Unidos es el Servicio de Inspección Fitosanitaria de Plantas y Animales del Departamento de Agricultura, APHIS. Este listado se actualiza con mucha frecuencia y define cuáles son las frutas y los vegetales que pueden ingresar desde cada uno de los países del mundo hacia los Estados Unidos. Si el producto no se encuentra en ese listado, entonces la APHIS sugiere solicitar que se realice un proceso de admisibilidad, que inicia por un análisis de riesgo de plagas. Este análisis es un documento con bases científicas que enlista todas las plagas que atacan a este producto en el lugar de origen y evalúa la probabilidad de que estas plagas se puedan introducir al país de destino por medio de la fruta que se está exportando. El documento puede ser elaborado por el país importador pero también el país exportador puede tener el derecho de elaborar un documento que debe presentarse para que APHIS lo evalúe.

Las dos autoridades oficiales fitosanitarias del país importador y exportador, en este caso, APHIS de EEUU y DGSVA en el caso de El Salvador, son las que pueden solicitar la elaboración del análisis de riesgo de plagas. Después que se elabora el análisis del riesgo de plagas, la autoridad fitosanitaria del país de destino puede aceptar el producto sin tratamiento o con algún tratamiento cuarentenario, para que de esa forma puedan ingresar sin riesgo. También puede negar el ingreso en el caso de que no exista ningún tratamiento cuarentenario que pueda asegurar al país importador que la plaga no va a entrar a ese país por medio del producto.

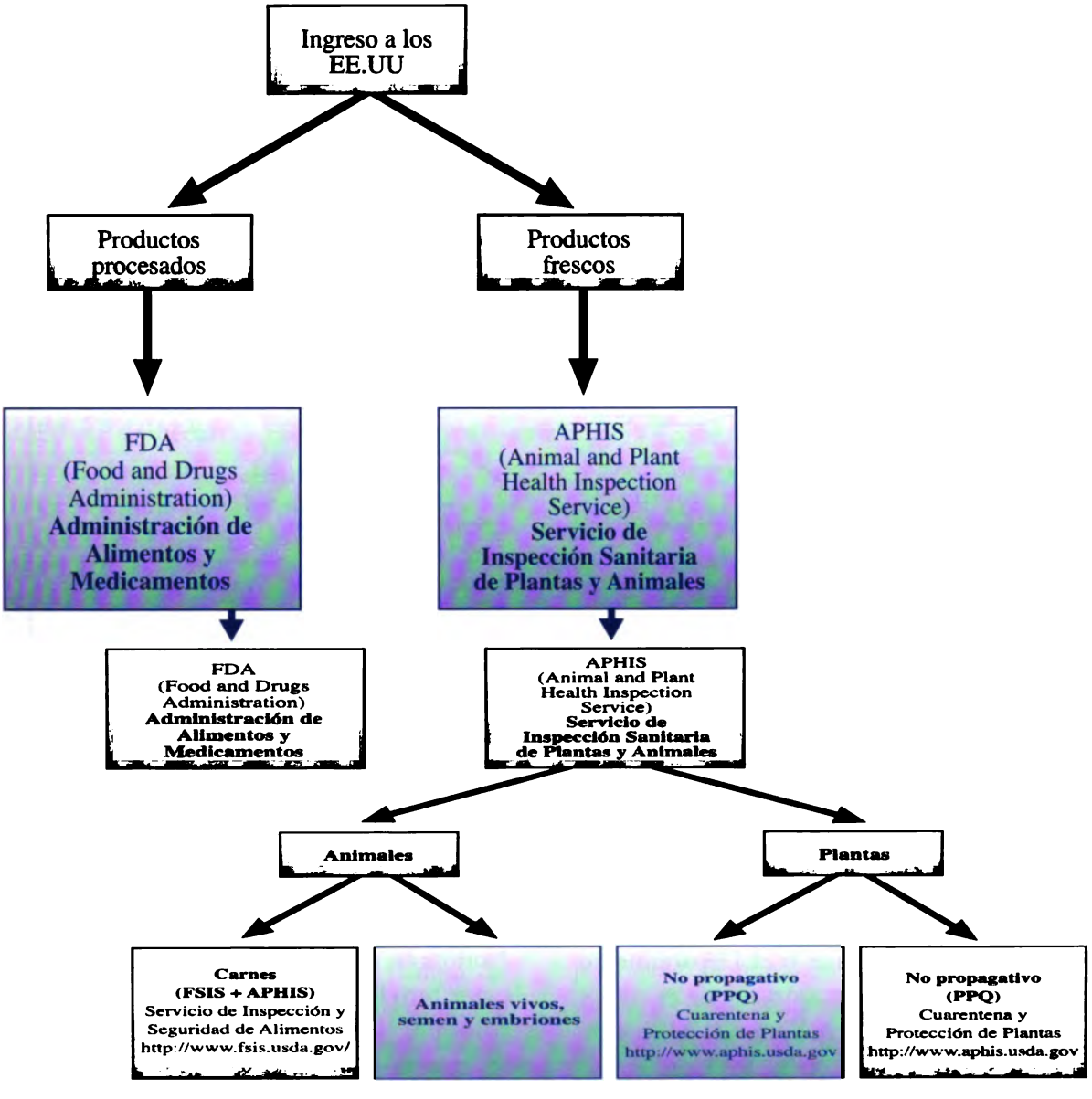
Los tratamientos cuarentenarios son procedimientos a los que se somete el producto fresco para garantizar que cualquier plaga sea eliminada o se esterilice. Se dividen en dos grandes tipos: tratamientos químicos, que son fumigación aerosol y algunos polvos micronizados; y no químicos, que son tratamientos de tipo frío, tratamientos de calor, vapor caliente y la irradiación.

Una vez que se ha hecho el análisis de riesgo y se ha establecido el tratamiento cuarentenario al cual debe ser sometido el producto al llegar a Estados Unidos, se da paso a la toma de muestras del producto fresco para revisar si existe alguna plaga o alguna enfermedad. Esta inspección se puede hacer en el país de origen del producto, pero normalmente se realiza en el país de destino. Una vez que se ha hecho la inspección, se toma la decisión de liberar el cargamento, fumigarlo si se ha encontrado alguna plaga, incinerarlo en el caso de que llegue una plaga cuarentenaria cuyo ingreso no está permitido en los Estados Unidos, o devolver el cargamento al país de origen.

Cualquier producto que ingrese a los Estados Unidos o pase por este país a otros, debe ser inspeccionado por personal de APHIS.

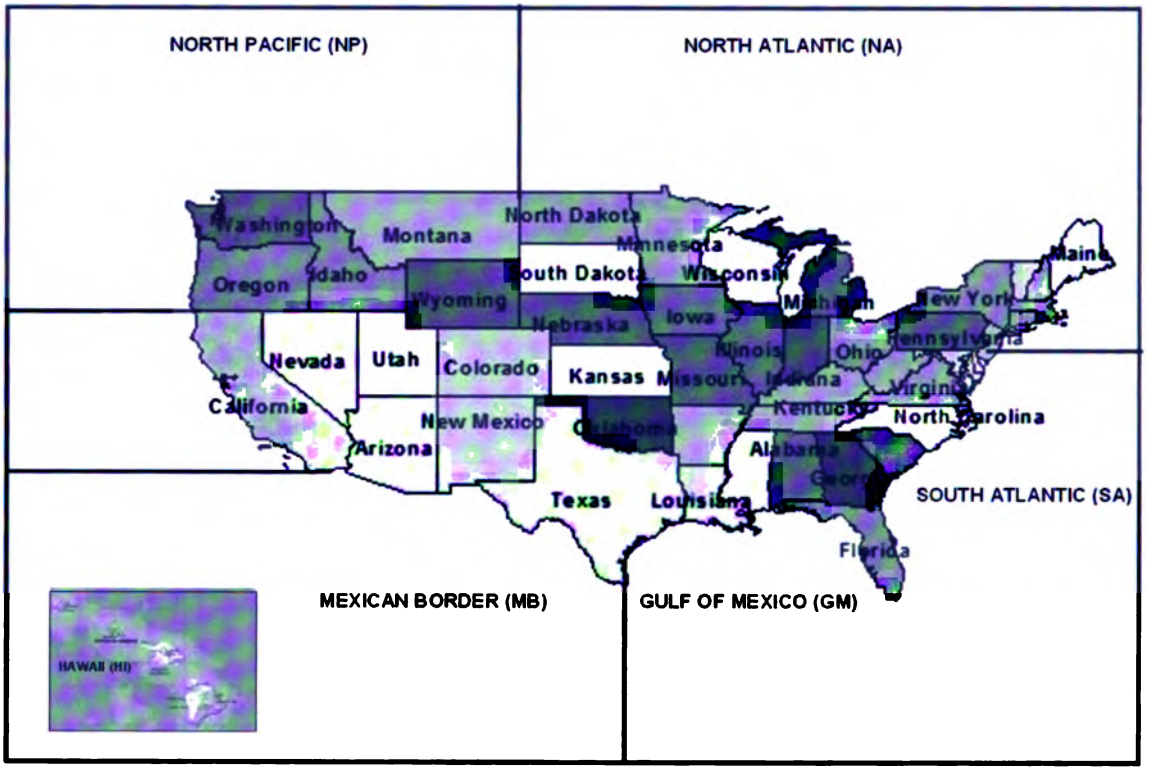
En el caso de productos frescos, es APHIS la institución encargada del control, y en el caso de productos procesados es la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos). En el caso de plantas, se catalogan las que van destinadas a la propagación y aquellas cuyo objetivo es el consumo.

Proceso de ingreso de productos frescos y procesados a los Estados Unidos



Existen razones por las cuales no se puede ingresar un producto a los Estados Unidos. La primera de ellas es que nadie haya solicitado permiso para exportar ese producto desde el país de destino hacia los Estados Unidos. En esta categoría se encuentran aquellas frutas que no se están en el listado. La otra razón es que la APHIS no haya evaluado el riesgo de ingreso de plagas por vía de ese producto; si no se ha hecho el análisis de riesgo, no se puede ingresar ningún producto a los Estados Unidos. La otra razón es que APHIS haya realizado el análisis de riesgo pero no encontró un tratamiento cuarentenario que le asegure que la plaga no esté presente en el producto y que no vaya a ingresar a los Estados Unidos. La cuarta razón es que otra agencia del

Territorios donde pueden entrar frutas y vegetales a los Estados Unidos



All **(todos los puertos de entrada)**
Incluye: Guam, Islas Marianas del Norte, Puerto Rico y las Islas Vírgenes de Estados Unidos.

gobierno de Estados Unidos, distinta a APHIS, haya restringido o prohibido el ingreso del producto como es el caso de la FDA, el Departamento de Aduanas o el Departamento de Seguridad. La última razón es que exista un embargo comercial con el país que está intentando exportar ese producto a los Estados Unidos.

Existe un listado de productos frescos que se pueden exportar hacia los Estados Unidos y estas frutas pueden ingresar por distintos puertos afines. Dentro de esas categorías existe un listado que se conoce como *All*, que quiere decir "todos", y que corresponde a frutas que pueden ingresar en cualquier puerto de los Estados Unidos, incluyendo Hawai, Guam, las Islas Vírgenes y Puerto Rico; no importa si es puerto marítimo, terrestre o aéreo.

En el caso de El Salvador existe un listado de frutas que pueden ingresar sólo por los puertos ubicados en el Atlántico Norte de Estados Unidos, Norfolk en Virginia y los Grandes Lagos. Además, existe otro listado de frutas que pueden ingresar sólo por los puertos del Pacífico Norte, incluyendo Montana y todos los Estados al oeste.

En esta categoría de "todos" también se encuentra un listado de frutas que pueden ingresar a los Estados Unidos desde cualquier país de destino, como es el caso del coco, con la única salvedad fitosanitaria específica de que debe eliminársele la estopa. Se incluye aquí el palmito que, aunque no es fruta, se puede extraer del cocotero. El otro es el tamarindo, el cual tiene una restricción de la FDA que obliga a exportarlo en su cáscara.

Pueden ingresar todas las categorías de melón, sandía, plátano y guineo; en este caso puede ingresar tanto la fruta como la hoja; también la mora y una fruta asiática que se conoce como durián. Otras frutas que pueden ingresar en cualquier puerto son la toronja, el limón, la naranja dulce y la papaya. En el caso de los cítricos como el limón pérsico o limón criollo, éstos no deben ser sometidos a un tratamiento cuarentenario para poder ingresar a los Estados Unidos.

En el caso de la papaya hay algunas regulaciones, sólo se pueden exportar papayas de las variedades Hawaianas tipo "Solo"; entre ellas "Formosa" y "Maradol". Además estas papayas sólo se pueden producir en los departamentos de La Paz, San Vicente y La Libertad, zonas que fueron declaradas como de baja prevalencia de moscas de la fruta. El embarque debe llevar un certificado fitosanitario que especifique que fueron cultivadas, importadas y despachadas de acuerdo a las previsiones del Código Federal de Regulaciones, específicamente en la sección de frutas y vegetales. Además, la caja debe tener un rótulo impreso que diga: "Prohibido para su importación y distribución en Hawai", porque las moscas de la fruta de nuestro país no existen en Hawai, por tanto no deben ingresar.

En los cítricos existen dos posibilidades de tratamiento, el tratamiento en frío que es el almacenamiento del producto a temperaturas menores a 0.56°C y se especifica el tiempo de exposición. En algunos casos, cuando la distancia entre el país exportador y el importador es demasiado larga, este tratamiento se hace en el tránsito, es decir en el barco que está transportando el producto. El otro caso es el tratamiento por irradiación, el cual es específico para tratar el problema de la mosca de la fruta. Es de mencionar que El Salvador no cuenta con plantas de tratamiento por irradiación. En ese caso, al llegar el producto a los Estados Unidos debe ser sometido a este tipo de tratamiento en los puertos que, para ello, tienen las instalaciones; pero este sistema es un tanto caro.

También, dentro de los productos que pueden ingresar en todos los puertos se encuentra la piña, bajo la salvedad que tampoco se puede exportar hacia Hawai; las frambuesas y el rambután, que puede ir suelto o en racimo. El rambután debe tener el certificado fitosanitario emitido por DGSVA, que debe estipular que está libre de estas plagas. Además, se debe indicar que toda la fruta ha sido extraída del embarque bajo supervisión de la DGSVA y se debe especificar en la caja que la venta está prohibida en Hawai, Puerto Rico, Islas Vírgenes y Guam. En este grupo también se encuentran fresas y mandarinas, con los mismos tratamientos que "grayfruit", toronja o naranja. En este grupo también se encuentra el cacao, pero el cacao en vaina, no la semilla.

Entre los productos que pueden ingresar sólo por los puertos del Atlántico Norte están el cacao, la sidra y el limón (*citrus limón)*, porque si llevan alguna plaga, ésta no podrá sobrevivir en la zona norte de los Estados Unidos, pero sí existe la posibilidad de que sobrevivan en los Estados del sur. En el caso de la cidra también debe ser sometida a un tratamiento por frío, al igual que los otros cítricos; y finalmente, las frutas frescas que pueden ingresar por los puertos ubicados en el Pacífico Norte son básicamente las cucurbitáceas.

Tema 1

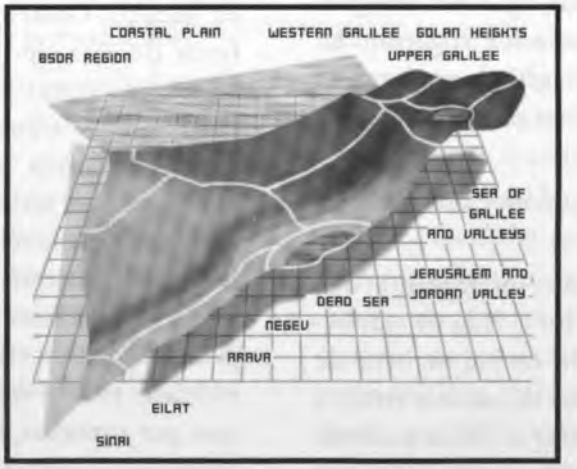
Oportunidades comerciales de las frutas tropicales

La comercialización de las frutas: las etapas de la comercialización y la integración de la oferta*

*Conferencista: Lic. Guillermo Levinton, Consultor, CINADCO***

Un poco sobre Israel: tiene una población de 6,300,000 habitantes, similar a la población de El Salvador. Nuestro territorio también es relativamente pequeño; tenemos 470 km en la parte más norte, y el sur con 135 km en la parte más ancha. Una de las características topográficas de Israel es que, a pesar de ser un país pequeño, tiene diferentes climas. Al encontrarse entre el puente de Asia, África y Europa, en la parte norte, tiene zonas muy frías. La parte central viene a ser la parte más templada, y más del 60% de su territorio es parte desértica montañosa.

Territorio de Israel



* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Guillermo Levinton**. Licenciado en Economía de la Universidad Hebrea de Jerusalem. Maestría en Administración de Empresas y Comunicaciones de la Universidad Hebrea de Jerusalem. Actualmente labora como director de la empresa Bemacol Investment S. A., asesor de CINADCO y capacitador internacional. E-mail: guille@consultant.com

Uno de los grandes problemas que tenemos en Israel es el problema del agua; cuando llego aquí, a los países de Centroamérica, y veo lo verde que es, me da envidia; debo reconocerlo. Ustedes tiran una semilla y nace un árbol; nosotros en Israel ponemos una semilla y si crece un árbol, erigimos un monumento al lado.

Dentro de la población israelí, a pesar de que somos a nivel internacional una potencia en el área agrícola, solamente el 9% vive de la agricultura. El Kibutz, que es uno de los sistemas de agricultura, forma solamente el 2% de la población, pero aporta más de 38% del cultivo fresco del país. El otro sistema son los Moshavim, del cual no entraremos en detalle. El Producto Interno Bruto de Israel es de 17,621 dólares per cápita, que es relativamente alto comparando con otros países. Las exportaciones totales de producto son alrededor de 50%, las importaciones son de 58%; esto es en miles de millones de dólares.

El área de la agricultura es de 210,000 hectáreas, de las cuales hoy en día tienen riego más de 185,000 hectáreas. Uno de los problemas que tenemos todos los países, a medida que nos vamos desarrollando, es el de que vamos ocupando parte de las zonas de irrigación, y junto al problema de la escasez de agua nos obliga a dejar cierta parte del territorio sin irrigación. La mayor producción israelí agrícola está en los lácteos, por supuesto también en flores, frutas y verduras.

Ha surgido la pregunta, ¿dónde está el mercado?

Esa es una de las principales interrogantes que siempre nos hemos hecho. En el lado de *marketing* hay dos enfoques y la mejor manera de explicarlo es que una fábrica de zapatos envió a dos especialistas de *marketing* a África para ver cuál era la posibilidad del mercado. Regresó el primer especialista y dijo: "No hay nada que hacer, ahí todo el mundo va descalzo"; el segundo especialista expresó: "Señores, vamos a empezar a abrir fábricas porque ahí todo el mundo está descalzo". Ahora, ¿quien tiene la razón? Por un lado, uno vio las estadísticas y dijo: "No ahí todo el mundo va descalzo, no hay dónde vender zapatos"; el otro, en cambio, observó que todo el mundo andaba descalzo, había una oportunidad de mercado.

Por tanto, lo que se debe hacer es desarrollar un programa adecuado para explotar esa oportunidad. Esa fábrica hoy en día se llama "Bata"; es la fábrica más grande de África en lo que se refiere a zapatos.

Nosotros decimos: si no hay una oportunidad hay que crearla. Tenemos que tratar de identificar las necesidades y descubrir qué es lo que falta y de ahí salir con una actividad agresiva.

En términos generales, puedo decirles que el mercado internacional sigue un crecimiento y los crecimientos no son elevados, son crecimientos leves. Se ve que constantemente va creciendo ese interés sobre las frutas tropicales, evidentemente Israel aprovecha ese conocimiento para desarrollar y entrar a esos mercados.

El segundo punto importante a mencionar es el de que, constantemente, nos estamos volviendo un mercado mucho más competitivo; eso es parte de la globalización. Tomen en cuenta que también en México, Guatemala, Panamá y Ecuador hay foros de este tipo, donde también les están enseñando como producir cosas que antes no producían. El segundo factor, que veremos más adelante, se llama "evolución de productos", que es realizado en varios países desarrollados y en el cual históricamente no habían penetrado en ese mercado. Lo que hacen hoy en día es que adquieren ese tipo de productos como materia prima, le dan un valor agregado y lo revenden al mercado ya con un valor agregado superior, lo que, por supuesto, les da una ventaja.

Otro aspecto que también es clave es la reducción de precios de la materia prima. Aunque no son cambios tan grandes, en mercado estamos hablando de una inclinación tenue pero constante en el elemento de precios. Lo que estamos

haciendo en México es tratar de darle un valor agregado al producto para que cuando se venda al mercado ya tenga un valor adicional y, de esa manera, salir del problema de la reducción de precios.

Otro elemento importante consiste en conocer los cambios de hábitos del consumidor, y eso es muy importante para todos aquellos que quieran venderle a países desarrollados. Hay un gran cambio en lo que los clientes ven en el lado del consumo: queremos vernos mejor, queremos mantenernos más jóvenes y queremos ser más sanos. Todos estos factores influyen en el consumo de los productos de frutas tropicales y juegan un lugar importante aquí.

También las frutas procesadas, frescas o secas son muy importantes en este nicho de mercado porque, más y más, la gente está consciente de los beneficios y de las bondades que las frutas aportan a nuestro organismo. Otra cosa importante es la conveniencia; por ejemplo, cada vez más los europeos prefieren comprar todo preparado. Una de las cosas que nosotros estamos haciendo en Europa es vender en los supermercados frutas frescas pero ya cortadas y preparadas de una manera especial; por lo que hemos reconocido en este sistema una oportunidad muy interesante de venta, aprovechando casi el 100% de la producción.

También ya se mencionaron los estándares de alta calidad. Todos, hoy en día, demandamos una excelente calidad de los productos que consumimos. No tengo la menor duda de que se pueden firmar los mejores convenios del mundo, pero si ustedes no van a producir los productos con las normas de calidad que exigen los mercados a los cuales les están apuntando, va a ser muy difícil que esos productos puedan introducirse en dicho mercado.

Otra cosa importante es el cambio de estructuras de comercio. El Internet está cambiando nuestras vidas en todos sentidos y lo que sucede es que se está acortando la cadena productiva constantemente. Si en un momento nosotros dependíamos de agentes que eran los intermediarios, hoy en día existe la posibilidad de un contacto directo entre las cadenas de distribución y los mismos productores, por supuesto de una manera organizada.

Este cambio de estructuras influye también no sólo en la posibilidad de acortar las cadenas y, por lo tanto, recibir precios más adecuados; también influye en saber lo que el cliente quiere de manera directa y hacer los ajustes respectivos para producir un bien adecuado a sus gustos. Pero una de las cosas que más afecta es que nos encontramos en un mundo en el cual todos estamos compitiendo por lo mismo.

Estamos viviendo una revolución tecnológica, hemos convertido un desierto no en una selva pero sí en lugares más verdes y fértiles. Evidentemente es ese conocimiento el que le ha permitido a Israel ser uno de los líderes en el mundo de frutas o productos tropicales. En pocas palabras, el mercado de frutas tropicales, frescas o procesadas, sigue creciendo y sí creo que esto va a continuar. Por tanto, a aquellos que sepan trabajar y sepan hacer las adaptaciones adecuadas dentro de este mundo, les aseguro que pronto verán los frutos deseados. De eso no tengo ninguna duda, y quiero compartir con ustedes una pequeña reflexión de Carlos Darwin, quien dijo que no será la más fuerte de las especies la que sobreviva, ni la más inteligente, sino la que sepa adaptarse al cambio continuo.

Israel hace suya esa filosofía de *marketing*. Por ejemplo, en 1970 prácticamente no figuraba y no tenía cultivo de aguacate. En 1980 Israel ya estaba ubicado en el país número 10 a nivel mundial de productores de aguacate. Para que se tenga una idea, en Israel no se conocía el aguacate; desde que se inició el proyecto se hizo con propósitos de comercio internacional. Cinco años más tarde, Israel ya estaba entre los cinco países de mayor producción de aguacate. Es casi el doble de producción y también Estados Unidos vio el potencial y comenzó a desarrollarlo.

En el año de 1995 estábamos otra vez en el séptimo lugar; en el año 2000 estábamos en el décimo lugar, pero con 81,000 toneladas de producción y eso continuó año tras año. En el año 2003 hemos tenido problemas, la economía israelí ha sufrido con el conflicto del Medio Oriente, sobretodo con Irak, y eso afectó no sólo nuestra economía sino también nuestra producción.

Israel tiene apenas 56 años y hemos incrementado nuestras exportaciones alrededor de 2,300 veces. La mayor exportación es a países europeos; pero también se exporta a los Estados Unidos. Los principales productos que exportamos son melones, fresas, kiwis, mangos, aguacates y variedad de cítricos, que son vendidos por lo general al mercado europeo.

El desafío nuestro desde el principio fue el hecho de que, teniendo una economía tan pequeña, la única manera de poder crecer era la exportación. Pero la exportación no es fácil, lo que puedo decirles es que uno de los métodos que hemos adoptado es la cooperación. En el momento en que nosotros cooperamos con nosotros mismos es mucho más fácil obtener resultados en el mercado internacional. Los esfuerzos que se han hecho se han dedicado por un lado a llevar buena cooperación, la que existe hasta el día de hoy. Es decir, el sector privado, público y las diferentes entidades hacen investigación y desarrollo conjuntos. Se comparten para poder lograr un éxito colectivo. Gran parte de nuestro éxito es el tratar de identificar segmentos que pueden encontrar

Principales países productores de aguacate

Producto básico seleccionado Aguacates	Año seleccionado 2003	
Clasificación producto básico	Producción (MT)	Nota
1. México	1,040,390	
2. Estados Unidos	200,000	F
3. Indonesia	157,500	
4. República Dominicana	150,000	F
5. Colombia	144,000	F
6. Chile	135,000	
7. Perú	95,000	F
8. Brasil	173,000	F
9. Etiopía	81,280	
10. China	80,000	*
11. España	134,980	
12. Sudáfrica	66,476	F
13. República Democrática del Congo	60,143	F
14. Israel	58,000	F
15. Camerún	52,000	F
16. Venezuela	52,034	
17. Haití	47,000	F
18. El Salvador	40,000	F
19. Filipinas	39,000	F
20. Guatemala	27,390	F

F = Estimación de la FAO / *= Cifra extraoficial.

algo específico, que solamente nosotros podamos tener, tomando en consideración que no tenemos tierra, no tenemos agua, no tenemos riquezas naturales, como las tienen ustedes.

Tenemos que decidir en qué mercado nos vamos a concentrar. No se puede producir todo; y como ustedes dicen: "El que mucho abarca poco aprieta". En Israel compartimos la idea que hay que concentrarse en lo que podemos ofrecer. Pero en la medida en que se va diversificando y abriendo a demasiados productos, probablemente no todos funcionen. Se debe tratar de producir un producto y ser el líder en esa área, para tener la mayor posibilidad de "posicionamiento" efectivo. Una vez que ustedes estén bien "posicionados" con un producto, la demanda del mercado les va a traer la demanda para nuevos productos; así sucedió en Israel, no comenzamos por siete, comenzamos por uno.

El segundo proceso consiste en identificar los segmentos más importantes y en comenzar una alineación de segmentos y de productos, que nosotros podemos ofrecer. En el área de las frutas tropicales no hemos descubierto nada, solamente que existen frutas tropicales que no las teníamos. Sin embargo, por medio de tecnologías hemos cambiado un poco: hemos brindado el clima y hemos convencido a muchos árboles que están viviendo en una zona tropical; nosotros les ponemos un poquito de música para que se sientan a gusto; de ahí nace la estrategia diferenciada por producto.

Como último recurso viene la implementación, porque una buena estrategia sin la implementación no vale absolutamente nada. El modelo que he desarrollado no está completamente cubierto porque faltan los siguientes factores: producto, precio, distribución y comunicación. Es el elemento humano, que desde el punto de vista del *marketing* moderno es ¿cómo el cliente percibe nuestros productos?, y no necesariamente cómo nosotros conocemos nuestro producto. Por lo tanto, la perspectiva del cliente es el centro, es el rey, y es el que a fin de cuentas nos va a pagar el sueldo del mes. Si él no compra, no importa lo que hayamos hecho por tener las mejores frutas del mundo; si nuestro cliente no percibe el producto como él cree, entonces vamos a tener contenedores llenos de productos que no vamos a poder vender.

Desde ese enfoque, tenemos tres categorías principales: Los productos de conveniencia, que son todos aquellos que desde el punto de vista del cliente no está dispuesto a hacer un esfuerzo para adquirirlos. La mayoría de nuestros productos se encuentran en esta categoría. Yo no voy a caminar de aquí hasta la costa para comprar una banana. Así es como hoy en día más del 95% de los productos se encuentra bajo esa categoría, y enseguida vamos a ver porqué esa categoría no es buena para los productores.

La segunda categoría es lo que llamamos los productos de servicio, que son aquellos por los que el cliente está dispuesto a hacer un pequeño esfuerzo para adquirirlo. Este esfuerzo se puede medir desde el punto de vista del dinero o del tiempo en tratar de averiguar dónde se encuentra, cómo hacer, cuáles son los beneficios, cómo tener más información. Este grupo está hoy en día alrededor del 4% de los mercados de los productos o servicios. Están ahí productos como las refrigeradoras y automóviles, sobre los cuales pedimos información para adquirirlos.

La tercera categoría es la categoría de productos especiales, que son todos aquellos productos que desde el punto de vista del cliente está dispuesto a pagar más y hacer un gran esfuerzo para adquirirlos. En esta categoría están las marcas, por ejemplo si se quiere comprar un reloj que proporcione más que la hora, se va a comprar un "Rolex", eso es la fuerza de la marca. Alrededor del 1% de los mercados se encuentran en esta categoría.

Por supuesto, la comunicación tiene que ser alta, la promoción, relaciones públicas, promoción de ventas, todo lo que está relacionado con el elemento de comunicación. Si ustedes observan, estos tres

Categorías de productos y servicios dentro del *marketing*

	Productos (servicios) de Conveniencia	Productos (servicios) de búsqueda	Productos (servicios) Especiales
Precio	Bajo	Medio	Alto
Distribución	Masiva	Medio	Baja
Comunicación	Alta	Alta	Baja

elementos afectan con claridad los márgenes de ganancias, es decir, la distribución alta significa costos superiores, una comunicación alta significa costos superiores. A fin de cuentas, si estoy vendiendo a un margen relativamente bajo, mi margen de ganancia va a ser relativamente bajo y lo que tengo que hacer para justificar mi sobrevivencia es llegar a ventas masivas.

El precio es importante pero no es lo determinante. Aquí entran otras variables de gran importancia como la calidad. Los precios de los productos especiales son superiores a los precios de los productos de conveniencia. Desde el punto de vista de la distribución, ésta va a ser media, ya que el cliente va a estar dispuesto a buscar el producto. Por lo general, les puedo decir que las frutas no se encuentran dentro de esta categoría.

En ese sentido, lo que hacemos es identificar a un cliente que no está completamente satisfecho con lo que está actualmente comprando. Averiguamos cuáles son las necesidades que no son satisfechas, le agregamos esas bondades y de ahí es donde nace el nuevo producto. El enfoque es desde el punto de vista del cliente y no desde el punto de vista del producto.

Cuando una empresa tiene fuerza comercial y, por el otro lado, un segmento suficientemente alto y atractivo, lo que hace es extender su posición y comienza a diversificar y a producir otras cosas. Cuando mi fuerza comercial es moderada y a pesar de que tengo un segmento alto que me interesa, tengo que invertir para construir. No puedo empezar ahora a diversificar en nuevos productos cuando no he construido una red comercial fuerte que me soporte los productos que estoy ofreciendo. Por supuesto, si soy débil debo construir con cautela porque hay que tener mucho cuidado cuando somos débiles: no hay una segunda oportunidad cuando se comete un error en un segmento que sea atractivo. Hay un viejo dicho que dice: "Nunca tendrás una segunda oportunidad para una primera impresión". Por lo tanto, si eres débil debes construir con cautela, porque si cometes un error no tendrás una segunda oportunidad.

Cuando hablamos de Europa nos referimos a todo un continente con más de 20 países, 20 diferentes mercados, 20 diferentes gustos e idiomas. Lo que se conoce como el Mercado Común Europeo, lo único que tiene de común es un arreglo que han hecho entre ellos, arreglo que permite la transferencia de productos de un país a otro sin tanto requisito. Todo lo demás es completamente diferente y, entre esos países, ni siquiera consumen las mismas cantidades, ni los mismos productos. Por supuesto que también podemos invertir de forma selectiva si tenemos moderada fuerza comercial y un segmento medio. Lo último es que si tenemos un segmento que no nos interesa y nuestra fuerza comercial es débil, para qué perder el tiempo.

Quiero compartir con ustedes el hecho de que nosotros hacemos una diferenciación de calidades y precios, y eso nos permite realmente tratar de llegar a una estrategia de premio alto: ser ubicados y percibidos como un producto especial. Esa estrategia es importante para llegar a las condiciones de éxito.

El producto tiene que cumplir las tres A. La primera A es lo **adecuado**, es decir, es bueno para mí y detrás de esto están las políticas de comunicación y política de producto y, por supuesto, la calidad. La segunda A es el aspecto **Adquisitivo**, es decir, se puede comprar. La tercera A viene de **Accesible**, desde el punto de vista físico, es decir que las personas puedan realmente tener acceso al producto.

Estrategia de segmentos

Fuerza comercial

Interés del segmento

	FUERTE	MODERADO	DÉBIL
ALTO	Extender posición Códigos y nombres de los segmentos	Invertir para construir Códigos y nombres de los segmentos	Construir con cautela Códigos y nombres de los segmentos
MEDIO	Construir de forma selectiva Códigos y nombres de los segmentos	Invertir de forma selectiva Códigos y nombres de los segmentos	**Limitar expansión** Códigos y nombres de los segmentos
BAJO	Proteger y volver a enfocar Códigos y nombres de los segmentos	Cosechar Códigos y nombres de los segmentos	Renunciar Códigos y nombres de los segmentos

La base para poder colocar nuestro producto es este pequeño secreto: la imagen del producto, cómo el cliente coloca el producto dentro de su mente. El primer elemento es la marca. Todos nuestros productos llevan la marca, ya sea una manzana o un aguacate. Todos, absolutamente todos, llevan nuestra marca en forma individual, no por caja. Porque si no hay marca, nunca van a poder diferenciarlos. A menos que ustedes tengan un producto que realmente quieran esconderlo y no quieran que sepan que ustedes lo han producido, entonces no le pongan marca.

El segundo elemento es el empaque de venta, porque lo primero que las personas van a comprar entra por los ojos. El tercer elemento es el servicio después de la venta, porque no es suficiente vender el producto. Si hay algún problema, hay alguien detrás de ese producto.

Los cinco elementos para crear la imagen están en el diseño, la calidad, la satisfacción, la seguridad de que el producto es bueno y, por supuesto, la credibilidad. De aquí voy a las condiciones de éxito: la primera es la calidad, que involucra la credibilidad, precios atractivos, una infraestructura comercial fuerte, mercadeo y comunicación.

Elementos que componen la imagen del producto

También hay que tener herramientas de apoyo como capacitación y tecnología. Algo muy importante: hay que ser creativo. En el mundo de hoy, cualquiera puede hacer algo convencional. El elemento más importante de todos es exactamente: trabajar, trabajar y trabajar.

Promoción del consumo interno de frutas según la experiencia de México: Programa "5 x día"*

Conferencista: Lic. Lérida de Regil, Fundación Campo y Salud*

México está promoviendo el consumo de verduras y frutas a través de una campaña que está impulsando la Fundación Campo y Salud, la cual, es una asociación civil.

Durante los primeros tres meses del año 2004, la economía de México subió un 7% y nuestro producto interno agropecuario subió un 7%. La verdura y la fruta es uno de los sectores más dinámicos y uno de lo que generan más divisas para el país. En 2003 México se convirtió en el décimoprimer país exportador de productos agroalimentarios a nivel mundial. Entre los productos que estamos exportando están el aguacate, el brócoli, la calabaza, la cebolla, el espárrago, el chile, el limón y la berenjena.

Contamos con alrededor de 340 tipos de verduras y de frutas. En México hay un desconocimiento de las temporalidades de verduras y frutas y nuestra población nos está pidiendo verduras y frutas fuera de la temporada; aquí hay un buen mercado para todos aquellos países de Centroamérica y Sudamérica que quisieran exportar a México. Por ejemplo, se importa mucha fruta chilena.

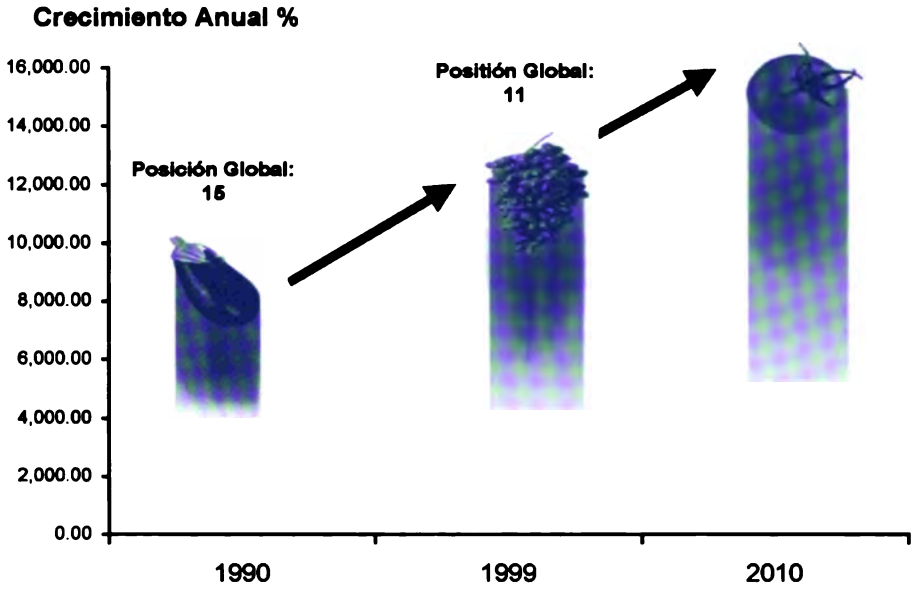
También estamos importando mango, a pesar de que somos un país productor. Sin embargo, en México, a pesar de todo esto, hay un bajo consumo de verduras y frutas. De acuerdo a la encuesta nacional de nutrición de 1999, las mujeres de 12 a 49 años están consumiendo alrededor de 2.3 porciones de verduras y frutas; los niños y ancianos consumen 1.3 porciones, lo cual es demasiado bajo, tomando en cuenta que en México tenemos sobreproducción, lo cual nos lleva a la caída de precios. Cabe aclarar que una porción, equivale a una taza de frutas frescas picada o su equivalente en gramos, es decir, 80 gramos.

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Lérida de Regil**. Licenciada en Relaciones Internacionales. Actualmente labora como gerente de desarrollo sectorial en el Programa "5 x día". E-mail: lderegil@campoysalud.org.mx

Proyecciones del crecimiento de las exportaciones al año 2010



El Gobierno está tratando de hacer que los productores siembren y cosechen de acuerdo a la demanda de los mercados interno y externo y, así mismo, a través de los Consejos de Promoción, que no compitan entre sí. Los mercados están dictando una nueva forma de hacer negocios, y quienes no se integren a esta dinámica quedarán fuera.

Para que los productores no queden fuera del mercado hay varios programas, entre ellos los Consejos de Promoción, que se encargan de asesorar y ayudar a los productores para planear la siembra y, además, hacer promoción de su producto a través de actividades de *marketing*. Contamos también con la Corporación de Solución de Controversias, que es el organismo que se encarga de apoyar a quienes exportan y no cuentan con los recursos necesarios. Por ejemplo, en el caso de una demanda por falta de pago de clientes en el extranjero tienen un respaldo legal que los apoya. Tenemos un Padrón de Comercializadores y también la conocida campaña "5 por día"; estamos fomentando el comercio directo por medio de Internet, la participación en ferias en Estados Unidos y México que brindan un marco de promoción para los productos tradicionales o no tradicionales. También contamos con una certificación llamada México Calidad Suprema, que ayuda a los productores a cumplir con todas las certificaciones exigidas y de esta manera facilitarles la entrada a los mercados extranjeros.

¿Qué es el programa "5 x día"?

Es una campaña de la Fundación Campo y Salud que tiene por objetivo innovar, cambiar hábitos alimenticios, diferenciar y abrir nuevos mercados para las verduras y las frutas. ¿Qué hacemos nosotros con esta campaña? Vamos mostrando una marca, una imagen diferente de las verduras y las frutas, y estamos incentivando el consumo. La expresión "5 x día" se refiere a consumir cinco porciones de verduras y frutas al día.

Nuestra organización está estructurada de la siguiente manera: tenemos un Consejo Directivo

integrado por productores; por el Consejo Nacional Agropecuario tenemos Vicente Yáñez de la asociación ANTAD, que es la asociación de tiendas de autoservicio y departamentales. Tenemos también a don Antonio Villaseñor, que es uno de los productores más destacados en aguacate de exportación; contamos además con diferentes asociaciones de productores. Estamos en proceso de integrar nuevos miembros en nuestro Consejo, como la Secretaría de Salud, Cancerología, el Instituto de Cardiología y la Central de Abasto, que ofrece una alternativa, donde llega todo el producto fresco del país y de donde se distribuye a autoservicios.

¿De dónde obtenemos nuestros recursos?

Este programa fue impulsado en un inicio por la Secretaría de Agricultura, que nos apoyó por dos años con recursos para llevar a cabo una campaña de promoción en televisión, radio, cine, etc. En estos dos años tuvimos un subsidio por parte del Gobierno Federal, al cual le interesa que nosotros hagamos nichos de mercado. También obtenemos recursos de los donativos que los productores nos otorgan. Esto funciona de la siguiente manera: tenemos una marca registrada que es "5 x día"; a quienes quieren ser miembros les otorgamos nuestra marca. Esta marca la pueden adherir como etiqueta en cada una de sus frutas, y pueden hacer recetarios o promocionales. De esta forma, en el punto de venta, el cliente relaciona el producto con la campaña que tenemos en medios masivos, en escuelas y en autoservicios. Entonces ya tenemos resultados. También hacemos alianzas con iniciativas privadas; por ejemplo, con frigorizados La Huerta y con Jumex. Este tipo de marcas patrocinan el programa como promotores de la salud y nos proporcionan un ingreso.

También los medios de comunicación nos permiten espacios gratuitos, en donde los productores hablan de su cultivo, las bondades que ofrecen, como las nutricionales; también apoyamos la imagen del producto dándole valor agregado. Está muy de moda el mantenerse delgado; la clorofila ayuda a oxigenar el cuerpo humano y a que las células no envejezcan; ese enfoque distinto es el que se le está dando al consumo de verduras y frutas; es como hacerlo una moda.

¿Cómo se hizo esta campaña?

Primero se hizo un estudio de mercado para detectar qué era lo que el consumidor estaba demandando. En el estudio descubrimos que las cinco variedades de verduras y frutas más consumidas son la papa, el jitomate, la zanahoria, la calabaza y la cebolla. Generalmente, este tipo de verduras se ocupa en la cocina. Las cinco variedades de frutas más consumidas son el plátano, la manzana, la naranja, la papaya y la sandía. Hemos elaborado recetarios para consumir estos productos.

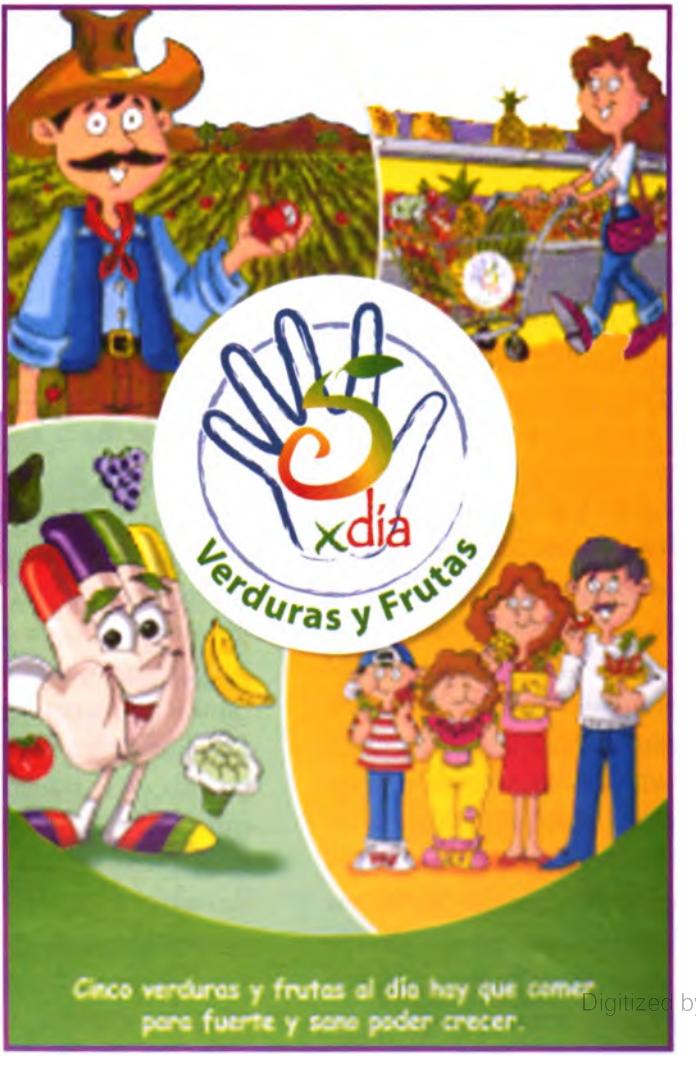
Las verduras se consumen a la hora de la comida, el horario de consumo de la fruta es un poco más variado, ya que se percibe como postre, como algo dulce, algo agradable. El comportamiento es muy interesante, pues la variedad y la cantidad de verduras y frutas se deciden en el momento de la compra. Aquí la campaña "5 x día" está haciendo una promoción muy agresiva desde el punto de vista de venta.

También descubrimos que el consumo de verduras y frutas va en aumento y éstas se consideran muy importantes respecto a otros ingredientes. El consumidor demanda más información acerca de las propiedades, manera de prepararlas, qué beneficios tienen para la salud, también quieren que tengan un valor agregado. Muchos de los consumidores trabajan; el ritmo de vida de la mujer está cambiando en México, muchas están integradas a la fuerza laboral y no tienen el tiempo de estar preparando las verduras. Asimismo, se detectó en la compra que el consumidor se mueve por impulsos y antojos, que existe la necesidad de información nutricional y una preocupación por una alimentación adecuada.

¿Cuál es el origen de la campaña "5 x día"?

Surgió hace once años en los Estados Unidos. Se ha implementado también en Nueva Zelanda, en países de Europa, como Francia, Alemania, España e Inglaterra y los resultados son los siguientes: en Estados Unidos el 39% ya conoce la campaña y el 25% de los niños ya consumen las cinco porciones; en Nueva Zelanda el 81% de la población ya conoce el programa y el 73% de los niños ya lo integran; en Canadá el 70% ya conoce el programa. Esta campaña ha reflejado una mayor demanda de productos frescos y es lo que nosotros tratamos de hacer en México.

Tratamos de darle un valor agregado al producto, nosotros dividimos las frutas y las verduras en cinco colores básicos que aportan fitonutrientes al organismo, que ayudan a disminuir la oxidación, el cáncer y otras enfermedades, etc. Cada color tiene distintas propiedades, esto se lo transmitimos al consumidor desde el punto de venta. Tenemos los colores azul/morado, verde, blanco, rojo, amarillo/naranja. Ustedes estarán pensando, ¿por qué el plátano está en color blanco?, nosotros tomamos el color de acuerdo a si se come o no se come la cáscara. Por ejemplo, la cáscara del plátano no se come; se come lo blanco. Por lo tanto, se toma como color blanco.



Afiche de la campaña promocional "5 x día"

Fomentamos un cambio de conducta por medio de un cambio de hábitos alimentarios. Tenemos influencia en la actitud de la gente, en su conocimiento teórico y práctico, y utilizamos los medios de comunicación para lograrlo.

La actitud la cambiamos con información en el punto de venta. Hemos llegado a ciudades como Durango, el Distrito Federal, Guadalajara, León y Monterrey. Tenemos un sistema de autoservicio donde se le informa a la ama de casa acerca de los colores, se le dan recetas y además tratamos de llevar un mensaje hacia el cambio de actitud con degustaciones. Muchos productores nos proporcionan productos para hacer las degustaciones y los resultados han sido muy positivos. El día que ha estado la campaña de frutas "5 x día" en el autoservicio se ha logrado un incremento de ventas del 12 al 30%.

Tenemos un personaje que se llama "Manix", y es una manita con cinco dedos que representan los cinco colores. Estamos dirigiendo esta campaña a la población en general; sin embargo, nos estamos concentrando en el segmento infantil y en el de las amas de casa. Se hace una dinámica con los colores, hay un personaje malo que trata de evitar que los niños toquen la manita; se les da recetarios, para que sus mamás les preparen alimentos saludables.

Además, llegamos a un total de 192 escuelas hasta sexto año de primaria. Los medios a los que nosotros nos dirigimos son: televisión, radio, revistas, vehículos, reportajes y espacios en programas que tienen cobertura a nivel nacional. Nuestra campaña en televisión por cable logró un total de 542 spots y en televisión abierta 132. Hicimos 124 comerciales en radio, llegamos a 35 salas de cine en toda la república mexicana y estuvimos en revistas locales para amas de casa y niños.

¿Qué resultados obtuvimos con esta campaña?

En penetración logramos un 31%, estos resultados se basan en una encuesta que se hizo a 750 amas de casa en las principales zonas urbanas adonde llegó esta campaña. El 50% de la gente entrevistada considera que ha modificado los hábitos de consumo. Se estima cada campaña como un promotor y motivador de consumo de verduras y frutas; el 30% de las amas de casa recuerda la campaña sin ayuda y comentan que sus hijos les han pedido más verduras y frutas. Los niños están completamente identificados con la manita; se les preguntó qué opinaban de la gente que está apoyando esta campaña y expresaron que los productos participantes en ella iban a ser los preferidos.

Estamos trabajando con 80 productores miembros, vamos a seguir participando en ferias. Actualmente tenemos promoción en Wall Mart, Gigante, Soriano, Casa Ley, Futurama, Comercial Mexicana y Chedraui. Se está realizando un vínculo con McDonald's porque está lanzando en México un programa de ensaladas, y quiso que le apoyáramos con toda la asesoría promocional enfocada a la nutrición, específicamente en ensaladas. Además, se ha firmado un convenio con la asociación nacional de restaurantes mexicanos para que se promuevan menús "5 x día" en todos los restaurantes.

Aquí cierro con una nota que dice: "Mirar por los demás no es privilegio de algunos, es oportunidad para todos".

Tema II

Innovación en tecnología, poscosecha y comercialización de frutas tropicales

Innovación tecnológica para el mercado de frutas procesadas*

*Conferencista: Dr. Fabrice Vaillant, CIRAD-CITA***

En esta ponencia voy a presentar el trabajo que hacemos en convenio entre CIRAD, Francia y CITA, Costa Rica. Estamos realizando investigaciones con productos locales para hacer estudios de factibilidad técnica con empresas industriales y así desarrollar productos novedosos. La Universidad de Costa Rica hace todas las investigaciones y las transfiere al sector industrial. Si se llega a un aprovechamiento comercial de las nuevas tecnologías, entonces, hay una restitución del esfuerzo de investigación mediante regalías. Esa es la manera más funcional que hemos encontrado para que el sector agroindustrial pueda innovar.

En relación al tema de las frutas, muchos estudios demuestran que las frutas tropicales, por la fuerte incidencia de la luz, generalmente tienen alto contenido de micronutrientes, a menudo mucho más alto que el de las frutas templadas. Tanto es así que las naranjas producidas en la región húmeda de Costa Rica tienen mayor contenido de vitaminas y de poder antioxidante que las naranjas de la región de Valencia, en España. En este campo, las frutas tropicales corresponden bien a la demanda del consumidor.

Estos estudios señalan que en el caso de los consumidores europeos las motivaciones a la hora de comprar alimentos están en la diversidad

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Fabrice Vaillant**. Maestría en Ingeniería Enzimática y Bioconservación de la Universidad Tecnológica de Compiègne. Doctorado en Ingeniería Agroindustrial de ENCIA (Ecole Nationale Supérieure des Industries Agricoles et Alimentaires). Investigador del CIRAD-FLHOR (Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement - Département des productions fruitières et horticoles), principalmente en procesamiento de frutas tropicales en Latinoamérica. E-mail: fabrice.vaillant@cirad.fr

Composición de una fruta

Composición de una fruta

- Agua 80-90%
- **Sólidos solubles**
  Moléculas (MW < 1 kDa)
  azúcares, ácidos orgánicos, vitaminas, compuestos aromáticos, pigmentos, sales, micronutrientes
  Macromoléculas (MW > 1 kDa)
  polisacáridos, proteínas, taninos condensados
- **Sólidos insolubles**
  células, fragmentos de pared celular, almidón, cristales, microorganismos
- Gases (aire=>oxígeno)

gastronómica, que implica una apertura para consumir productos nuevos y en el interés por consumir alimentos saludables. También los gobiernos están fomentando el consumo de frutas y en este momento estamos en un auge del consumo de frutas y hortalizas.

El mercado de jugos está aumentando; hay un auge para bebidas conocidas como bebidas muy cerca del agua. Son aguas minerales en las cuales hemos introducido algo de jugo. A los japoneses, por ejemplo, les gusta mucho los tés fríos clarificados.

Los principales requisitos de la demanda son la calidad sensorial y nutricional, la inocuidad y, también, la ausencia de residuos de pesticidas. Otro elemento que está surgiendo con bastante fuerza, es que el consumidor no solamente va a exigir que contenga vitaminas y compuestos nutricionales, sino que también tenga propiedades funcionales. Es decir, no basta con que una fruta tenga alto contenido de micronutrientes sino cómo éstos son absorbidos por el organismo después de ingerirlos.

Hay estudios que demuestran que la salud de ciertas poblaciones depende en gran parte por las cualidades de su alimentación. Un ejemplo de ello es la paradoja francesa, donde existe un alto consumo de grasas y carnes, pero no se observa una incidencia muy grande de enfermedades coronarias. El análisis de la dieta en esta región comprobó que es el consumo del vino, que en realidad es un compuesto fenólico, lo que favorece que esta población no tenga la incidencia de enfermedades coronarias tan alta como en otras partes del mundo, en donde se consume igual cantidad de carnes y grasas.

Existen empresas que están produciendo extractos polifenólicos para introducirlos en los alimentos. Los carotenoides, por ejemplo, que se encuentran en una variedad de zapote rojo y también en el mango, que ayuda a desaparecer las cataratas en los ojos, son compuestos identificados como favorables para la salud humana. Actualmente es posible medir el poder antioxidante de las frutas y creo que dentro de poco, tanto como ahora se ven las calorías, vamos a ver cuál es el poder antioxidante del producto.

Hay variedades de frutas que tienen más micronutrientes, más interés nutricional y mayor potencial funcional. Esas frutas van a tener en el futuro mayor posibilidad en el mercado; pero, ¿cómo transformar los productos manteniendo esta calidad, sin perder los nutrientes que tienen las frutas?

En Centroamérica, donde hay poca producción de frutas en un solo lugar, donde la producción es bastante atomizada, la transformación a través de las pequeñas y medianas empresas se torna más difícil. En comparación con Brasil o Estados Unidos, donde se pueden reunir cantidades importantes de producto, se pueden construir plantas agroindustriales de gran tamaño; pero en el caso de Centroamérica la cosa es diferente, ya que esas grandes instalaciones no son funcionales. He visitado muchas plantas que no funcionan, muchas veces porque fueron sobredimensionadas o porque la tecnología que se empleó fue traída de una zona diferente, donde las condiciones eran totalmente distintas. Tomando en cuenta las dificultades específicas de la región, es importante desarrollar otras tecnologías.

Las tecnologías clásicas que actualmente usamos no conservan totalmente el potencial de las frutas, por ejemplo de pasteurización y de concentración por calor, que afectan muchísimo la calidad de los productos, no solo sensorialmente. Ustedes lo saben: un jugo de naranja recién exprimido y un jugo de naranja de mala calidad en el mercado son de sabor totalmente diferente. Pero aún más que el sabor, todos los compuestos de micronutrientes han sido alterados y muchas veces no cumplen y no son ni comparables con el potencial que puede tener la fruta fresca.

Es necesario investigar y desarrollar tecnologías apropiadas para la transformación de las frutas tropicales. Por ejemplo, tecnologías de extracción que permitan conservar mejor. Sabemos que la luz y el oxígeno alteran la calidad de las frutas. En el momento en que hacemos un jugo, sin tratamientos térmicos, solamente con el hecho de tener en contacto con el aire muchas de las moléculas, éstas ya no tienen el mismo potencial que si se hubiera trabajado sin la presencia de oxígeno. La pasteurización y la concentración afectan la calidad del producto final.

La experiencia actual nos permite afirmar que los equipos tienen que ser modulares para adaptarse a ese tipo de producción y los costos de inversión tienen que ser directamente proporcionales a la capacidad. Eso es un criterio que no es válido para la mayoría de tecnologías de agroindustrias tradicionales.

Por ejemplo, una empresa que pasteuriza evalúa al comprar un equipo: "entre más grande mejor"; hay menos costo por la capacidad del equipo, se hacen economías de escala. Muchas veces uno se siente tentado y por eso se dan los fracasos al comprar los equipos muy grandes, porque parecen más baratos, ya que muchas veces el pequeño vale casi igual que el grande y ese es el problema.

De 1950 a 1975 la prioridad de la industria era de autocuidado microbiológico y el costo no importaba mucho. La calidad en esos años era muy mala en los productos y la prioridad del consumidor era el precio. Los adelantos que teníamos en la agroindustria eran los adelantos que se tenían en la industria de la química. Todos sabemos que muchos de esos productos químicos son dañinos para la salud. En ésa época las industrias no tenían problemas de utilizar demasiadas cantidades de esos productos, a pesar de que podía hasta afectar el sabor porque lo que les importaba era que la inocuidad fuera intachable.

Hago esta reseña para demostrar que ahora estamos en un giro de tecnología. En aquel entonces se usaban colorantes y preservantes artificiales. Entre 1975 y 1995 ya hay consumidores que empiezan a exigir productos de calidad y otros que siguen comprando por precio. También

la legislación se vuelve más exigente sobre el etiquetaje y lo que contiene el producto. A nivel de las tecnologías de alimentos es el apogeo de nuestra ciencia y es ahí donde se encuentran innovaciones en tecnologías de alimento, en pasteurización, y así nace la tecnología UHT (Ultra Alta Temperatura), los concentradores a baja temperatura, etc. Empiezan a elaborarse equipos específicos para la producción de los alimentos.

Ahora estamos en un giro de la ciencia de alimentos, donde la preocupación es la salud y el placer. La prioridad del industrial es hoy la inocuidad total, no solamente microbiológica, sin elementos químicos. Estamos en el desarrollo de tecnologías que generan el potencial nutricional y funcional de las frutas para el consumidor. De ahí nacen todas esas normas a favor de que el alimento promueve la salud y que ya casi no debemos hablar de alimentos sino de alicamentos. Por ejemplo, que el alimento pueda ser la medicina sin tener sabor a una medicina.

Este es el pensamiento del consumidor en este momento. Esto implica un giro en el desarrollo de tecnologías; necesitamos tecnologías diferentes a las que se utilizaron anteriormente: tecnologías suaves de procesamiento, tecnologías de procesamiento en frío, ingredientes y colorantes naturales, etc. Es ahí donde hay oportunidades de mercado para ustedes.

Nuevas tecnologías

Casi todas las frutas contienen de 80 a 90% de agua y sólidos solubles, es decir: moléculas pequeñas, como los azúcares, los ácidos orgánicos, las vitaminas –nutrientes importantes que debemos conservar– compuestos aromáticos, que son muy importantes para hacer la excepción del sabor, pigmentos, colorantes, sales y otros micronutrientes; macromoléculas que son también solubles, como la pectina, que es muy importante para la digestión y el tránsito intestinal, las proteínas, los taninos, etc. Los sólidos-solubles, que encierran las células, son los fragmentos de pared celular, la celulosa, la lignina, los almidones, cristales, algunos microorganismos que son muy importantes para la salud del cuerpo humano.

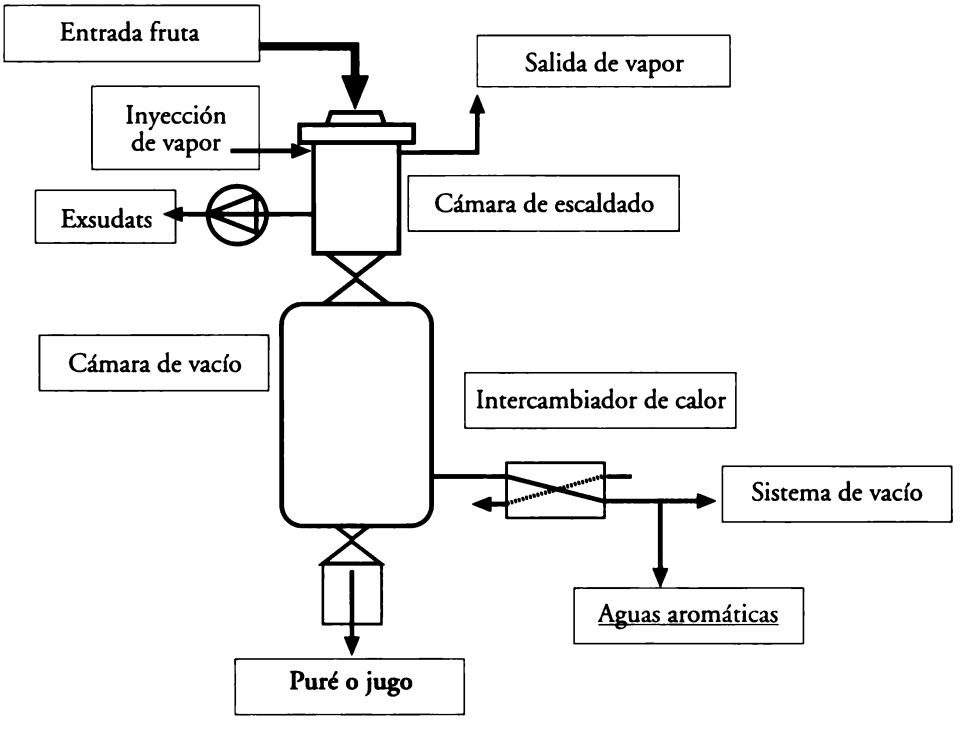
En un proceso de transformación, se trata de eliminar los gases, eliminar parcialmente el agua, pero no tocar los nutrientes, que deben quedar lo más intactos posible. Para la extracción de los jugos que limite la oxidación, existen varias formas o tecnologías. La extracción con baja presión de oxígeno, que en realidad es un despulpado al vacío; la "flash explosión" que es la remoción del aire del jugo utilizando membranas.

La "flash explosión" es una tecnología nueva que hemos seleccionado con mayor potencial para aplicaciones en países en vías de desarrollo por su costo y por su uso. El principio es sencillo: la fruta es escaldada, es decir, sometida ligeramente a un proceso térmico; pero como la fruta está entera, el proceso térmico, que es leve, no afecta los compuestos nutricionales que están dentro de ella. La fruta es sometida a un vacío intenso y explota en partículas diminutas.

Es un proceso que permite desactivar las enzimas endógenas, remover el aire y prevenir la oxidación; además, permite obtener altos rendimientos por la extracción total de los compuestos y, sobre todo, lo que es más importante, en un solo paso permite trabajar con frutas enteras, con la cáscara. Este equipo reemplaza la despulpadora, el escaldado y además el refinado de la pulpa. El proceso es sencillo: la fruta entra a la cámara de inyección de vapor, es calentada rápidamente, se somete a un proceso de vacío, estalla y después se recupera el puré o el jugo. Muchas veces se introduce la fruta con la cáscara, esto es según el tipo de fruta; por ejemplo, la guayaba no es necesario pelarla. Es una tecnología que funciona muy bien y la cáscara se separa después.

Proceso "Flash explosión"

Esquema de un equipo de "Flash-explosión"



Otra tecnología es la de membranas. Se trata de estructuras que tiene poros muy pequeños y homogéneos. Por ejemplo, trabajamos con membranas de 0.2 micras, hasta a los micro-organismos les es difícil penetrar. Este jugo o el puré de frutas pasa a una superficie de filtración y con una presión pasa a través de las membranas. Algunos componentes son retenidos a través de las membranas; todas las tecnologías de membranas son modulares: se venden por metro cuadrado. Esto es muy importante para el uso de las tecnologías en América Latina ya que el costo de inversión es proporcional a la capacidad y los costos de funcionamiento son muy bajos.

Hay diferentes jugos dependiendo del tipo de membranas. El jugo es completamente estéril, contiene todos los compuestos nutricionales y tiene hasta el aroma de los jugos naturales, lo cual desaparece cuando se somete a un proceso de pasteurización o calor.

El proceso se hace a temperatura ambiente, incluso se puede hacer a temperatura fría. Esta tecnología se ha trabajado en Costa Rica. Por ejemplo, con el melón, por un lado tenemos un jugo clarificado y por el otro lado obtenemos un conjunto de carotenoides que es un compuesto de cierto valor que está concentrado en el retenido. Hay diferentes posibilidades de obtener esos jugos y existe un mercado muy amplio para jugos clarificados, y también para las otras clases de jugos.

También existe la posibilidad de obtener jugos de alta calidad. La tecnología se llama "Resh Not", que consiste en mezclar los sólidos que fueron retenidos por la membrana, con el jugo clarificado para obtener un jugo normal,

que tiene las mismas características de un jugo fresco, nada más que ha sido tratado. Es un producto estable, pero tiene el sabor de la fruta fresca y contiene los nutrientes y las propiedades funcionales de la fruta fresca.

Esta técnica se puede aplicar al coco, el cual, antes de abrirlo, el agua está estéril, después se contamina. Por medio de esta técnica se puede obtener un jugo de coco estéril, que se puede empacar. Hay mercado para el jugo clarificado de coco, concentrado.

Tecnologías de concentración. Esta clase de tecnología se tiene que realizar en frío. Por ejemplo, la pasteurización del jugo de naranja afecta bastante el producto resultante, se puede perder hasta un 30% de las vitaminas. Mediante el proceso de concentración no se pierden.

Lo que frena el desarrollo de la agroindustria de jugos es la imposibilidad de las pequeñas y medianas empresas de acceder a tecnologías de concentración, debido a su alto costo. Un 80% del mercado internacional se mueve con jugos concentrados porque cuesta mucho menos el transporte. Por ejemplo, el jugo de naranja se reduce en siete veces el volumen entre fresco y concentrado.

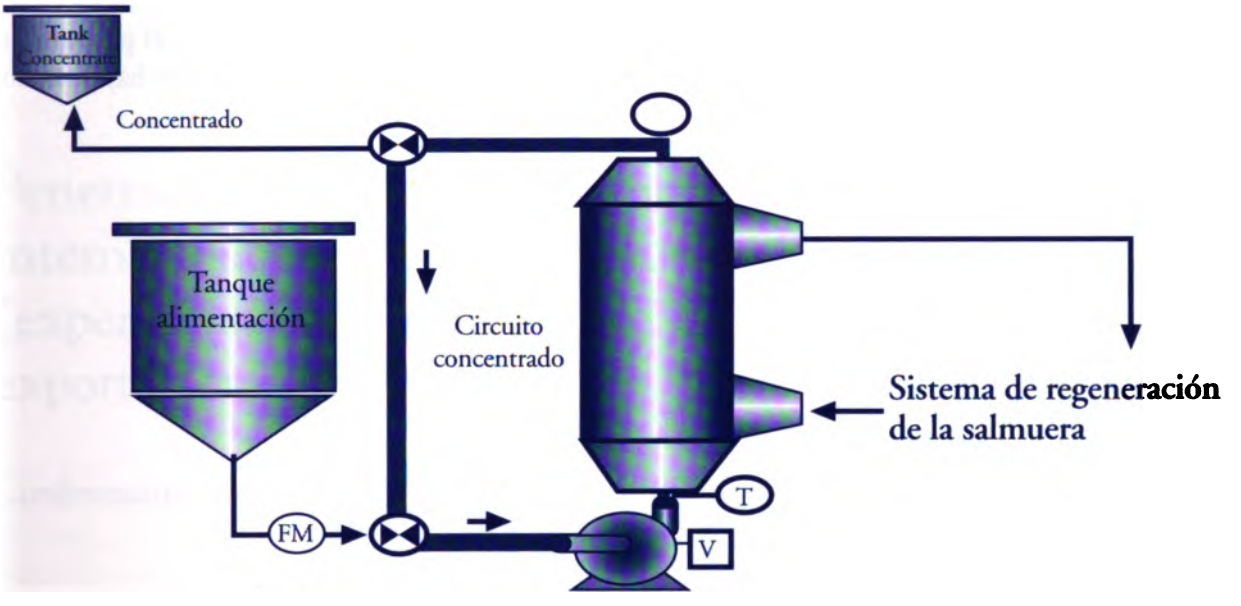
Entre las tecnologías de concentración más asequibles están:

La ósmosis inversa puede llegar nada más a 25 ó 35 grados Brix. No es costosa energéticamente, tampoco es demasiado costosa para una pequeña planta, ya que se pueden adquirir de 1 a 2 metros cuadrados de membranas. Estamos hablando de alrededor de 7,000 a 8,000 dólares por metro cuadrado; es un precio relativamente normal para pequeñas y medianas industrias. En el caso de la microfiltración está alrededor de los 5,000 a 6,000 dólares el metro cuadrado.

La evaporación osmótica, de la cual se espera que en el futuro podamos hablar satisfactoriamente. Al contrario de todas las otras tecnologías, la evaporación osmótica permite concentrar a mucho más alto grado Brix, obtener jugos concentrados y entrar fácilmente al mercado internacional. La concentración, también, no sólo disminuye los costos de transporte sino que

Tecnologías de membranas

Evaporación osmótica



mejora la estabilidad del producto concentrado, el cual puede durar hasta un año, dependiendo del tipo de fruta. El principio de la evaporación osmótica es algo complejo, pero resulta muy sencillo en el manejo de la tecnología. Es nada más una membrana hidrófoba, como una tela impermeable; al verla en el microscopio es como una tela con poros que no dejan pasar el agua porque es rechazada. Por un lado pasa el jugo y por el otro lado una salmuera concentrada. Se usa cloruro de calcio, que es una sal muy barata. Esa salmuera pasa por un lado de la membrana y el jugo pasa por el otro. Allí sucede un fenómeno que se puede entender intuitivamente: la salmuera, que es muy concentrada, absorbe el agua del jugo.

Tenemos experiencias para obtener un alto grado de concentración. Todo el proceso se realiza a presión atmosférica; es un proceso que no necesita vacío como las otras tecnologías. Todos los solutos son retenidos. Si comparamos los compuestos de la fruta de un jugo de naranja recién extraído, con un jugo de naranja concentrado a través de estas tecnologías, no existe absolutamente ninguna diferencia entre ellos.

Para el uso de la agroindustria rural, lo que se debe tener es un tanque de alimentación modular, recircular en una membrana que es modular, por un lado sacar el concentrado y por el otro lado sacar la salmuera, que tiene que regenerar con ayuda solar o térmica. Es muy fácil de usar.

Otra tecnología que es viable a pequeña escala es la deshidratación por fritura. Para obtener hojuelas crocantes de frutas maduras el proceso es sencillo y bastante conocido. En cambio, para obtener hojuelas de papa el proceso es más complicado. Para obtener hojuelas de frutas, el proceso se hace a baja temperatura y podemos decir que son las primeras hojuelas de frutas sanas,

porque contienen muy poco aceite. Estamos trabajando para reducirlo, aunque todos saben que una hojuela debe llevar bastante aceite. Por ejemplo, la papa contiene, como mínimo, de 30 a 45% de grasa. Nuestro producto además conserva cierta cantidad de vitaminas, básicamente es un equipo de fritura al vacío.

Gracias por haber escuchado esta ponencia y espero que les sea de utilidad. El instituto CIRAD-CITA está presente en diferentes países, incluso aquí en El Salvador, no en los temas a los que me he referido pero sí en el proceso del café. Gracias al IICA, con el cual hay muchos vínculos.

Penetración en los mercados formales locales e internacionales y creación de nichos de mercado (experiencia de AGEXPRONT en el desarrollo de las exportaciones de frutas)*

*Conferencista: Ing. Francisco Viteri, AGEXPRONT***

Hoy quiero compartir parte de las experiencias que hemos vivido a lo largo de 15 años, desde que empecé como agremiado de AGEXPRONT. Les hablaré sobre penetración en los mercados formales locales e internacionales, de la creación de nichos de mercado y de lo que es la experiencia de exportadores de productos no tradicionales en el desarrollo de la fruticultura.

La gremial fue fundada en 1982; actualmente existen más de 1,000 compañías exportadoras, de las cuales 300 son agrícolas. Algo interesante no es lo que somos hoy, sino lo que fuimos. Lamentablemente, no soy de los fundadores, pero les puedo decir que la iniciativa surgió de cinco personas que en su mayoría eran agricultores, que querían exportar y que tenían problemas de acceso a mercados, de tecnología y muchas cosas más. Básicamente se unieron sobre puntos de interés común, para tratar de hacer algo en conjunto y darle un empuje a las exportaciones. Actualmente la gremial genera más de un billón de dólares en exportaciones y aproximadamente medio millón de empleos.

Nuestra visión ha sido a lo largo de los años hacer de Guatemala un país exportador. La verdad es que se oye fácil pero, cuando nos ponemos a ver todo lo que hemos pasado, créanme que este trayecto ha sido un largo camino. Sin embargo, ha sido un reto y considero interesante que el grupo de personas que integramos la gremial hemos tenido algo en común, y es una visión de cambio, una visión de hacer mejor las cosas y hacerle frente a los retos. En la realidad, los mercados afuera son gigantescos y nuestros países son pequeños. Paradójicamente, creo que esto es una ventaja que, tanto Guatemala como El Salvador, podemos aprovechar. Creo que nos vamos a apoyar mucho.

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Francisco Viteri**, Ingeniero Agrónomo. Miembro de la Comisión Agrícola AGEXPRONT y Gerente General de Empresa Popoyán S. A. de C. V., productora y comercializadora de hortalizas. E-mail: fviteri@popoyan .com

¿Cómo está la organización de la gremial? Básicamente está conformada por una junta directiva, una asamblea general, compuesta por todos los asociados, y bajo esa junta directiva hay una división de competitividad y acceso a mercados, una división de servicios técnico-instructivos, una división de desarrollo y una división de servicios descentralizados.

Es una institución que funciona bastante bien, pero hemos pasado por dolores de crecimiento. Creo que lo que nos ha mantenido juntos es la visión de hacer de Guatemala un país exportador y la otra visión es nuestra economía que, tomando en cuenta la diferencia de tamaño de los países del área, es notable en relación con las economías de los otros mercados. Todos los temas que tratan de transporte, tecnología e inteligencia de mercado a la larga hacen que nos reunamos las diferentes comisiones. Hay comisiones que se reúnen una o dos veces por semana para tratar los temas e ir viendo por dónde van las cosas. Si me preguntan si en realidad existe una forma mágica, digo que no existe, sólo es una cuestión de actitud. Así comenzamos y créanme que estamos muy contentos con lo que hemos logrado.

Actualmente la gremial tiene diferentes comisiones: la más grande es la **agrícola**, de la cual vamos a hablar específicamente; **maquila y textiles**, **muebles y manufactura** que muestra una fuerte expansión; **acuicultura**, crianza de camarones no obstante de sufrir una crisis por el ataque de un virus, que casi provocó el cierre de la industria, pero a través de su comisión, lograron encontrar soluciones oportunas y hoy es una industria que está de nuevo en el mercado; **artesanías**, la industria de la cerámica, que agrupa alrededor de un millón de artesanos guatemaltecos; **laboratorios**, encargada de las certificaciones y calidad. La nueva comisión que urge es la de turismo, debido al potencial en Guatemala.

La comisión agrícola está integrada por varias subcomisiones, entre ellas están la de ornamentales y la de congelados. A nivel mundial ocupamos el tercero o cuarto lugar como productores de brócoli. La subcomisión de ecológicos que abarca agricultura orgánica, contamos con certificaciones y certificadores locales, éste es un segmento importante. La subcomisión de berries o frambuesas que fue una comisión grande, pero que se redujo debido a problemas de inocuidad. La comisión de arveja china, somos líderes a nivel mundial en producción de arveja china. Exportamos más de 60 millones de libras, calculamos que existen unos 10,000 productores de arveja china, que cultivan desde 100 metros cuadrados hasta 20 manzanas. Este es un ejemplo interesante de cómo se puede producir en áreas pequeñas y exportar a gran escala.

También vamos a hablar de la papaya, el aguacate, el mango, el melocotón y de la comisión de cafés diferenciados. Estamos hablando de café de altura de diferentes sabores, de acuerdo a los climas. En Guatemala ya hay siete regiones bien definidas de café que se están promoviendo. Tenemos las regiones de Atitlán, Antigua, Huehuetenango y Fraijanes. Los cafés diferenciados tienen mucho futuro y, sobre todo, nos está dando la posibilidad de lograr mejores precios. Ya hay subastas de café en Internet arriba de los 125 dólares por quintal; eso ha permitido que las fincas de altura puedan seguir en el cultivo.

Algo importante que ha hecho la gremial es fomentar la integración del sector público y del privado, además de mantener un enfoque constante hacia los servicios de apoyo a las exportaciones. Se percibe que de nuevo se le está dando la importancia que debe tener el sector agrícola; las instituciones financieras, que durante la crisis del café no apostaron mucho a la agricultura, y con mucha razón, nuevamente están dando apertura hacia este sector que deja muchos ingresos, que genera infraestructura, genera empleos, genera valor al país.

Tenemos la división de competitividad, que es la que elabora propuestas de desarrollo. En general, todos los que están en el Gobierno tienen

muy buenas intenciones y siempre buscan propuestas. En alguna medida, nos hemos especializado en trabajar cerca de ellos; servimos como un canal entre los productores y el Gobierno, y eso ha sido bastante bueno. Hemos elaborado documentos sobre políticas de país sobre el tema de la competitividad; elaboramos el documento "2020", que es una visión del sector agrícola hasta el año 2020.

Contamos con una División de Servicios Técnicos y Administrativos. En el tema de capacitación, uno de los programas más exitosos es la Escuela de Comercio Exterior, que es un programa reconocido por las universidades y por el Ministerio de Educación; es un programa para capacitar a todas las personas en el tema de las exportaciones, desde el propio tema de comercio, el transporte, logística e inteligencia de mercados. Algo interesante es el hecho de que acabamos de instalar un laboratorio para cataciones de café; de esa manera, los compradores llegan y pueden probar los diferentes cafés antes de comprarlos.

En el tema de la capacitación hacemos énfasis en las tecnologías de producción, traemos gente de afuera y eso es importante. Como una sugerencia, se debe buscar a la gente más exitosa en los diferentes países para que nos ayuden a construir un sector agrícola moderno.

El Departamento Comercial se encarga de la organización de diferentes eventos internacionales. Tenemos una feria agrícola, Agritrade, donde invitamos a los diferentes compradores, hacemos rueda de negocios, cursos, seminarios parecidos a éste. Calculo que en el último año participaron más de 2,500 productores. Es un evento regional donde participan salvadoreños, hondureños, nicaragüenses, costarricenses, panameños y dominicanos.

Guatemala y El Salvador tenemos algo en común y es la escala de la producción. No hay volumen, es algo que escucho todos los días. Llegan los compradores, pidiendo X cantidad de contenedores, pero nuestro problema es que no hay suficiente producción o tal vez hay bastante producción, pero no de calidad. Entonces, creo que hay mucho espacio, siempre y cuando tengamos la calidad; considero que lo más importante de la competitividad es la calidad.

Sabemos que el mayor productor de papaya en el mundo es Brasil, pero los fletes de Brasil son más caros. No sé cómo, pero creo que nosotros competimos muy bien como cercanía a los mercados, salvo que tenemos que trabajar en el costo de los fletes, pero ustedes no están a más tiempo de los Estados Unidos que nosotros. En realidad, estamos sumamente cerca de los mercados, creo que podemos hacer bastantes alianzas, y hay mucha gente en Guatemala que está logrando éxitos y que estaría interesada en hacer algún tipo de alianzas.

No hay fronteras; es increíble pasar la frontera en cinco minutos. Lo digo por nuestra experiencia, ya que exportamos productos hacia acá, y es fácil cruzar la frontera. Creo que este tipo de políticas ayuda mucho al desarrollo de los sectores.

Tenemos las misiones comerciales, que son las que invitan a los compradores. Lo hacemos periódicamente, hemos traído gente de los diferentes supermercados y esa es una buena forma de acercamiento. Participamos en ferias internacionales como el PMA, BIOFACH, ANUGA, EXPO COMIDA LATINA, en California, que son buenas oportunidades para comenzar y tener acceso directo a los compradores. Aunque no se tenga por el momento el producto, uno puede darse cuenta de cuáles son los productos, las tendencias, el contacto con los mercados, las demandas, qué falta, qué se quiere.

La División de Documentación e Información de Mercados, que realiza diferentes estudios de mercado, maneja estadísticas de exportación y la asesoría para el registro ante la FDA (Ley Bioterrorismo). Lo más importante, y es donde hay que trabajar, son los estudios de mercado. Realmente ya no se conocen como estudios de mercado sino como inteligencia de mercados, que

son muy diferentes. La inteligencia de mercados consiste en saber todos los días lo que está pasando en el mercado con sus productos. Eso es clave, y es tan importante como la calidad. Las estadísticas también son importantes, y sobre todo que sean recientes. Tenemos que saber qué está pasando hoy en el mercado para saber lo que vamos a hacer mañana, especialmente en el tema de productos perecederos.

La División de Mercadeo básicamente lo que hace es reclutar nuevos asociados, elabora el directorio de exportadores. Un evento muy importante es el otorgamiento del premio al mejor exportador, la empresa para la cual yo trabajo ganó el año pasado el premio al mejor exportador con el programa agrícola. Tenemos la publicación de la revista *Dataexport*, que es una fuente de divulgación de todas las actividades de la gremial.

La División de Recursos Humanos se encarga de mejorar el clima organizacional y les da servicio a los agremiados, y en alguna medida a otras instituciones. Si alguien quiere un perfil o reclutar alguna persona específica, la división de recursos humanos le puede ayudar a buscar la persona idónea; si se quiere tener acceso a un consultor, también se le apoya.

La División de Tecnología, que surgió a raíz de un lineamiento de la Junta. Nosotros queríamos, como institución, ser líderes en todo lo que era el tema de tecnología electrónica. Hemos trabajado bastante y con quien más lo hemos hecho es con El Salvador. Todo eso del tema de los FAUCAS ha sido por iniciativa de Guatemala y El Salvador, y hoy es mucho más fácil movernos de Guatemala a El Salvador. Creo que Honduras y Nicaragua se sumarán y esperamos que Costa Rica reciba este mensaje, ya que es importantísimo que ellos también participen, pues creo que juntos tenemos más y mejores oportunidades.

Ya tenemos certificación fitosanitaria vía electrónica, o sea que las empresas se certifican, se les hacen monitoreos constantes de calidad, y a las empresas que están certificadas, en base a eso, se les dan los certificados fitosanitarios. Tenemos lo que se desee en el manejo del portal de información por cada centro electrónico de negocios. Este es un proyecto bastante agresivo que hemos hecho con MICROSOFT, AID, la gremial de exportadores, diferentes empresarios y otras organizaciones. Básicamente, lo que tenemos son centros electrónicos de negocios. Uno de los más exitosos está ubicado en la central de mayoreo y ahí nos está reportando los precios de los productos, básicamente de frutas y vegetales, logrando la transparencia en la negociación y la reducción del margen de intermediación.

La División de Desarrollo que trabaja con pequeños y grandes grupos, con mayor énfasis con los pequeños. Hemos logrado desarrollar una organización comunitaria y una capacidad empresarial. Se han identificado las debilidades de los empresarios para poder incrementar sus volúmenes de producción y de exportación, siendo éste uno de los proyectos de mayor impacto. Creo que es un modelo que puede funcionar en diferentes países, sabemos que se está haciendo en Honduras; realmente es un buen proyecto.

El tema de los costos es importante, ya que existe un conglomerado de empresas localizadas en un área geográfica específica, trabajando en actividades relacionadas con un sector industrial, el mercadeo o un producto en particular. Su función es identificar a todos los actores involucrados en un proceso. Por ejemplo, el cultivo de papaya; lo que hace es coordinar y actuar en las personas que están alrededor de este cultivo, en toda la industria relacionada, en todos los canales importantes que les faciliten el movimiento de este producto y coordina todos los sectores conexos, las proveedoras especializadas, los proveedores de insumos, las empresas de logística, la empresas de tecnología, los productores, las instituciones financieras, los proveedores de infraestructura, las instituciones educativas y de capacitación.

Eso es clave, porque las acciones que más ayudan para que el sector se desarrolle se hacen a través de la gremial. Hemos trabajado con leyes de incentivos; tenemos dos, la primera es el decreto 2989, que es la ley de fomento de la actividad exportadora en maquila, consiste en una exoneración de impuestos, y la otra ley es la de las zonas francas. Creo que ahí es donde tenemos que trabajar; ustedes tal vez dirán que una zona de maquila es una zona de fábricas, pero una de las cosas más interesantes es la posibilidad de trabajar zonas francas agrícolas. El esquema funciona bien y, si vemos, Puerto Rico está avanzando en eso; lo mismo China y los Estados Unidos. Actualmente tenemos 313 empresas de vestuario, 84 de agroindustria y 129 de manufacturas.

La ley de zonas francas trata sobre incentivos y regulación de las zonas francas en el país, es un modelo de desarrollo increíble. Es un modelo que hay que continuarlo porque es una gran oportunidad. Básicamente nos ha permitido fortalecer el comercio exterior, atrae mucha inversión, generación de empleo y el tema de transferencia de tecnología.

Somos parte de la FECAEXCA, Federación de Cámaras de Exportadores de Centroamérica. Este mecanismo existe y funciona bastante bien; es uno de los mecanismos que más se usó para el Tratado de Libre Comercio. De las ventajas que le vemos es que nos va ayudar a propiciar la unidad regional en pro de las exportaciones, en especial la de productos no tradicionales.

Sólo nosotros, los centroamericanos, estamos trabajando cada quien por su lado, porque todo esto va al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos y recibe una petición de cada uno de los países exportadores. Creo que ahí estamos gastando mucha energía, recursos y esfuerzos, y es triste que estando tan cerca no aprovechemos eso. ¿Cuánto tiempo nos tomó el hecho de que los protocolos de admisibilidad de la papaya y del mango fueran aceptados en el país a donde se habían desarrollado? Nos tomó mucho tiempo debido a que no estamos coordinados. Tenemos que trabajar, entonces, como hermanos centroamericanos; y es cierto, la afinidad que tenemos de un país a otro dentro del área no existe con ningún otro país lejano ni en ninguna otra región. Por ejemplo, Europa recomienda que nos hermanemos, la condición es que se haga un tratado regional y que las economías de los países se regionalicen. Yo creo que cada uno tiene sus fortalezas y lo que tenemos que hacer es aprovecharlas y construir sobre ellas.

En todos los países existe una contraparte de COEXPORT, FPX, APEM, CADEXCO y de APEX. ¿Por qué no las hacemos que funcionen mejor? Aquí les traigo las áreas que podemos trabajar en forma conjunta, como son: ferias, misiones comerciales regionales y asistencia técnica en temas de interés común. ¿Cuánto vale traer un consultor? 500 dólares diarios como mínimo, más pasaje y otras prestaciones. Ahora, si somos dos o si somos diez, yo creo que puede ser mucho más viable y mucho más interesantes las negociaciones comerciales. No estamos descubriendo el agua azucarada, ya lo hicimos, y hubiéramos podido lograr más. Tal vez porque lo más difícil es ponernos de acuerdo entre nosotros; es que eso es lo más increíble. Pongámonos de acuerdo nosotros con todo y a la larga seremos iguales.

Al definir los conceptos generales del mercado local nos encontramos con que todos los países tenemos mercado local y es un excelente lugar para alcanzar la calidad, la productividad y la competitividad. Usemos nuestros mercados, son un buen sitio para comenzar.

Lo que pasa es que nosotros no salimos a ver los mercados, no salimos a hablar ni siquiera a Guatemala, o de Guatemala a El Salvador, mucho menos ir a Asia a ver qué se está haciendo allá. Son 1,200,000,000 de personas en ese enorme continente. Podría pensarse que si los asiáticos solo ganan 100 dólares al mes, ¿qué van a comprar?

Compran, porque los chinos, por ejemplo, van del 9 al 10% anual de crecimiento económico, y los chinos van a pedir todo lo que produce El Salvador, todo lo que produce Guatemala, todo el producto de Centroamérica y todo ello no va a alcanzar.

Básicamente, los mercados internacionales son los nichos en los que tenemos que trabajar. Pero no se equivoquen, ¿por qué hay algunos cultivos de bastante éxito en temporada y de fracaso en otras? Porque son nichos muy específicos, y uno de ellos es el cardamomo, cuyo precio en algunas épocas asciende a 1,000 dólares el quintal, mientras que en otras épocas su precio baja considerablemente.

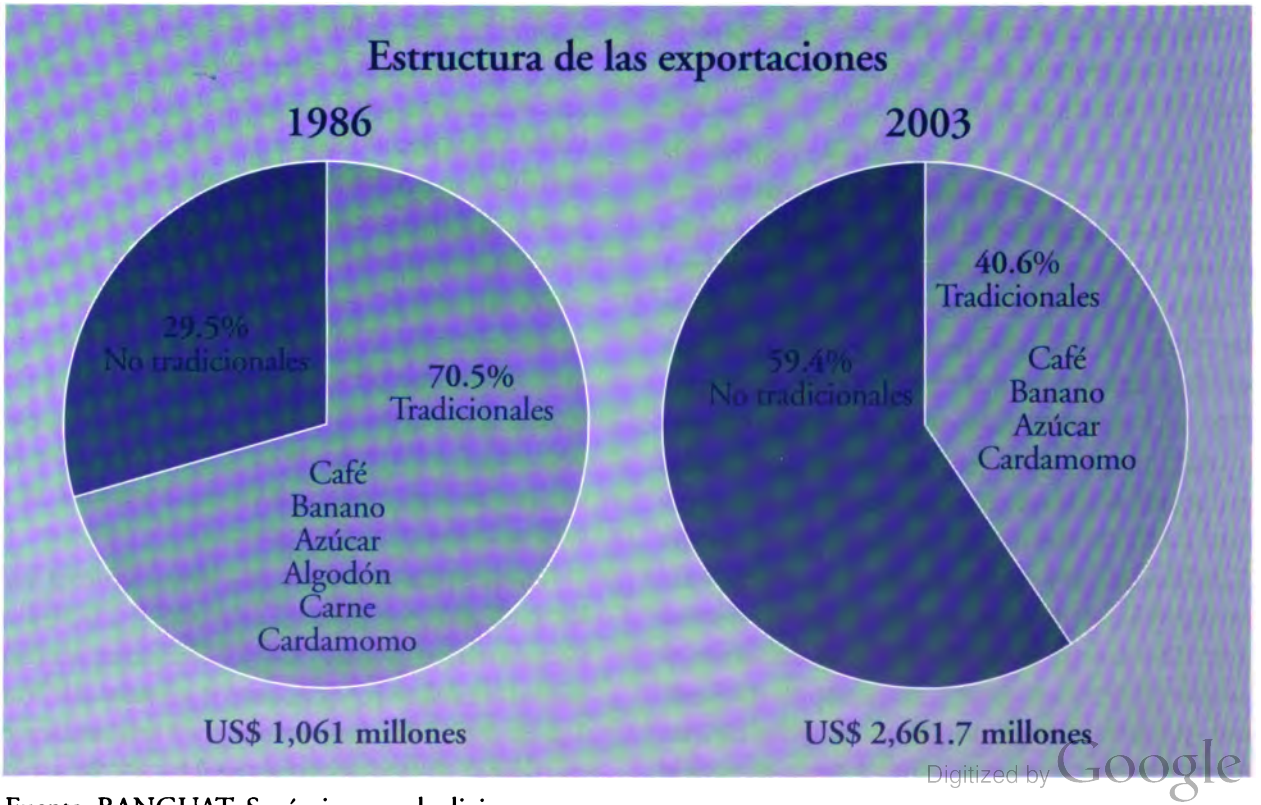
La penetración al mercado consiste en agarrar las valijas, salir y buscar, después de quitarse las botas y haber estado aguantando sol en las plantaciones. No hay agricultura ni agricultor que tenga éxito si no hace esas dos cosas. Hay que trabajar y tomar las valijas para ir a otros lados.

Rápidamente veamos lo que son las exportaciones de Guatemala. En 1986, el 30% eran productos tradicionales, el 70% no tradicional; en 2003, el 60% es no tradicional y el 40% es tradicional, tomando en cuenta el café, banano, azúcar y cardamomo. En total exportamos mil millones y hoy estamos en 2,500,000,000. Todo eso es agrícola. En el año 2004, con un 9% de crecimiento.

¿Cuáles mercados tenemos? Estados Unidos con 2,300,000,000, ¿y adivinen quién es nuestro segundo socio? Pues El Salvador.

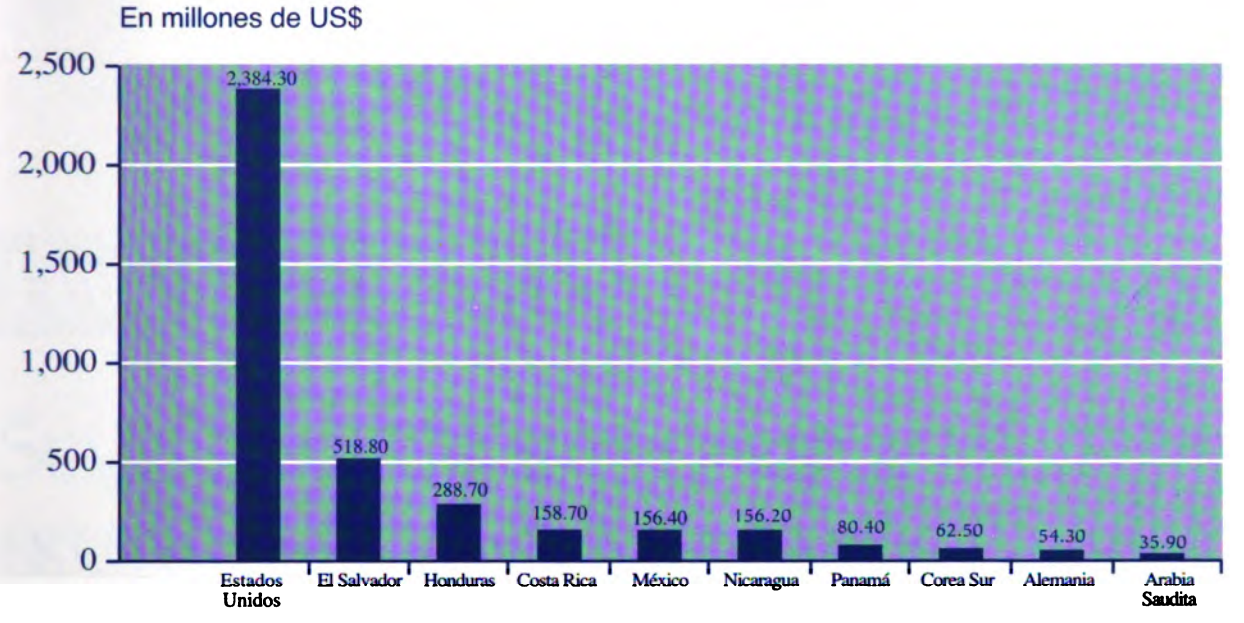
El sector agrícola representa la cuarta parte del Producto Interno Bruto y dos tercios de las exportaciones, es la mitad de la fuerza laboral del

Estructura de las exportaciones de Guatemala



Fuente: BANGUAT. Según ingreso de divisas.

Principales mercados de exportación 2003



Fuente: BANGUAT. Según Pólizas de Exportación.

país. Eso suena bien, pero en alguna medida es triste porque a pesar de la importancia de eso, nosotros como agricultores no hemos logrado el interés deseado. Sin embargo, creo que el sector va en auge, porque el Gobierno está apoyando y porque hay un cambio de actitud en los productores. Estamos viendo más compradores buscando productos.

Guatemala tiene 12,000 manzanas de tomate; 4,000 manzanas de chile; 4,000 manzanas de cebolla. El mercado común centroamericano representa el 30% de las exportaciones; Estados Unidos, el 40%; y la Unión Europea sólo el 13%. Los productos agrícolas que trabajamos son mango, papaya, melón, aguacate, moras, frambuesas, brócoli, arvejas chinas, productos orgánicos, cafés diferenciados, follajes, ornamentales y productos congelados. Todos empezaron extremadamente pequeños. En el mercado de los Estados Unidos, las exportaciones de melón andan alrededor de 80 millones, las de la piña 1.3 millones, la papaya está en crecimiento así como el mango.

Quiero contar algo sobre las frambuesas. Este sector encontró un nicho, la calidad que producíamos era buena y entramos en 2, 3, 4, 5, 6, y 7 meses. Pero descuidamos la inocuidad, apareció producto contaminado con una bacteria llamada ciclospora, lo cual provocó el cierre de las exportaciones a Estados Unidos; teníamos 500 manzanas; hoy casi no tenemos nada. Los servicios de certificación son lo único bueno que nos quedó de las frambuesas; esta experiencia nos permitió ordenar el proceso productivo de manera más higiénica.

En la exportación lo que hay que hacer es gatear, caminar y correr. Lleva su tiempo y sus fracasos; debemos estar abiertos al cambio. Tenemos la biblioteca virtual, a la que pueden tener acceso en www.export.com para conseguir la información que necesiten.

Tema III

Seminario-taller sobre la fruticultura en Mesoamérica

1. Situación de la fruticultura en El Salvador*

*Conferencista: Ing. Jorge Escobar, Programa MAG-FRUTAL ES***

¿Cuál es la situación de la fruticultura en El Salvador? En primer lugar tenemos que resaltar el compromiso del Gobierno actual, el cual se pone de manifiesto con la participación de sus altas autoridades en la inauguración de este evento, donde hemos contado con el Presidente de la República, la Vicepresidenta, el Ministro de Agricultura, la Comisionada para la Agricultura y otros funcionarios del ramo.

Dentro del Plan de Gobierno denominado "País Seguro Gobierno 2004-2009", se encuentran áreas de acción relacionadas con el sector agropecuario y la ampliación de la cadena de valor, en donde se manifiesta la continuación del Programa MAG-FRUTAL ES, el cu al se ha venido ejecutando durante cuatro años.

Por otro lado se pronuncia en apoyo a la erradicación de la mosca de la fruta a fin de preservar la calidad de la fruta, tanto en el mercado nacional como en el internacional. En el plan presidencial número 9 también se habla de la reconversión productiva del agro, en donde se busca integrar productores a las cadenas de comercialización internacional, promover exportaciones y promover inversiones.

Después de esta breve introducción sobre la situación política relacionada con la fruticultura, vamos a tratar sobre la situación de la fruticultura en El Salvador, la cual es importante clasificar en dos periodos: el primero antes del año 2000, donde se encuentran acciones aisladas de diversificación, plantaciones comerciales viejas, abandonadas o sin manejo tecnificado, como es el caso de marañón y coco; también se observan esfuerzos de ONGs y proyectos regalando plantas a pequeños productores, pero sin un

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Jorge Escobar**, Ingeniero Agrónomo. Ex coordinador del Programa Nacional de Frutas de Guatemala (PROFRUTA). Coordinador actual del Programa Nacional de Frutas de El Salvador (MAG-FRUTAL ES). E-mail: jorge.escobar@fuca.int

enfoque comercial. El segundo periodo es a partir del año 2000, donde el gobierno, a través de financiamiento con fondos FANTEL, deciden crear el Programa Nacional de Frutas de El Salvador del Ministerio de Agricultura y Ganadería, ejecutado por el IICA.

Este Programa tiene como objetivo contribuir con la siembra de cultivos de frutas de tipo permanente, beneficiando la capacidad productiva del sector agrícola nacional y contribuyendo a la diversificación, crecimiento económico, generación de empleo y divisas.

Este programa fue diseñado con un enfoque de cadena productiva, donde el principal orientador es el mercado, la demanda tanto nacional como internacional, lo cual sirve de referencia a los viveros y productores para determinar qué variedades se deben producir y estimular la siembra comercial en plantaciones. Además, se brinda asesoría técnica en manejo poscosecha y fruta procesada para tener acceso a los mercados previamente identificados.

¿Qué servicios ofrece el Programa MAG-FRUTAL ES a los productores salvadoreños?

Inteligencia de mercados, para ir determinando la variación de precios en los mercados nacionales e internacionales, y asesoría a todos aquellos que tienen producción. Por medio de Internet se difunden los precios diariamente, se hacen análisis internacionales de los principales cultivos y se participa en ferias nacionales e internacionales promoviendo la producción de El Salvador.

Ha sido importante la organización de los productores; en este sentido se ha avanzado y ya se cuenta con cinco organizaciones departamentales:

Resultados del estudio sobre la Oferta frutícola de El Salvador

Fruta	Area (Mz)	Productores
Coco	5,616	253
Naranja	3,034	516
Marañón	2,388	43
Jocote	888	335
Limón	554	61
Mango	215	69
Mandarina	195	66
Anona	15	14
Aguacate	11	8
Níspero	10	1
Paterna	4	1
Durazno	3	2
Guayaba	2	1
Mamey	1	1
Nance	1	1
Tamarindo	1	1
Total	12,936	1,373

La Paz, Santa Ana, La Libertad, Ahuachapán y San Miguel. La perspectiva consiste en crear una federación nacional de productores de frutas.

El Programa MAG-FRUTAL ES tiene un sistema de comunicación abierto a través de sitios *web* como el de Agronegocios del Ministerio de Agricultura y Ganadería de El Salvador, en el cual se encuentran las publicaciones y los precios, el otro sitio *web* es camagro.com/frutales, que también tiene disponible los documentos y la información del programa.

Otro de los servicios es la asistencia técnica a los productores e inversionistas en todos los temas de la cadena productiva agrocomercial: diagnósticos de finca, manejo de plantaciones, control biológico, manejo orgánico (en el caso de marañón), manejo poscosecha, agroindustria, etc.

Trabajamos con cultivos nativos, como son: las anonas, guayabas, coco, nísperos y otros. Actualmente el Programa MAG-FRUTAL ES ha tenido una meta y la ha ido cumpliendo durante los cuatro años acumulados; aproximadamente existen 8,500 nuevas manzanas cultivadas desde el invierno del año 2001, en diferentes departamentos del país.

¿Qué oportunidades se pueden encontrar para la fruticultura en El Salvador?

Hay mercado creciente a nivel nacional e internacional. El Salvador es un país altamente consumidor e importador de frutas y, sin embargo, en sus pocos esfuerzos de exportación ha podido demostrar que tiene demanda y que tiene capacidad de llegar a diferentes mercados. También se ha demostrado la rentabilidad financiera de los cultivos.

Se han identificado las oportunidades de agroindustrialización. En El Salvador hay condiciones agroclimáticas favorables, a pesar de ser un país relativamente pequeño se pueden encontrar diferentes tipos de climas según las altitudes. También encontramos que hay capacidad instalada ociosa: pequeñas o medianas empresas exportadoras o procesadoras trabajan parcialmente a lo largo del año.

El Programa Nacional de Frutas MAG-FRUTAL ES, analizando las necesidades de productores y exportadores, ha impulsado encuentros entre comprador-productor, ya que generalmente tenemos que tener respuesta para ambos sectores, unos preguntan en dónde está la oferta y otros preguntan en dónde está la demanda.

Para satisfacer dichas interrogantes ha sido necesario realizar el estudio "Oferta Frutícola en El Salvador", donde los parámetros consistieron en estudiar las plantaciones, con extensiones de una manzana hacia arriba en áreas que fueran sembradas antes del año 2000, ya que los datos posteriores son conocidos por el Programa MAG-FRUTAL ES. Logramos identificar que la superficie comercial se acerca a las 12,000 manzanas, dentro de ellas 5,616 manzanas son de **coco**, las cuales en algunos casos fueron sembradas desde hace 50 años, lo que significa que son plantaciones que tienden a declinar. Existe una superficie de naranjas de 3,034 manzanas, pero con diferentes tipos de naranjas y un mercado amenazado por la producción de Honduras. **Marañón**, 2,388 manzanas, principalmente en la zona oriente del país, donde también encontramos plantaciones con edades de 40 años y muchas de ellas descuidadas y abandonadas, aunque eso ha dado lugar a la industria del marañón orgánico, que es un nicho que El Salvador ha aprovechado bien. **Jocote**, un producto étnico o nativo y muy poco atendido, con hasta 888 manzanas, se está exportando con esfuerzos de productores y exportadores.

El cultivo de jocote está cuarentenado debido a la presencia de la mosca de la fruta; y no existe protocolo de investigación para determinar los riesgos para exportar a otros países como fruta fresca. Además de la presencia de jocote en la exportación hay también limones, mandarinas y en menor escala otras frutas.

¿Cuál es la balanza comercial de frutas en El Salvador?

Durante el año 2003 el plátano fue uno de los cultivos que más se importaba al país, lo mismo que uvas, naranjas, manzanas, sandías, melones y coco fresco. La importación del aguacate, en término de valores, no es significativo, comparado con las manzanas y el plátano, que son los que más divisas consumen del país. En términos de volúmenes, el mayor volumen que se importa en el país es el del banano fresco. El otro volumen fuerte es el plátano, además hay sandías, melones, naranjas, aguacates y otras diversas frutas.

¿Cuál es el origen de las importaciones de fruta?

En orden de importancia: Guatemala, Estados Unidos (manzanas y uvas) y tenemos alguna presencia de Honduras, básicamente con naranjas. Nicaragua, en menor escala, y otros países donde se incluyen Costa Rica y México, tienen alguna presencia, este último con el aguacate que ha incursionado en el país; pero los mayores volúmenes se alcanzan en el comercio con Guatemala.

¿Cuáles son las exportaciones de frutas de El Salvador?

El valor de las exportaciones de frutas frescas y procesadas alcanza apenas los 7 millones de dólares, donde un buen segmento es en fruta congelada y fruta fresca en pequeña escala. Eso se debe a las cuarentenas y a la falta de oferta de fruta fresca, por lo que se está desarrollando la exportación de la fruta congelada. Hay algo interesante: El Salvador podría desarrollar más el segmento de frutas procesadas, es decir, pulpas para otras materias primas, para otras industrias, y aprovechar de alguna manera esta ventaja para darle valor agregado en el país.

Las exportaciones de las frutas de El Salvador alcanzan valores de US$6,691.000. Se registran exportaciones a Estados Unidos, a Guatemala, Honduras, Alemania, Canadá, Nicaragua, Costa Rica y a otros países. Significa que ya hay algunos nexos comerciales; lo que hace falta es mayor dinamismo, mayores volúmenes o mayor constancia.

Desde hace 10 años se ha exportado limón pérsico, nuez de marañón sin cáscara y nuez de marañón con cáscara; con cáscara significa que es materia prima en bruto que se exporta a la India, y cuando hablamos sin cáscara es que hay un valor agregado incorporado en el país.

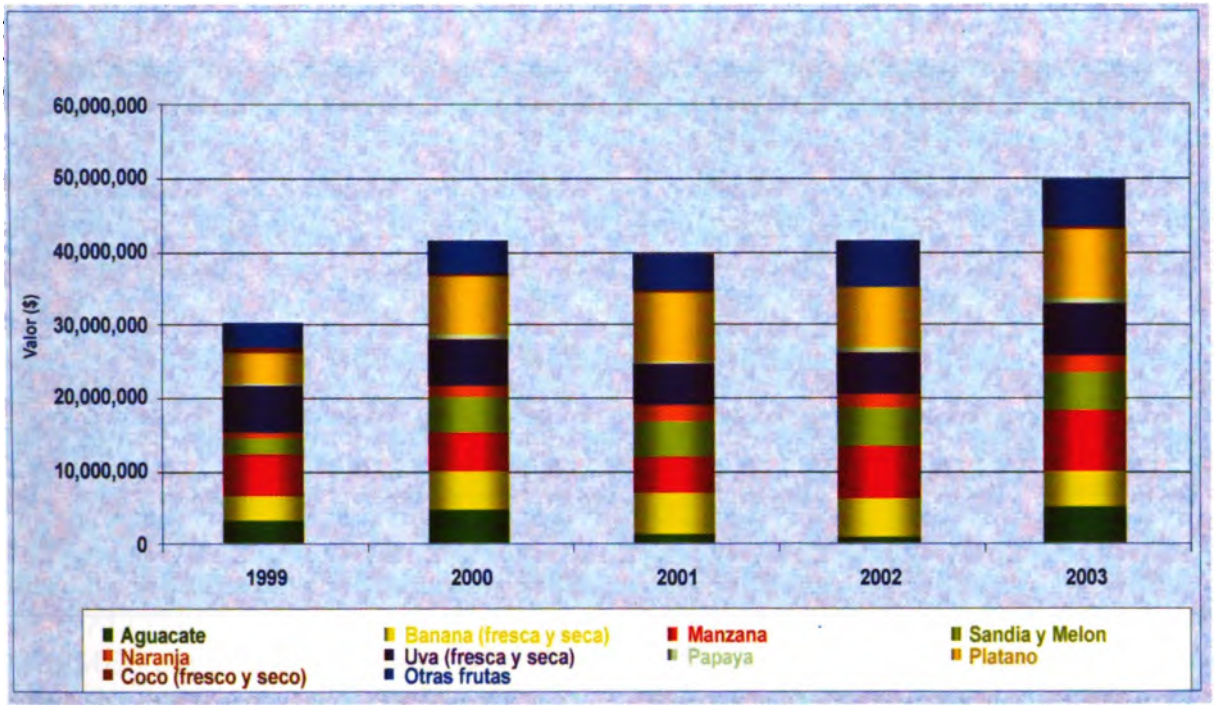
Es importante resaltar un nicho muy interesante que se ha venido desarrollando: el de la fruta congelada, principalmente a los Estados Unidos. Al ser un producto procesado supera las barreras fitosanitarias. Aún existen muchas fluctuaciones, es decir, no hay una oferta sostenida.

En el año 2004 hubo un alza de cerca de 6 millones de dólares en exportaciones de frutas congeladas a los Estados Unidos, siendo el jocote la de mayor exportación, con US$2,600,000; básicamente de jocote de verano, y en menor escala del jocote de corona. Está también el mamey, con US$1,100,000, el arrayán y el nance, un producto que también es muy silvestre, pero que ya estamos haciendo esfuerzos para desarrollarlo en forma comercial.

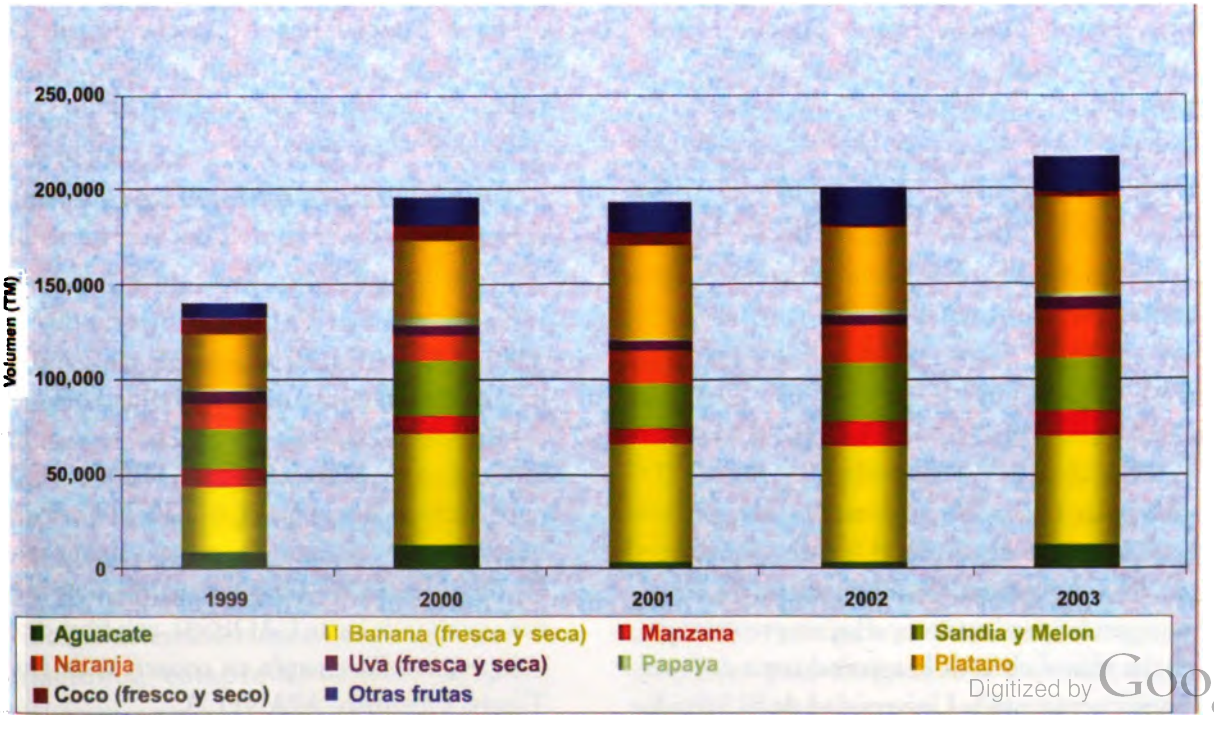
A los salvadoreños en el exterior, en Estados Unidos, les gustan las frutas que están acostumbrados a comer acá y como no las pueden obtener en fresco, las consumen en forma congelada.

En términos de volúmenes, la nuez de marañón sin cáscara ocupa un importante lugar; luego, la nuez de marañón con cáscara y el limón pérsico, que ha tenido sus alzas y bajas; pero hay que resaltar que solamente ha habido dos empresas exportadoras de limón, una activa y una casi inactiva. Próximamente, con la oferta que se está generando, se puede incrementar el número de empresas.

Valor de importaciones de El Salvador según tipo de frutas (US$)



Valor de exportaciones de El Salvador según tipo de frutas (TM)



Valor de exportaciones de fruta congelada de El Salvador a Estados Unidos
(Valor FOB en miles de US$)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004 a/
Anonas	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	46.1
Arrayán	581.2	102.9	132.6	296.8	76.1	997.6
Jocote	380.4	1,475.8	1,278.8	955.8	436.7	2,663.1
Mamey	552.1	923.4	537.6	206.3	20.0	1,110.4
Marañón	566.2	56.4	442.8	39.3	231.2	141.8
Nance	228.4	739.3	448.3	217.7	90.4	797.6
pulpa de coco	0.0	12.1	0.0	30.6	185.8	145.8
Pulpa de Zapote	82.5	0.0	30.8	707.0	53.0	0.0
Zapote entero	52.0	102.8	126.0	151.8	8.0	22.7
Otros	0.0	0.0	12.0	826.2	100.6	46.2
	2,443	3,413	3,009	3,433	1,202	5,971

Uno de los objetivos de este foro es el de compartir información con los países centroamericanos, acerca de las siguientes preguntas: ¿Qué ventajas tiene un país de las cuales el otro carezca, de qué forma se pueden complementar, cómo nos podemos apoyar y lograr un intercambio? Generalmente se dice en cada país que no hay recursos humanos calificados, que no hay entidades trabajando; entonces, al final de este día vamos a demostrar que sí hay entidades, pero que están en forma aislada y tenemos que integrarnos.

¿Qué hace El Salvador en el tema de recursos humanos en agroindustria?

Revisando la oferta de entidades académicas, encontramos lo siguiente: Existen carreras de Ingeniería en Alimentos en dos universidades, la Universidad de El Salvador y la Universidad "Dr. José Matías Delgado", y en esta última, además Ingeniería Agroindustrial. ¿Qué debemos hacer? Que los estudiantes de estas universidades se integren a los productores y a los empresarios para trabajar más el tema de la agroindustria de frutas. En agronomía está la Universidad de El Salvador, la Universidad "Oscar Arnulfo Romero", Católica de Occidente, Católica de Oriente, Técnica Latinoamericana, la Luterana Salvadoreña, y a nivel técnico está la Escuela Nacional de Agricultura. Sí hay universidades que pueden formar expertos profesionales, pero tienen que ser especializados, y aquí la idea es que debemos integrarnos a otros países con más desarrollo en fruticultura como es México, Chile y otros.

¿Qué capacidades de acopio o almacenamiento tiene el país?

En el tema de procesamiento y empaque hay varios: la empresa VALPER, empacando limón; SAMO-APRAINORES, que es un grupo que trabaja la nuez de marañón y ya está trabajando en el marañón-pasa; la Sociedad Cooperativa Productora de Marañón; DEL TROPIC FOOD trabajando coco rayado; BON APETIT trabajando néctares de frutas con pulpas importadas, RABINAL-PROLACSA trabajando con jugo de frutas y agua de coco; CADESAL con fibra de coco; Cooperativa Zarahemla en conservas de frutas y Tacuba Orgánico, APANECA.

Por lo menos hay cuatro empresas que se destacan en la exportación de congelados a los Estados Unidos, son: RACOR, GOTERA, Exportadora Río Grande, ATLACATL FOOD. Otras dos empresas están trabajando en conservas y dulces típicos, como Dulces de la "TÍA TOYA". Entonces, sí, hay empresas que están trabajando, pero lo que tienen que hacer es crecer y potenciar lo que están haciendo.

En el producto de procesamiento existen empresas como La Negrita, que produce dulces típicos, Dulces ALBANEZ, CASA ÁMBAR y BAZZINI, con frutas y nueces deshidratadas. Luego, un grupo de cuatro deshidratadoras: FRUTAS DEL SOL, DIVINONI, FRUTYSNAC y PRODESOL. INDUSTRIAS EL PEDREGAL con nueces de marañón, NARANJALES con jugos del día, ALLYFRUT con jugos del día, TOTI GOURMET con salsa de tamarindo. GRUPO AGRO INDUSTRIAL DEL PACIFICO, un esfuerzo que aún se está desarrollando para infusiones de cítricos, un proceso todavía en construcción.

¿Qué instituciones realizan investigaciones en beneficio del sector agrícola? CENTA, el Ministerio de Agricultura, el Ministerio de Economía, EXPORTA, la Cámara Agro-industrial de El Salvador (CAMAGRO) y la Fundación para la Innovación Tecnológica (FIAGRO). Recientemente se han lanzado los Fondos Competitivos SINALIT para financiar investigación.

¿Qué financiamiento existe en El Salvador para la frutas? Existe la línea de crédito del Fondo de Conservación Ambiental (FOCAM) del BMI, donde a través del sistema financiero se ofrece una tasa de interés del 6%, con un período de gracia de hasta seis años y plazos de hasta 15 años para la fruticultura y los sistemas forestales. Los destinos son: establecimiento y desarrollo de plantaciones, compra de equipo de riego, construcciones y mejoras de la propiedad agrícola.

¿Qué necesidades se han identificado para fortalecer la fruticultura en El Salvador? La amenaza sigue siendo latente, como es el caso de la mosca de la fruta, la plaga cuarentenaria que impide desarrollar exportaciones de fruta fresca y la falta de tratamientos cuarentenarios; además, se necesita infraestructura y logística. Sigue siendo latente la falta de especialización del recurso humano en el tema frutícola. A pesar de que hay universidades con cierta especialidad, aún hay que profundizar más en la fruticultura. Aún falta consolidar el proceso de organización de los productores por un sistema gremial fuerte, que aglutine a los productores; pero la semilla ya está sembrada.

En el tema de innovación tecnológica es evidente la necesidad que existe. El Salvador ya no puede iniciar las investigaciones básicas de evaluar variedades, evaluar distancias de siembras; éstos y otros muchos temas ya están desarrollados en otros países, lo que El Salvador tiene que hacer es conocerlos y aplicarlos en su territorio.

El Ingeniero Francisco Viteri de AGEXPRONT remarcó el tema de: "Volúmenes de producción", si cada país anda ofreciendo en pequeña escala, en primer lugar compite entre países; en segundo lugar se pierden mercados por no tener volúmenes y entonces siempre vamos a estar igual. Volvemos a caer en el caso del pequeño productor que no tiene acceso a mejores mercados porque él produce muy poco y le vende al intermediario que sí consolida cargas. En este caso, los países estamos igual. Se deben consolidar volúmenes, por ejemplo, El Salvador tiene que organizarse para poder ofrecer volúmenes. Luego, tiene que mejorar los sistemas financieros y de aseguramiento de la producción.

Después de cuatro años de estar ejecutando el Programa Nacional de Frutas es importante reflexionar: ¿Qué acciones conjuntas proponemos? El mensaje va dirigido a realizar acciones regionales conjuntas para desarrollar la fruticultura; por ejemplo cuando estamos hablando del tema de

la mosca de la fruta. ¿De qué sirve que un productor esté controlando sus plagas sí el vecino no las controla? Entonces estamos infestando de nuevo; igual sucede con los países, los países no deben hacer esfuerzos aislados.

Es importante considerar la organización, si bien ésta debe darse a nivel de cada país tiene que haber una organización gremial-regional de productores que consoliden esfuerzos de tecnología, de recursos humanos, volúmenes de producción, fletes, créditos, investigación, etc.

Existe el problema para que cada país sea reconocido por USDA-APHIS, para garantizar que lo que se exporta esta certificado con inocuidad y fitosanidad. Sin embargo, hay experiencias con Guatemala, donde el sector privado y el sector público han implementado un programa de inspectores debidamente acreditados y han sido reconocidos y aceptados. Sencillamente, lo que tenemos que hacer es que este servicio sea a nivel de Centroamérica; estamos hablando de acreditar inspectores fitosanitarios y de inocuidad de alimentos, debidamente reconocidos por los países importadores.

En el caso de formación de recurso humano especializado se puede mencionar a Costa Rica, en el caso de CIRAD-CITA, que puede especializar a los estudiantes de acá en agroindustria, además en investigación y academia esta el CATIE. También esta la FHIA en Honduras. Existe en cada país una fortaleza que se puede compartir en cada región con el fin de especializar el recurso humano. Eso no significa que un país deba repetir lo mismo que tiene el otro.

Volvemos a mencionar que es necesario consolidar volúmenes de cosecha para la exportación internacional; y estamos claros, especialmente los que exportan, lo que cuesta llenar un contenedor, contratar un contenedor, contratar una línea naviera. Tenemos que evitar lo que hacen los lecheros: ir de parcela en parcela recogiendo los pocos litros de leche. En este caso, debemos evitar que los barcos vayan recogiendo de país en país los poquitos de frutas.

En relación al tema de recursos fitogenéticos, se habla mucho de que la región mesoamericana tiene una gran riqueza fitogenética, muchas veces desaprovechada por nosotros y aprovechada por otros. Por ejemplo, se da el caso del origen del aguacate Hass, una variedad reconocida como raza guatemalteca, que actualmente la han desarrollado muchos países y que es la variedad comercial número uno.

Tenemos valiosos materiales genéticos en nuestra región que deben ser desarrollados comercialmente. Hasta ahora ha habido esfuerzos de colectas, pero no han progresado. Por ejemplo, en Costa Rica, el CATIE tiene colecciones de materiales genéticos; incluso en Florida, en el jardín botánico de FAIRCHILD hay colecciones completas, pero todo se queda a nivel de colección. Aquí estamos hablando de desarrollar recursos fitogenéticos para la comercialización y el desarrollo agroindustrial.

Sobre el tema de la infraestructura productiva y financiera regional, en lugar de pensar en montar una planta de irradiación o de tratamiento cuarentenario en cada país, ¿por qué no montar una que dé servicio a los países del área? Desarrollar un buen puerto o varios puertos, pero estratégicos, para desarrollar la infraestructura productiva y el tema de financiamiento.

Mi presentación concluye acá, con un panorama general sobre el tema. Y como resumen: la fruticultura en El Salvador es una actividad relativamente nueva, tomando en cuenta que el impulso formal se ha dado recientemente, pero con mucha aceptación y con mucho futuro para el país.

2. Situación de la fruticultura en Panamá*

*Conferencista: Licda. Amarilis Pinzón, IMA***

La fruticultura en Panamá se inicia con los negocios del banano en 1890. A mediados de 1960 se inician las primeras exportaciones de cucurbitáceas, en este caso el melón. En el año 1974, el programa de cucurbitáceas recibe apoyo y se crea un plan de exportaciones. Adicionalmente, se realiza un impulso a la promoción y a la diversificación de productos exportables, entre ellos la piña, papaya, sandía, plátano, tamarindo y algunos cítricos.

En 1990 se da un desarrollo muy importante a la modernización económica. En 1997 Panamá se integra a OMC. En 1995 se crea una promoción de exportación de productos no tradicionales a un nivel más relevante y económico para el país.

De 1999 al 2004 se destacan las políticas de apertura de mercados, y tenemos que las exportaciones de productos no tradicionales, en valor, significan 32 millones, de los cuales el 93% está representado por las frutas.

Las políticas y estrategias:

Desde 1974, en Panamá, se han promulgado nueve leyes que favorecen al sector agrícola y a la exportación de sus productos, lo que indica que el sector siempre ha estado presente dentro de todo el plan económico realizado por los distintos gobiernos que han estado involucrados en estos períodos. Entre estas leyes, cabe resaltar las siguientes.

La Ley 108, emitida en 1974, relacionada con incentivos a las exportaciones de productos no tradicionales, para hacer exportación se emitieron los certificados de abono tributario, incentivo que se da únicamente a las exportaciones de estos productos y principalmente al sector de frutas.

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Amarilis Pinzón**. Licenciada en Economía. Experiencia en el área de comercialización de empresas agrícolas (Del Agro, Agrofrut, Dos Valles). Actualmente es Asesora en Mercado y Comercialización del Instituto de Mercadeo Agropecuario de Panamá. E-mail: amarilis_pinzon@ima.gob.pa

Con esto, este sector tomó un auge que le permitió participar con mayor beligerancia en las exportaciones en el mercado internacional, especialmente a los Estados Unidos y a Europa.

La Ley 3, de 1986, fomenta el desarrollo de la industria, de la agroexportación y también se crea un consenso económico de que esa es la participación y el crecimiento que el país debe tener para desarrollar un mayor ingreso.

La Ley 24, de 1992, es la que da incentivos a la reforestación. Esta ley se crea para los inversionistas en lo que es maderables y frutales, se reduce el impuesto sobre la renta y se consideró que en ella el pequeño y el mediano agricultor no recibían ningún incentivo; por lo tanto, se crea otra ley que sí los beneficia.

En 1995 se emite la Ley 28, de universalización de incentivos a la producción. Luego, la Ley 54, de 1998, trata sobre la estabilidad jurídica a la inversión; la Ley 58, de 1999, es sobre incentivos forestales, con ella se benefician pequeños productores de hasta cinco hectáreas, dedicadas a maderables, fibras vegetales y frutales.

La Ley 25, de 2001, que trata sobre transformación agropecuaria, crea un incentivo a la competitividad por la innovación y a nuevas tecnologías aplicables al sector.

¿Qué estrategias tenemos, cómo han evolucionado y qué se ha obtenido a través de ellas?

Tenemos la creación de la Comisión Nacional que se dividió en dos comisiones: la Comisión Nacional Consultiva de Frutales, que no ha tenido mucho impacto, y la Comisión Nacional de Productos No Tradicionales. Esta Comisión ha traído como consecuencia la creación de un plan nacional de exportaciones, se han identificado rubros de exportación, se han elaborado estudios de mercados y se ha llevado a cabo la conformación de equipos interinstitucionales e interdisciplinarios.

El Gobierno consiguió un préstamo con el BID por medio del proyecto de modernización de los servicios agropecuarios, en el cual se trataron cuatro temas primordiales: el primero es el sistema de transformación de transferencia por módulo y los agregados agrícolas. Aquí se trató de crear asociaciones para productores y con ello se logró que la oferta exportable y la oferta del país se unieran, no estuvieran dispersas y facilitaran no solamente bajar los costos sino también exportar. Se crearon 60 módulos hasta finales del año 2003; cada módulo tenía un consultor especializado en el tipo de módulo que se estaba llevando a cabo; por ejemplo, teníamos módulos de raíces y tubérculos, de lácteos, de productos agropecuarios y de coco.

Estos módulos estaban conformados por 60 productores. Ellos recibían desde la asistencia técnica hasta las técnicas de comercialización. Uno de estos módulos, que era de legumbres y vegetales, realizó transacciones en la Bolsa y se observó que en vez de ir a un mercado de abastos a conocer qué precio se conseguía, con todo el costo que esto incurría, era mejor quedarse ahí con su producto y guardarlo. Pero al tener una persona que los vendiera a través de la Bolsa, se logró que un supermercado llamado El Rey del Campo a su Mesa los comercializara; entonces, el productor recibió no solamente mejores precios sino que también sus costos fueron más bajos.

El sistema de información para agronegocios se llevó a cabo en el Instituto de Mercadeo Agropecuario. Consiste en la identificación de precios en los distintos mercados, se llama SIPAN. La evolución que ha tenido no ha sido muy significativa y en estos momentos el Gobierno actual tiene una política de hacer cambios que representen ayuda para la toma de decisiones para vender y facilitar el conocimiento de los precios inmediatos. También tenemos la investigación por proyectos que era realizada por el INDIAP, donde se han identificado 22 proyectos.

Dentro de nuestra estrategia contamos también con un plan nacional de riego de alrededor de

70 millones de dólares; tenemos los proyectos de El Salto, Chiriquí, Cocle, Herrera y Los Santos.

Tenemos centros de acopio, invernaderos y plantas de procesamiento en Los Santos. Existe infraestructura de centros de acopio y plantas procesadoras del sistema privado. Son cuatro plantas grandes y cada una oscila entre 100,000 dólares; es decir, 400,000 dólares en inversión. En estas plantas del sector privado se han realizado giras internacionales de negocios para exportar a Francia, España, Centroamérica y los Estados Unidos.

Las principales frutas comercializadas en los mercados nacionales e internacionales han sido el banano, melón, sandía, piña, plátano y papaya. Con potencial inmediato de exportación tenemos aguacate, banano criollo, maracuyá, coco y limones. También se está implementando el cultivo del banano orgánico, un producto promisorio para el mercado internacional; tenemos tamarindo, el pixbae, guanábana, borojó, carambola, guayaba y guinda.

Dentro de los programas y proyectos de desarrollo frutícola, el Ministerio de Desarrollo Agropecuario - MIRA coordina acciones para mejorar la fruticultura. Tiene un programa nacional de frutales que se está iniciando, un programa para disminuir los efectos del virus de la tristeza de los cítricos, un proyecto para declarar zona libre de la mosca de la fruta, y con el sector privado tenemos proyectos empresariales de mangos, cítricos, noni, piña, entre otros.

Con la misión China-Taiwán tenemos acciones de promoción para la guayaba, la carambola y la manzana de agua. El IDIAP, que es el Instituto de Investigación Agropecuaria, multiplica las semillas exóticas en conjunto con la misión China-Taiwán.

Con respecto al financiamiento para el desarrollo de la fruticultura, tenemos solamente los bancos estatales. En este caso, el Banco Nacional de Panamá con una tasa del 6%, con plazo de 7 a 8 años, tiene una cartera de 71 millones, de los cuales 3 millones son para el sector frutícola.

En el Banco de Desarrollo Agropecuario tenemos una tasa de 5% para los productos frescos, 6% para los productos en transformación. Los plazos son de 3 a 5 años y tiene una cartera de 18.4 millones para el sector agrícola, de los cuales el 28% es para el sector frutícola. Sin embargo, su cartera de mora en bastante alta.

¿Con qué capital humano contamos para desarrollar el sector frutícola?

Tenemos la Universidad de Panamá, con 540 técnicos en administración de empresas agroindustriales, dos ingenieros en fruticultura, dos máster en ciencias de horticultura, 8 técnicos fitotecnistas y 24 técnicos en frutales.

Para la capacidad de acopio y almacenamiento, e infraestructura para exportación, tenemos 20 empresas exportando con una capacidad de empaque de 940 toneladas métricas. En ocho horas pueden llenar 47 contenedores; la capacidad de refrigeración es de 24 contenedores de 40 pies.

Con respecto a la información de mercados, nuestras exportaciones son cinco veces superiores a lo que se gasta. En este caso, para las exportaciones tenemos en el año 2000, 160 millones; en 2001, 149 millones; en 2002, 154 millones; en 2003, 157 millones, y hasta el mes de junio de 2004, 130 millones, que esperamos al final de año superar las exportaciones de 2003.

La balanza comercial es bien positiva en lo que respecta a erogaciones; tenemos entonces que en banano han ido bajando las divisas, pero también podemos observar que ha sido contrarrestado con las exportaciones de melón; en segundo lugar están las sandías y por ahí está también la piña.

Se está llevando a cabo en conjunto con la Bolsa de Valores un plan para que los productores vendan a través de contrato o *Forward* sus productos. Les facilita tener un contrato donde ya están comprometidos a entregar su producto

Balanza Comercial Sub-sector Frutas, Panamá

Exportaciones (FOB) e imporaciones (CIF) de frutas

Años	Exportación Millones de balboas	Importación Millones de balboas
2000	160.0	17.4
2001	149.0	14.9
2002	154.0	16.0
2003	157.0	15.6
2004 (a)	130.0	6.1

(a) Hasta el mes de junio.

en la Bolsa. Con este contrato ellos puedan adquirir préstamos en el Banco de Desarrollo Agropecuario. Por supuesto que dentro del contrato va a estar establecido qué parte de la deuda que ellos tienen se paga en el momento en que el comprador les cancele los productos.

El volumen de producción de frutales en Panamá depende del banano, la piña, los plátanos, aguacate, naranja, melón, sandía, mamey y papaya; todo esto tiene un acumulado de 4,928.421 TM.

En los años 2000 y 2001 el volumen de producción descendió, pero las proyecciones apuntan a que éste se va ir incrementado posteriormente. Hay un plan, un acompañamiento con financiamiento, capacitaciones en recursos humanos, de modo de que se pueda cumplir con ello.

Hemos desarrollado un análisis FODA en lo que se refiere a las oportunidades, amenazas y los puntos críticos. Para el caso de mercadeo y comercialización tenemos como oportunidades una apertura de mercados, un aumento de consumo de frutas en países con altos ingresos, interés en el cuidado de la salud. Una política del Gobierno actual es la de promover la fruticultura. Existen incentivos tributarios, disponibilidad de crédito bancario y una posición estratégica.

Como amenazas tenemos la globalización de mercados, las normativas de seguridad de la salud-ambiente-comercial (Eurepgap, bioterrorismo) y las políticas de la OPEP.

Los puntos críticos o nuestras debilidades serían la baja adecuación del sector frutícola al proceso de apertura de mercados, las limitaciones en el acceso de información para los agronegocios, el bajo nivel de la planificación de la producción en función de la demanda: definitivamente, todos los productores siembran a la vez, siempre hay demasiado producto y no hay dónde almacenarlo; se caen los precios; todo eso trae por consecuencia pérdidas considerables; y creo que lo mismo sucede y es muy crítico en los países de la región centroamericana.

Otro punto crítico son las articulaciones entre el sector público y el privado. Una de las políticas del Gobierno actual es la de darle énfasis a este punto, por lo que tenemos que desarrollarnos en conjunto, no solamente entre nosotros sino también con los países de Centroamérica. Nosotros sí creemos que si nos unimos, sobre todo en la oferta, vamos a tener acceso a mercados que antes no podíamos, y con mejores precios. Incluso hasta vamos a bajar costos si lo hacemos de una manera unificada.

Valor FOB de las principales frutas exportadas de Panamá
Año 2000 - 2004

Años	2000	2001	2002	2003	2004 (P)	Total
Banano o guineo	159,831,476	122,122,659	113,179,779	105,191,837	53,337,200	553,662,951
Plátano	198,730	351,002		486.301		1,036,033
Piña		766,216	292,811	4,003,651	5334,777	10,397,455
Melón		15,828,380	28,034,320	26,270,703	49,018,000	119,151,403
Coco secos	52,400				33,731	86,131
Sandía		9,998,445	12,726,481	21,252,983	21,745,660	65,723,569
Papaya	1,819	28,985	144,200	136,055	27,850	338,909
Nueces de marañón	2,200	2,262				4,462
Naranja fresca y otros agrios		1,963		873		2,836
Aguacate				230	2,464	2,694
Guayaba, mangos				800		800
Fresas			1,350	81	5,600	7,031
Frutas, frutos frescos sin cocer o cocidosen agua o vapor congelados	824	1,062	74,396	10,872		87,154
Total Millones	160,087,449	149,100,979	154,453,337	157,354,386	129,505,282	750,501,428
Porcentaje de variación anual		-6.86%	3.59%	1.88%	17.70%	

(a) Hasta el mes de junio de 2004
Fecha: 19 de noviembre de 2004/M.B.

En la parte de transformación tenemos como oportunidad la incursión en otros mercados y nichos especializados, la ampliación de opciones para otros negocios e inversiones extranjeras; la agroindustria nacional demanda de productos de los barcos que transitan por el Canal, lo que se puede convertir en turismo convencional y ambiental.

Como amenaza tenemos la devaluación en mercados no dolarizados, las legislaciones ambientales exigentes, tendencia a la eliminación de barreras arancelarias y las importaciones de productos procesados.

Como puntos críticos tenemos un desconocimiento de la agroindustria como alternativa de desarrollo; en Panamá la agroindustria no tiene un desarrollo continuo contundente, aparece y luego desaparece, y realmente es porque no existe la oferta para que estas empresas sigan desarrollándose. Tenemos la subutilización de la infraestructura disponible, hay muchos centros de acopio en un abandono tal que, prácticamente, el Gobierno les dio su apoyó de urgencia notoria, facilitando un millón de dólares en este momento, para que esa infraestructura de comercialización sea habilitada lo más pronto posible. Eso será a partir de enero del siguiente año.

Un bajo desarrollo integral de la agroindustria es notable, la poca cultura de producir para la industria, porque en Panamá se dice que el rechazo del producto de exportación es el destinado a la agroindustria, y ahora sabemos que eso no es así porque la agroindustria demanda productos de calidad.

El otro problema son los costos de la inversión inicial. Sin embargo, hay proyectos de desarrollo en áreas rurales que no son reembolsables, de manera de que se facilite la inversión y con ello el inicio de los negocios. Se hacen estudios para que se garantice que son rentables, si no el dinero no se les da.

En las oportunidades de la fase de producción tenemos la inversión extranjera, innovación tecnológica y genética, presencia de especialistas y de organismos internacionales, y formación de capital humano.

Como amenazas están la introducción de enfermedades, inflación, fuga de divisas, desplazamiento de profesionales, pérdidas en la biodiversidad y contaminación ambiental.

Como puntos críticos tenemos programas de frutales atomizados y dispersos en la geografía nacional, costos de insumos elevados, bajo nivel de investigaciones en frutales, tecnologías ineficientes desactualizadas e infraestructura vial en malas condiciones.

También hemos desarrollado algunas fortalezas. En la parte de producción contamos con un clima tropical, suelos aptos, existe una zonificación de toda el área en la República de Panamá, profesionales idóneos, financiamiento atractivo, un marco legal favorable, incentivos fiscales, áreas libres de plagas y enfermedades, programas de investigación, control y monitoreo de plagas y enfermedades.

En lo concerniente a transformación, tenemos políticas de desarrollo para la agroindustria rural, centros de investigación de producción agroindustrial en la Universidad de Panamá y en la Universidad Tecnológica, recursos humanos capacitados, existencia de 20 pequeñas y grandes empresas de transformación.

En la parte de comercialización tenemos cadenas modernas de supermercados e hipermercados, infraestructura de transporte, red nacional de mercados, red de detallistas tradicionales, 14,000 barcos que cruzan el canal de Panamá, desarrollo turístico (cruceros, hoteles), cuidado de la salud (clínicas y hospitales) y educación (en colegios y universidades).

3. Situación de la fruticultura en Honduras*

*Conferencista: Ing. José Ángel Alfonso, FHIA***

En Honduras no tenemos un programa en frutales desarrollado como en El Salvador, Guatemala y Costa Rica. Estamos haciendo "unos pininos" y eso es lo que vamos a presentar en esta ocasión.

A través del Censo Agropecuario de 1993 y de las estadísticas de 2000, nos damos cuenta de que la fruticultura en Honduras ha estado totalmente estática.

Únicamente se destaca la naranja, que por su aumento de volumen pasó al primer lugar de producción. Posteriormente observamos que la piña y la toronja, en 10 y hasta 25 toneladas cada una, ya casi desapareció de las estadísticas, porque la industria que los protegía desapareció. Pero han surgido dos nuevos productos: la uva y la manzana.

En el tema frutícola, el Gobierno comenzó a hacer reuniones en el año 2002, destacando como principales cultivos los frutales tropicales, los exóticos y los de altura.

El mango se introdujo el siglo pasado y se expandió por todo el país en pequeñas producciones caseras. A partir del 1986, FHIA promovió la agroindustria del mango, introduciendo la inducción floral en el valle de Comayagua con las variedades Tommy Atkins y Haden. El valle concentra el 62% de la producción de exportación con 2,000 hectáreas, la oferta exportable es de 3,000 toneladas y está en manos de unos 300 productores con fincas pequeñas de una a tres hectáreas, escasamente algunos que tengan hasta 20 hectáreas.

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **José Ángel Alfonso**. Ingeniero Agrónomo del Centro Universitario Regional del Litoral Atlántico (CURLA). Ha trabajado en proyectos de producción de hortalizas de la empresa Tela Railroad Company. Actualmente es el Líder del Programa de Diversificación de la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA). E-mail: jalfonso@fhia.org.hn

Evolución de los principales cultivos frutícolas en Honduras

Cultivo	Superficie Cosechada (Ha)	Producción (TM) 1992	Producción (TM) 2001
Piña	2,636	95,732	70,000
Naranja	8,131	85,473	120,000
Toronja	1,301	27,639	17,500
Toronja	887	5,425	6,000
Limón	501	4,407	4,700
Aguacate	249	797	750
Papaya	36	635	590
Maracuyá	64	433	ND
Mandarina	110	383	380
Uvas	ND	ND	150
Manzana	ND	ND	145
TOTAL	13,915	-	-

Fuente: Censo Agropecuario 1992-93. DGEC y FAOSTAT 2001.
Nota: ND significa dato no disponible.

La cadena productiva genera más o menos 20,000 empleos y en los últimos años las divisas crecieron a 1.8 millones de dólares. Se instaló, por parte del Gobierno de los Estados Unidos, una planta de tratamiento hace tres años y todavía no se ha utilizado adecuadamente, una parte por falta de producción de volumen y otra por falta de entendimiento entre los productores y los encargados de la planta, ya que es manejada por el Gobierno como un servicio para los productores.

La piña durante el año 2000 alcanzó valores de 6 millones. Este cultivo se efectúa en dos segmentos: la producción tradicional, diseminada en casi todo el país, pero concentrada en los alrededores del Lago Yojoa, entre los departamentos de Comayagua, Yoro y Cortés. Se estima que hay unas 800 pequeñas fincas que cultivan las variedades de azucarón, que es la variedad que se comercializa local y regionalmente. Y la producción tecnificada, iniciada en 1970 por la empresa Standard Fruit Company, con la variedad Cayenna Lisa, está ubicada en la costa norte, en El Porvenir, Atlántida. Existen 2,800 hectáreas que se exportan hacia los Estados Unidos; ellos desarrollaron una tecnología propia para esa zona agroecológica. Existen allí precipitaciones de más de 2,000 milímetros, suelos ácidos y muy pobres.

Las primeras plantaciones de naranja se hicieron con la variedad piña, en los departamentos de Cortés y Colón, que es la variedad preferida por el mercado de El Salvador. Se estima que hay 4,000 productores de naranja en el país, el 87.5% está en el departamento de Colón y cuentan con el 85% del área nacional cultivada con naranja. Este cultivo genera ingresos hasta por 18 millones de dólares y sus mercados son El Salvador y Guatemala. El departamento de Cortés provee el 12%.

En cuanto al procesamiento, desde hace diez años se instaló una planta procesadora de jugo en el departamento de Colón, que actualmente tiene una capacidad para 1,000 toneladas diarias.

La toronja fue introducida en la costa norte por las compañías bananeras para consumo local. Sin embargo, aprovechando las posibilidades que existían con el transporte de banano se

hicieron las primeras exportaciones de toronja de pulpa blanca.

En 1964 un productor independiente introdujo la toronja de pulpa rosada y sembró 80 hectáreas. Doce años después se inició la exportación de la toronja rosada que desplazó totalmente del mercado a la toronja blanca. En 1989 Honduras dominaba el mercado internacional, exportó 1.3 millones de cajas a un mercado de 1.5 millones de cajas, en los meses de agosto a octubre, producto dirigido al mercado europeo.

En el siguiente año, nuevos productores de otros países ingresaron al mercado desplazando a los productores hondureños. De los 13 productores que eran, han quedando solamente tres. Para el año 2002 la producción de toronja fue de 600,000 cajas, cosechadas en un área de 800 hectáreas, con un valor en finca de 4.2 millones de dólares.

Al cultivo de limón, conocido como "pérsico", se dedican cuatro productores localizados en tres departamentos: Comayagua, Yoro y Cortés. El área aproximada es de 400 hectáreas. Sólo exporta un productor. Durante este año exportó 12 contenedores de 40,000 libras cada uno.

En cultivo de guayaba tenemos variedades comerciales que han sido introducidas por la misión China y Taiwán en el valle de Comayagua, y también por un proyecto de la Federación de Productores Exportadores de Honduras en el norte del país. Actualmente tenemos diez productores de guayaba, con una manzana cada uno, con una variedad originaria de Tailandia. La libra se vende en el mercado local y regional a un precio de US$0.75.

Nuestra área de producción de melón y sandía se encuentra en la zona sur de Honduras, aledaña a El Salvador, en los departamentos de Choluteca y Valle. El área cultivada es de 7,000 hectáreas, de octubre a febrero. En la temporada 2000-2002 Honduras exportó, en melones y sandías, 1,568 contenedores. Al año siguiente se incrementó en 9%; en la temporada 2003-2004 ya el incremento fue del 20%; así se contribuyó con el 21% a las importaciones de Estados Unidos.

En cultivos exóticos de frutales, el litchi se introdujo por primera vez en el siglo pasado y fueron plantas propagadas por acodos aéreos. En 1993, PROEXAG, un proyecto de exportaciones radicado en Guatemala, introdujo 80 plantas de seis variedades propagadas por acodos aéreos, que nosotros las hemos multiplicado a través de un fondo de FHIA y son las que se están distribuyendo para los productores nacionales. La fruta se comercializa en el mercado local a precios entre US$1.10 y 1.65 la libra.

El rambután, conocido también como litchi o mamón chino, fue introducido desde Java, Indonesia, en 1926. Desde allí, se ha propagado a

Exportación de melones y sandías de Honduras

Temporada	Número de Contenedores	% Increm.	% Importaciones USA
2001-02	1,568		
2002-03	1,709	9	18
2003-04	2,049	20	21

Fuente: CDA/FINTRAC

toda Centroamérica. En 1993, FHIA introdujo a Honduras, desde Australia y Hawai, siete variedades de rambután, las que nosotros en estos momentos estamos incrementando en un proceso de propagación vegetativa para poder desarrollar fincas.

En 1997 se comenzó a fomentar esa fruta con la Asociación de Productores Exportadores de Rambután, introduciendo como tecnología la propagación por parche y púa, lo que ha permitido multiplicar el cultivo en gran escala. Actualmente se producen cerca de 60 millones de frutas, lo que representa US$650,000 para los productores; existen unos 220 productores, la mayoría son pequeños localizados a lo largo de la costa atlántica, que cultivan unas 700 hectáreas.

En junio del 2003 Estados Unidos aprobó la admisibilidad del rambután producido desde México hasta Panamá, gracias a las investigaciones y a las gestiones realizadas por FHIA y la Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras. Esto permitió exportar al mercado de los Estados Unidos más de 2,000 cajas de dos kilogramos en 2003, y en éste momento se proyecta enviar 10 veces más que el año anterior.

Honduras está implementando cultivos de sustitución de importaciones como la fresa. Existen más o menos 50 hectáreas de producción y con la ayuda de Japón estamos produciendo ya todo el año. La fruta se comercializa en el mercado local a un dólar la libra. Con respecto al aguacate, Honduras importa actualmente unos 10 millones de dólares en aguacate de altura, proveniente de México. Sin embargo, existen condiciones para sembrar parte de la importación.

Como frutales promisorios tenemos el longán, jaboticaba, carambola y durián. Este último es muy apreciado por el mercado asiático debido a sus poderes afrodisíacos. Lamentablemente no hemos podido hacer mucho con el durián, porque la mayoría de las plantas fueron introducidas por semilla. Cuando hemos querido hacer una propagación por selección de plantas, nos encontramos con la dificultad de que, por ese mismo detalle de ser afrodisíaco, se roban toda la fruta.

Principales cultivos frutales de Honduras

Frutales tropicales	Frutales exóticos	Frutales de altura
1. Mango	1. Litchi	1. Manzana
2. Piña	2. Mangostán	2. Fresa
3. Cítricos	3. Durián	3. Ciruela
4. Maracuyá	4. Rambután	4. Mora
5. Papaya	5. Arandano	5. Durazno
6. Guayaba	6. Higo	
7. Melón	7. Uva	
8. Aguacate	8. Pitahaya	
9. Tamarindo		
10. Nance		
11. Marañón		

Fuente: Mesa de Fruticultura, MAH, 2002.

Como propuestas de corto plazo recomendamos la zonificación de cultivos, en vista de que en todos los países cada quien decide qué sembrar en su casa y entonces sucede que han llevado frutas que se siembran en la costa a las zonas altas y de las zonas altas a las bajas. Debemos elaborar estudios de mercado para la frutas seleccionadas, tomando en cuenta que no hay financiamiento agrícola porque los productores no son sujetos de crédito.

El fomento a la innovación tecnológica casi lo estamos haciendo nosotros solos; igual sucede en sanidad agropecuaria e inocuidad. Estamos trabajando en eso, en educación, en capacitación y en desarrollo agroempresarial; hay muy poca oferta y la mayoría de productores desconocen las bondades de los cultivos.

En el área de desarrollo institucional y la capacidad gremial, la mayoría de productores actúan de manera individual y algunos no creen en las organizaciones. Necesitamos desarrollo de infraestructura rural, centros de acopio, manejo de riegos, empacadoras, etc.

A futuro pensamos establecer *cluster* para los cultivos agroempresariales, como guayaba, mango y papaya. Por ejemplo el *cluster* de citricultura en la región norte del país, atendiendo la toronja, la naranja, que va a renovar el 70% de las plantaciones y el crecimiento de áreas para el limón pérsico, aprovechando las oportunidades del mercado.

Los frutales de altura es otro grupo que se piensa hacer competitivo en el futuro; especialmente en términos de sustitución de importaciones, desarrollando las frutas de clima templado a más de 1,000 metros sobre el nivel del mar. Por último, la producción de frutales exóticos especialmente de rambután y el litchi, que requieren una visión empresarial con constante manejo de las variedades y de tecnología.

4. Situación de la fruticultura en Belice*

*Conferencista: Ing. Roberto Harrison, BELTRAIDE***

El apoyo del sector frutícola de Belice es un mandato del Gobierno en el plan de diversificación. En 1981, la economía de Belice se basaba en productos forestales y estábamos involucrados en tres principales productos: el azúcar, el banano y el cítrico, para los cuales tenemos un mercado preferencial y precios preferenciales basados en la independencia de Belice.

Fuera de estos tres productos se proyecta una diversificación agrícola, que tiene que crecer y salir de la dependencia de estos cultivos y de los precios preferenciales.

En el norte de Belice se implementó un proyecto de diversificación con varios cultivos frutales. De esto salieron dos productos: uno de ellos, que ahora tiene éxito, es el cultivo de papaya y el otro es el del cacao.

En Belice existe apoyo técnico y financiero de agencias regionales e internacionales como IICA y la FAO. Además, se tiene el compromiso de las organizaciones existentes como la Asociación de Cacao, la Asociación de Cítricos y la Asociación de Azúcar. Existe un potencial para varios otros productos, con los que se está experimentando.

El rol de todas estas alianzas y la institución que represento, el BELTRAIDE, es tratar de identificar los sectores para exportación e inversión. De los cinco sectores planteados al Gobierno surgen dos importantes: la diversificación del sector agrícola y el procesamiento de los productos.

Dentro de esos sectores están los subsectores, donde también hay oportunidades. En el siguiente gráfico se muestra la situación de frutas en Belice; principalmente el banano, el cítrico y la papaya,

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Roberto Harrison**. Maestría en Diversificación Agrícola, Agronegocios y Mercadeo de la Universidad de West Indies, St. Augustine, Trinidad y Tobago. Fue Analista de Políticas del Ministerio de Agricultura y Ganadería. Actualmente es Gerente de Promoción de las Exportaciones y Mercadeo de BELTRAIDE, Belice. E-mail: roberto.harrison@bighjuices.com

que forman la mayor parte de la producción nacional.

Los cítricos se procesan y lo que se exporta es el concentrado. En los últimos dos o tres años se ha exportado naranja fresca a Inglaterra, Alemania y también un poco al Caribe. El banano se exporta al Reino Unido y un poco a Alemania.

Se ha tratado de exportar a los Estados Unidos otros productos como la piña y el limón, pero por falta de crédito y de consistencia en la producción, hemos entrado y luego hemos tenido que salir del mercado. Cuando se sale del mercado es difícil entrar de nuevo.

Los programas y proyectos que tenemos son apoyados por el IICA y el Ministerio de Agricultura a través del Programa de Diversificación. También la FAO nos apoya en pequeños proyectos. Contamos con Programas de Agroindustria de la Misión de China-Taiwán; y con la expansión de la producción de cacao por parte de la Asociación de Productores de Cacao de Belice. Este es un proyecto especial para los productores de cacao del sur de Belice, dirigido a bajar la pobreza en esa región.

El problema consiste en el acceso a crédito competitivo, el bajo rendimiento de las fincas y muchas otras dificultades que no permiten incrementar un nivel mayor de productividad y competitividad; aunque se está buscando mejorar las oportunidades con el cultivo de cacao orgánico.

Las posibilidades de mayor participación en el desarrollo regional del sector frutícola para Belice las tenemos con la asistencia del IICA; y en la coordinación de iniciativas regionales contamos

Estadística de producción de frutas en Belice

Commodity	Acreage 2003	Acreage 2002	Total production 2003	Total production 2002	Export destination
Avocado	70	73	396,400	410,000	Domestic
Cacao	40	0	91,200	56,131	UK
Soursop	43	42	22,025	22,800	Domestic
Papaya	608	739	31,824,010	24,219,340	US
Pineapple	271	490	3,655,287	4,208,727	Domestic
Cashew	1,964	1,976	240,800	300,500	Domestic
Apple banana	58	19	20,840 (bunches)	5,700 (bunches)	Domestic
Bananas	6,161	4,784	4,895,279 bxs	2,992,623 bxs	UK
Coconut	1,133	1,075	3,075,843 (nuts)	3,746,522 (nuts)	Domestic
Pitahaya	5	29	16,400	29,000	Domestic
Mango	653	613	2,651,000	2,431,000	Domestic
Grapes	1	1	3,500	2,400	Domestic
Guava	7	6.1	127,400	102,000	Domestic
Oranges	31,724	30,418	4,248,610 bxs	4,328,723 bxs	UK
Lime	41	121	712,225	436,405	UK
Grapefruit	4,645		1,088,918 bxs	1,243,251 bxs	UK

Source: Policy Unit
Ministry of Agriculture, Belmopan.
Este cuadro se presenta en inglés, versión original del expositor.

con la posible membresía de Belice en REMERFI. Necesitamos el acceso permanente a material genético mejorado, tecnología desarrollada y adaptación. Además, debemos crear un mejor sistema de inteligencia de mercados para facilitar el comercio y la seguridad regional.

Con respecto a financiamiento público y privado, están disponibles varias fuentes de financiamiento pero, si se habla de apoyar a los pequeños y medianos agricultores, las tasas de interés están arriba del 12% y con esas tasas el pequeño agricultor no puede competir, y en vez de ayudarlo lo estamos alejando de mejorar su situación.

Se cuenta con el Banco de Pequeños Productores y Empresarios, un banco con apoyo del Gobierno y del Seguro Social, que tiene un mecanismo para prestar dinero a los pequeños productores. También están el Banco de Desarrollo y los bancos comerciales. Algunos operan sólo para prestar a tres industrias principales que son la caña, el banano y el cítrico. Hay donaciones de la FAO, de la Misión China y existe un proyecto de desarrollo, fundado por el Banco del Caribe para el Desarrollo y por FIDA, que aportan pequeños préstamos a los agricultores para varios proyectos, siendo uno de ellos los frutales.

¿Cuáles son las oportunidades para Belice? Venimos creciendo despacio, en parte por el aspecto político y por la actividad productiva. En cuanto al comercio estamos en el CARICOM, pero considero que no tenemos mucho en común porque exportamos poco a esa región. La oportunidad es con Centroamérica, porque ahí está el mercado para los productos de Belice.

También tenemos espacio con el turismo; la formación de *cluster* con el sector turismo es importante. En este campo se pueden lograr mejores oportunidades, porque se proyecta que al final de este año estará llegando un promedio de un millón de turistas. Ese número se puede incrementar a 2 ó 3 millones en los siguientes años.

La población de Belice es muy pequeña, 274,000 personas, dispersa en todo el territorio. Tenemos falta de crédito a una baja tasa de interés, necesitamos mejorar nuestra agroindustria, necesitamos mejorar el banco genético. Hemos hecho buen trabajo con la papaya y podemos seguir ahí, pero definitivamente hay cosas que son comunes al resto de Centroamérica y podemos mejorar haciendo mejores alianzas.

En la parte de recursos humanos y capacidad de mercado está la Universidad de Belice, a través del Programa de Agricultura. Se dispone de servicios de extensión bajo las asociaciones de banano, cítricos, la industria azucarera, la Asociación de Productores de Cacao y de Papaya.

En la promoción a la exportación, estamos en el proceso de desarrollar una estrategia nacional. Aún nos falta identificar cuál mercado nos representa una mejor oportunidad; debemos analizar bien las oportunidades para hacer mejor uso de nuestros recursos financieros, humanos y otros.

5. Situación de la fruticultura en Guatemala*

*Conferencista: Ing. Isaú González, PROFRUTA***

La fruticultura en Guatemala ha tenido un historial bastante largo. Desde los años cincuenta empiezan los intentos por desarrollarla con la participación de muchas instituciones. En 1989 se crea el Proyecto de Desarrollo de la Fruticultura y la Agroindustria, PROFRUTA. En los últimos años, se han implementado una serie de políticas de desarrollo agrocomercial, que nos incorpora en el campo de la fruticultura con políticas de competitividad y estrategias para desarrollar este rubro en las cadenas productivas.

También se ha trabajado en el fortalecimiento de la organización de productores. Estamos desarrollando una fruticultura más organizada para incorporarnos a los mercados. Hemos desarrollado materiales vegetativos para agregar nuevos tipos de frutas con capacidad de exportación.

En el campo de la agroindustria hemos desarrollado todo un potencial y tenemos diferentes empresas empacadoras de frutas, tales como:

El Banco de Exportadoras de **Mango**: AURORA, GENEXA, FRUTICO, FRUTIREU, RUEDA, STEFANNI y Productora Córdova.

Lima persa: Agua Blanca, FRUTICO, Monte Alto, PRESA, y ROTTMA.

Papaya: Frutas Maya y recientemente se ha instalado la empresa CALIMAN de Brasil, en el Departamento de Petén.

Rambután: Hildan Argueta (productor que está exportando).

Piña: Las Marías, La Carreta, El Álamo.

Aguacate: Enrique Weller, productor que ha montado ya una planta de empaque; Giovani Godoy y DISFRUVE.

---

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Isaú González**. Ingeniero Agrónomo de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Fue Director Regional del Programa MOSCAMED. Actualmente es el Director Técnico del Proyecto Desarrollo de la Fruticultura y Agroindustria (PROFRUTA).E-mail: profruta@intelnet.net.gt

Lima criolla: Cooperativa Limón y LIMONEX.

Berries: HORTIFRUT y NECTARESA.

Melocotón y manzana: APROMAGUA, FRUTAGRU, FUNDADESE, FRUTASA, CEMUSDA y AFRUJAL.

Hay una capacidad instalada en Guatemala, que puede realizar el trabajo de acopio, clasificación y empaque para la exportación de frutas.

Existen alrededor de 50 empresas que están trabajando en procesamiento de los siguiente productos: conservas, jugos, néctares, mermeladas, jaleas, deshidratados, pastas, salsas, concentrados, sopas, consomés, purés, cristalizados y refrescos artificiales.

Volumen de cosecha en Guatemala

Cultivo	Producción TM
Aguacate	27,390
Naranja	42,000
Mandarinas	2,800
Lima persa	43,980
Lima criolla	3,000
Coco	6,000
Melocotón	4,500
Manzana	12,000
Pera	1,500
Mango	93,000
Papaya	42,000
Piña	117,300
Rambután	2,000
Chicozapote	500
Zapote	300
Guayaba	450
Melón	28.600
Banano	938.800
Platano	357.568
TOTAL	1,723,588

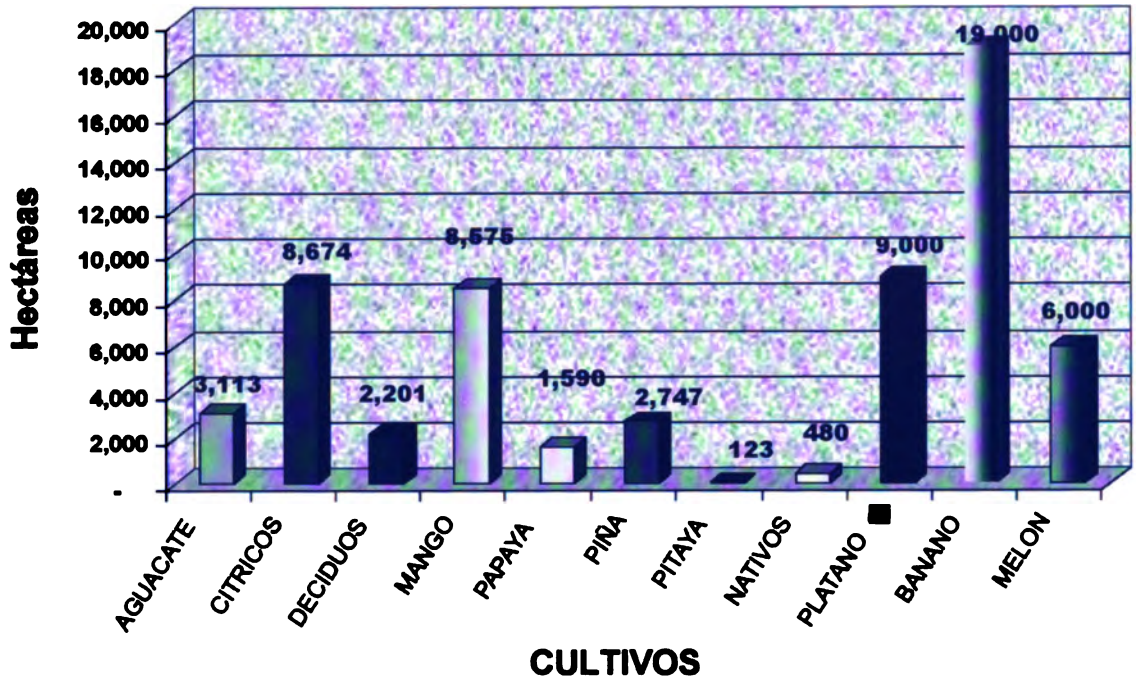
Con el apoyo de la planta agroindustrial con la que cuenta PROFRUTA, que es una planta de capacitación e investigación de productos, se ha trabajado con néctares, almíbares, salmueras, salsas, pulpas, concentrados, deshidratados naturales, harinas, mermeladas de fresa, de mango, de papaya, mixtas, etc.

En cuanto a innovación tecnológica, se han desarrollado tecnologías de producción para nuevos cultivos, evaluación de adaptación de nuevos cultivares, selección de materiales nativos. Se realiza producción forzada, principalmente en cultivos como mango y lima persa, donde se aprovecha la ventana de mercado. Otras prácticas utilizadas son el manejo de tejidos y análisis de riesgo para ciertas zonas de producción, certificación de semillas y plantas frutales, protocolos de exportación para declaratorias de huertos libres de la mosca del mediterráneo. Últimamente se está trabajando con inventario de plagas y enfermedades; determinando las plagas cuarentenarias, lo que va a facilitar el proceso de certificación y las negociaciones a realizar en los procesos agroindustriales.

En relación a la formación de recursos humanos, a nivel de las universidades la formación es de Ingeniero Agrónomo, pero no existe una especialidad aún en materia de fruticultura. Recientemente se ha firmado un convenio entre la Facultad de Agronomía de la Universidad de San Carlos, la Universidad Estatal de Bahía, Brasil, y PROFRUTA, para iniciar un curso de postgrado en fruticultura con proyección a nivel de maestría. De esta forma se puede contar a mediano plazo con personal especializado en frutas, recursos de postgrados de inspectores fitosanitarios; maestrías en marketing, tecnología en alimentos y agroindustria. A nivel de peritos también hay capacitación de recursos humanos.

Las fuentes financieras básicamente son del gobierno. En los últimos años se ha tenido la Cooperación de Taiwán y la Agencia Internacional para el Desarrollo (AID). PROFRUTA es un proyecto del Ministerio de Agricultura. A

Situación actual de la fruticultura en Guatemala



partir del año de 1999 se crea la Unidad Ejecutora denominada PROFRUTA. El objetivo de este proyecto es presentar alternativas para la diversificación y reconversión agrícola, tan necesitadas por la crisis de los productos tradicionales como es el caso del café.

El otro objetivo es contribuir a mejorar la situación económica del país por medio de la generación de divisas y fuentes de empleo, proporcionar servicios de asistencia técnica, capacitación, producción en campo, agroindustria, comercialización, gestión de proyectos y la investigación aplicada.

¿Qué proyecciones tenemos para el futuro?

Se formuló el programa de incentivos para la fruticultura PINFRUTA que se implementará a partir del año 2005. El objetivo de PINFRUTA es estimular la diversificación de la producción agrícola en Guatemala, por medio del desarrollo de la fruticultura, aprovechando su potencialidad. El programa brinda incentivos económicos y asistencia técnica que garantice su crecimiento y sostenibilidad. El proyecto básicamente cuenta con un incentivo para la adquisición de plantas, un crédito para la producción, crédito para viveristas, crédito para infraestructura de riego, apoyo en el plan de inversión y plan de manejo y asistencia técnica.

PROFRUTA está fortaleciendo la unidad de agroindustria y el área de mercadeo dentro de lo que es el programa de incentivos a la fruta. Se trabaja en la certificación de plantas y viveros con el objetivo de iniciar el registro y autorización de viveros para ordenar el proceso de la producción de plantas y para que los viveristas, que estén registrados, puedan participar de los beneficios del PINFRUTA. Los requisitos para la producción de plantas certificadas son registro de autorización, que estén sujetos a la inspección y buscamos contar con la patente de comercio.

Como proyección para el año 2005, continuaremos con el desarrollo frutícola del área libre de Petén que cuenta con infraestructura, recursos y con mucho potencial para invertir en un desarrollo frutícola.

Finalmente, quisiera plantear algunas propuestas de acción conjunta para toda la región:

- Identificar productos para desarrollar a nivel regional.
- Unidad en las exportaciones.
- Aprovechar la capacidad instalada que tiene cada país, tal es el caso de la AGEXPRONT.
- Las negociaciones de protocolos de exportación por bloque.
- Aprovechar los centros de capacitación del recurso humano de Centroamérica.
- El control de la mosca del mediterráneo a nivel de la región. Guatemala también tiene el problema de cuarentena por mosca del mediterráneo y creo que es un proyecto que se puede lanzar a nivel regional.
- El fortalecimiento de la organización frutícola; fortalecer la cadena agrocomercial de la región.
- Promocionar el consumo de las frutas a nivel regional y un fortalecimiento de la organización de productores por país.

6. Situación de la fruticultura en Costa Rica*

Conferencista: Ing. Alberto Montero, MAG**

Costa Rica es una franja angosta con dos océanos a ambos lados, en donde tenemos una cadena montañosa que atraviesa el país, lo que genera una variabilidad de condiciones agro-climáticas, que Dios dichosamente nos ha bendecido para poder desarrollar una gran cantidad de actividades frutícolas. Contamos con dos puertos; uno al lado del Caribe que es Puerto Limón y el otro en el Pacífico que es Puerto Caldera, por donde salen nuestras exportaciones y un único aeropuerto de momento, por el cual salen nuestras exportaciones vía aérea. Costa Rica cuenta con 51,000 km cuadrados.

Entre nuestras actividades de frutales, el banano es nuestro primer producto agrícola de exportación y contamos con 52,000 hectáreas. La piña es el segundo rubro de exportación agrícola, se estima que estamos desarrollando 22,000 hectáreas este año. Hoy día se está utilizando la semilla MD2 con 800 pequeños y medianos productores involucrados en esta actividad, lo que ha permitido un incremento anual del 5%. De momento, esta variedad es la que se planta en un 90%, el otro 10% corresponde a la variedad Champaca y en una menor relación la Monte Libio que es para jugo.

El panorama de la piña es impresionante y ha crecido a una expectativa enorme. Incluso para nosotros ha sido algo fuera de cálculos estimados. El costo de una hectárea de piña se estima entre US$20,000 y 25,000 y la ganancia neta está en torno a los US$15,000 ó 20,000. Es casi un 100% de ganancia, contando con una densidad de 67,500 o 72,500 plantas por

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Alberto Montero**. Maestría en Genética y Mejoramiento de Plantas de la Universida de Estadual Paulista en Brasil. Ex coordinador Nacional de Investigación del Cultivo de la Macadamia. Gerente actual del la Programa Nacional de Frutales Tropicales no Tradicionales del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica. E-mail: almogocr@yahoo.com

hectárea. Existen experiencias de 82,000 plantas por hectárea; el ciclo de producción de la piña se ha acortado a 11 meses, pero oscila entre los 11 y 14 meses.

Costa Rica es el primer país exportador de piñas en fresco. Su precio es de US$0.45/kg. Prácticamente, el productor está recibiendo un dólar por cada piña. Se estima para este año obtener US$260 millones por ventas de piña, superando al cultivo del café. Se estima además que se estaría procesando alrededor de 23,000 toneladas de piña para jugo concentrado, lo que generaría un ingreso de US$15 millones. La preocupación es el impacto ambiental. El cultivo es sumamente intensivo, con un uso del suelo bestial, uso de agroquímicos fuerte y con un costo ambiental considerable.

En cuanto a naranjas existen unas 28,000 hectáreas plantadas para concentrado, tanto congelado como pasteurizado. Costa Rica es el segundo proveedor de jugo de Estados Unidos, ya desplazamos a México, que anteriormente ocupaba esa posición. Las exportaciones de cítricos del año pasado (2003) fueron de US$38 millones. En este momento, se está estableciendo un programa de certificación de viveros de cítricos, el cual consideramos que es punta de lanza, no sólo para naranjas sino también para el resto de los frutales que estamos desarrollando.

En mango contamos con 8,000 hectáreas plantadas. El problema del mango son los bajos rendimientos, a pesar de que se maneja la inducción floral, esto debido a que tenemos problemas en campo con la mezclas de variedades de bajo rendimiento. En este momento estamos tratando de realizar cambio de copa con variedades como la Cavallini, Palmer y Keit. Las exportaciones de mango de este año fueron alrededor de los US$4 millones y nuestro principal destino para el mango es Europa.

Principales exportaciones de fruta de Costa Rica

Piña

22,000 hectáreas plantadas
800 pequeños y medianos productores
Variedad: El 90% es MD2 (Golden)
Ciclo de producción: De 11 a 14 meses
Costo de producción: $20,000 ha.
Exportaciones en 2004: $260 millones en fruta fresca y en jugo $15 millones.

Melón y sandía

Temporada 2003-2004: 10,565 hectáreas
Variedades: Cantaloupe, Amarillo, Honey Dew, Galia piel de sapo
Exportaciones: 12,635 contenedores. $70 millones.
Destino: USA 59%, Unión Europea 41%.

Mango

8,000 hectáreas plantadas
Variedades: Cavallini, Plamer y Keit
Exportaciones en 2004: $4 millones
Principal destino: Europa

Naranja

28,000 hectáreas plantadas
Costa Rica es el segundo proveedor de concentrado a Estados Unidos
Exportaciones en 2003: $38 millones

Papaya

1,000 hectáreas plantadas
Variedades: hawaiana, criolla (Lucía), nuevo híbrido criolla+hawaiana (Pococi).

En lo que respecta a melón y sandía se establecieron 10,565 hectáreas este año. Se estima que para este próximo período se estarían plantando 12,000 hectáreas. Las exportaciones de este año fueron superiores a los US$70 millones, el 27% del consumo de la Unión Europea es suministrado por Costa Rica, nuestro concurrente en Europa es Brasil.

De nuestra producción de melón y sandía se exportó un 59% para Estados Unidos y un 41% para la Unión Europea. Un problema fitosanitario que tuvimos hace 2 años fue la mancha bacterial, que se originó por contaminación en la semilla. Para esta última cosecha se tomaron medidas para utilizar semilla sana y se trataron las áreas que anteriormente fueron contaminadas. Se logró controlar el problema y para este período esperamos no padecerlo más.

Referente a papaya tenemos aproximadamente unas 1,000 hectáreas plantadas. De éstas, unas 250 hectáreas son del grupo Hawaiano. La variedad criolla que plantamos es la Lucía, la cual posee una apariencia muy bonita, es una fruta muy resistente a poscosecha, pero posee una pésima calidad de pulpa.

Se ha desarrollado un material híbrido llamado Pococí, el cual es producto del cruce entre la variedad criolla y la Hawaiana. Este híbrido está presentando grandes expectativas. Es una fruta que presenta entre 11 y 14° Brix, de un tamaño regular (entre 1kg y 1.5kg), con cavidad circular, buen grosor de pulpa y buena resistencia al manejo poscosecha. Estamos tratando de ver cómo montamos el protocolo para poder exportar esta variedad a Estados Unidos, de momento esperamos no tener mayores problemas en la obtención del permiso de exportación ya que este material posee sangre Hawaiana

De aguacate contamos con 1,400 hectáreas de aguacate Hass y 400 hectáreas de aguacates criollos. Costa Rica es importador de aguacate; sólo el año pasado importamos 6.5 millones de kilos con una erogación de US$7.5 millones. El año anterior, nuestra importación fue mayor y estamos tratando de reducirla por medio del fomento del cultivo.

En cuanto al cultivo de mora contamos con unas 1,400 hectáreas, principalmente desarrolladas con una variedad criolla, la variedad "vino", que se está exportando a los Estados Unidos y a Europa. En este período recién terminado se exportaron 80 toneladas, lo que significó un ingreso de US$440,000; este cultivo es orgánico y es una actividad bastante importante para el país, porque además nosotros consumimos bastante mora.

En rambután contamos con 1,000 hectáreas plantadas de este cultivo. Este año se exportaron 20 toneladas a Estados Unidos, un volumen muy pequeño para lo que nosotros tenemos. Resulta que apenas estamos conociendo el mercado y manejando los aspectos fitosanitarios. Es un rubro con un potencial muy interesante en donde Honduras y Guatemala están apostando y hay que tratar de ver cómo manejamos este producto para no complicar el mercado de exportación. También se exportaron 1,000 toneladas a Centroamérica. El valor de la exportación de la fruta para Estados Unidos fue de US$3.05 FOB por libra, en tanto que el precio para Centroamérica fue de US$0.28 por libra.

Mangostán es una de las frutas que estamos tratando de desarrollar y que está teniendo una expectativa interesante. La guanábana, con apenas 400 hectáreas, es una actividad para abastecer el mercado nacional, pero también algo se está exportando. El maracuyá está teniendo una perspectiva interesante, hay una empresa en el país que proyecta desarrollar de 2,000 a 3,000 hectáreas para proceso y obtener concentrados de jugo. Parece que el mercado internacional está interesado en este producto.

Acerola es un rubro nuevo para condiciones del trópico seco con riego. Esta es una fruta con altísimo contenido de vitamina "C" y en el mercado internacional está teniendo una expectativa bastante

interesante. Otros rubros frutales como macadamia que en un tiempo llegamos a tener 8,000 hectáreas y hoy en día apenas tenemos 3.500.

En limón persa tenemos 1,200 hectáreas; 150 hectáreas de guayaba taiwanesa y en frutales de hoja caduca apenas tenemos 30 hectáreas.

En Costa Rica tenemos el Programa Nacional de Frutales, el Programa Nacional de Cítricos y el Programa Nacional de Piña. Nos corresponde coordinar con entidades públicas y privadas aspectos como la investigación, la comercialización y la organización de productores.

Dentro de lo que son las fortalezas en nuestro país tenemos un clima muy favorable, estabilidad política (es una bendición que nos ha permitido, en cierta manera, captar inversiones) y el recurso humano. Con la experiencia que se ha generado con los cultivos que más se han desarrollado (banano, piña, cítricos) nos ha permitido transferir tecnología a otros rubros que están en desarrollo.

La investigación científica es buena y en universidades e instituciones estatales se está generando tecnología, además contamos con cuatro universidades generadoras de profesionales agrícolas como son la Universidad de Costa Rica, la Universidad Nacional, el Instituto Tecnológico de Costa Rica y la Universidad EARTH.

En cuanto a lo que es material vegetativo, contamos con bancos de germoplasma, bancos de yemas. En lo que es infraestructura tenemos una buena infraestructura en caminos, con algunos huecos pero transitables; telecomunicaciones, energía eléctrica que dichosamente llega a todo el país incluso en las zonas rurales y una cultura arborícola que ha permitido generar condiciones para el desarrollo de la fruticultura.

¿Qué ha impedido el desarrollo de la fruticultura en Costa Rica?

No hay políticas nacionales que permitan una mejor canalización de recursos y condiciones para apoyar la actividad, principalmente en rubros nuevos. Existen pocos recursos estatales asignados a la actividad, no se cuenta en realidad con políticas de crédito que permitan favorecer el desarrollo en este aspecto, no hay incentivos a la fruticultura y necesitamos desarrollar estudios de mercados que nos permitan conocer cómo está el mercado internacional. En frutas nuevas, queremos apuntar a rubros nuevos que tengan mayor potencial en el mercado internacional. Queremos desarrollar una ley de fomento a la actividad de la fruticultura nacional para darle un empuje de mayor dimensión.

En cuanto a reflexiones, la historia ha demostrado que la agricultura en Costa Rica siempre necesitó de un impulso político y económico; en este momento estamos tratando de conseguirlo. La agricultura tradicional generadora de riqueza y estabilidad social, hoy día, está en decadencia y necesitamos un empuje con rubros nuevos que tengan la posibilidad de generar empleo y estabilidad social.

Estamos planteando soluciones viables y efectivas de diversificación para mejorar las zonas deprimidas, para contrarrestar los focos de pobreza, evitar la exportación de "ticos" hacia los Estados Unidos y disminuir los problemas sociales. Para ello estamos desarrollando nuevas alternativas, para evitar ese tipo de problemas y es importante dentro de las oportunidades, reconocer que el consumo de fruta en Estados Unidos y Europa está en un franco crecimiento, lo cual debemos aprovechar.

Tenemos que considerar que la fruticultura es lo que más arraiga al productor a su tierra, en el sentido de que al momento de plantar un árbol hay que esperar de tres a cinco años para cosechar sus frutos y obviamente eso hace que los productores se arraiguen más al campo.

La fruticultura tropical costarricense por factores climáticos no competirá con subsidios desleales por parte de los países desarrollados, es por ello que esto nos permite tomar ventaja al momento de ofertar nuestros productos.

Como acciones a desarrollar en nuestro quehacer está la elaboración de un diagnóstico del potencial de cultivos frutícolas por zonas del país y a la par de ello una lista con la demanda de productos en los mercados internacionales. Con esta información, elaborar un plan nacional de fruticultura de exportación que abarque todas las regiones del país, integrando una comisión de apoyo interinstitucional en la cual estaría el Ministerio de Comercio Exterior, la Promotora de Comercio, Ministerio de Agricultura y Ganadería, empresa privada, universidades, etc. Obviamente, debemos tratar de aprovechar el TLC con Canadá y con Estados Unidos para obtener facilidades al desarrollo de los programas del fortalecimiento a la competitividad, orientados a la fruticultura en nuestra región.

En lo que es identificación de acciones conjuntas, tenemos que favorecer actividades para el fortalecimiento de la asociatividad de los productores para tener mayor eficiencia en todas las acciones que realicemos.

Por otra parte, se requiere que el IICA promueva en nuestros gobiernos acciones para que se dé un apoyo político y presupuestario, que permita dar un impulso a la fruticultura a nivel centroamericano. Fue interesante escuchar en el acto inaugural de este magno evento, al señor Presidente de El Salvador, manifestar su identificación con el desarrollo de la actividad frutícola en su país. Sobre este particular espero que no suceda en El Salvador lo mismo que pasa en Costa Rica, que nos dicen "cuenten con nuestro apoyo", pero al final no nos dan las condiciones para impulsar la actividad frutícola.

Otra acción conjunta a fortalecer es el intercambio de materiales genéticos para tener frutales de buena calidad, intercambio de tecnología para la producción; identificación de estrategias regionales en aspectos de producción, sanidad e inocuidad que permitan mayores posibilidades de éxito en la incursión del mercado internacional. Además, es importante realizar estudios de mercado que ayuden a la toma de decisiones y realizar una distribución por rubro de acuerdo a las potencialidades y competitividad de cada país.

Es importante tratar de ponernos de acuerdo para que no nos vayamos a perjudicar unos a otros. Si un país tiene potencialidades en un rubro, los demás países no deben entorpecer su labor, concurriendo en el mercado con el mismo producto. Tratemos de ver en qué forma, tal vez por medio del compartir la información, se puede evitar este asunto. Por ejemplo, si Costa Rica está en piña, no es que no se va vaya a sembrar piña en otro país centroamericano, sino que tratemos de evitar competencia entre nosotros y complicarnos al momento de realizar la comercialización de nuestros productos.

7. Perfil del Programa mesoamericano de innovación para el desarrollo de los agronegocios de fruta tropicales (PPP) *

*Conferencista: Ing. Mariano Olazábal, IICA***

Lo que inspiró este Programa es el momento que vive Centroamérica; los países enfrentan una decidida apertura comercial. Por otro lado, Centroamérica es una región privilegiada frente a este fenómeno. El impulso integrador que se está dando es único y para la fruticultura un lugar privilegiado, no sólo por sus características agroecológicas sino por su cercanía al mercado más importante del Norte.

Esto inspiró a trabajar con una visión regional, los países sólo podrán enfrentar los retos que se vienen en el futuro si se trabaja de manera conjunta.

Un aspecto muy importante que también inspira este trabajo es el reto de la superación de la pobreza en la región, las frutas están llamadas a tener una contribución enorme en ese aspecto.

Esta presentación es un aporte en esa dirección, un paso más a seguir, un paso estratégico y lo que pretende es entusiasmar y movilizar voluntades y compromisos. El concepto de esta iniciativa es nada menos que identificar acciones estratégicas regionales, que ayuden de mejor forma el trabajo frutícola de los países. Serán acciones de interés común donde podamos ir avanzando en forma ordenada, planificada, compartiendo experiencias y desarrollando foros de esta naturaleza.

Las razones: actividad rentable, con mercado en expansión, las condiciones agroecológicas, la ubicación geográfica, la apertura comercial y la necesidad de empleo e ingresos, son válida justificación para la integración de esfuerzos, una opción con futuro. Además existen experiencias y capacidades regionales que Centroamérica debe

* Este documento es una transcripción de la ponencia del expositor.

** **Mariano Olazábal**. Maestrías en Economía Agrícola, Planificación Económica y Regional de las Universidades de Lovaina y Amberes, Bélgica. Fue Representante del IICA en Colombia, Guatemala y El Salvador. Actualmente es el Director de Operaciones para la Región Central del IICA y Asesor del Director General del IICA para asuntos de Centroamérica. E-mail: Mariano.Olazabal@iica.int

aprovechar. Hay instituciones cuya participación hay que vincular y potenciar en este esfuerzo.

Ayer se dijo que el mercado mundial de las frutas actualmente es de US$43 billones; que Estados Unidos absorbe el 30% del comercio mundial de las frutas, y que las importaciones de frutas tropicales en Europa se han multiplicado en los últimos años.

Sobre el particular, permítaseme mostrar una información del observatorio de mercados del CIRAD de Francia, institución interesante con la cual deberíamos propiciar un acercamiento o una alianza importante para la región. Ayer vimos en la presentación de agroindustrias lo que muestra esta institución en relación con el comportamiento del mercado de las frutas tropicales. De 1992 a 2002 se vienen multiplicando las importaciones de frutas tropicales en el mercado europeo, como es el caso de papaya, mango, níspero, litchi, piña y aguacate, entre otros.

El comercio mundial de mango sólo representa el 2.3% de su producción mundial. Esto muestra el caso de un producto tropical donde es importante el tema de la exportación, pero no debemos perder de vista los mercados domésticos y el mercado intrarregional centroamericano. Centroamérica en el año 2025 tendrá 68 millones de habitantes que tienen que consumir frutas, por lo tanto hay que tener en mente el consumo interno, pero hay que abastecerlo con calidad.

El programa mesoamericano que se propone incorpora a los siete países del istmo centroamericano más México. Es una propuesta que ya ha sido presentada a los señores Ministros de Agricultura de los ocho países y se cuenta con el aval para seguir avanzando en este esfuerzo. Se está pensando al menos en un horizonte de diez años. El objetivo general es apoyar el desarrollo de un sector frutícola competitivo en el mercado regional y mundial.

Las acciones estratégicas de esta iniciativa son tres: i) el área de mercados y gestión empresarial; ii) tecnología para producción primaria, cosecha y agroindustria; y iii) la búsqueda de instrumentos de fomento a la productividad y competitividad, llámense fondos no reembolsables; fondos de capital de riesgo para incentivar aspectos de producción, comercio, organización, empresariales y agroindustriales.

En el tema de mercados y gestión empresarial se contempla el trabajo en la innovación comercial, mercado de productos de frutas frescas y procesadas, los servicios de aseguramiento de la calidad e inocuidad, y certificaciones, que serán muy importantes.

El tema de las estrategias comerciales para el posicionamiento de Mesoamérica, la apertura de nuevos mercados, introducir la fruta de esta región en el mundo y aquí los temas de inteligencia de mercados, campañas publicitarias de consumo y de imagen, así como la participación en ferias son contemplados. Hay una experiencia exitosa realizada este año en la feria Biofach en Alemania, donde fueron todos los países de la región centroamericana y pudieron hacer negocios, instalaron un stand que se denominó "Alianza Centroamericana".

En materia de tecnología, la facilitación de la asistencia técnica y la cooperación horizontal, así como la especialización del recurso humano, donde esté ubicado, deberán estar disponibles al servicio de la región y en función de las iniciativas de los países.

El tema de material genético de calidad es clave; la fruticultura no podrá desarrollarse si no se tiene una base sólida de calidad en los materiales. Actividad que hay que ordenar y buscar la normativa legal para la producción y comercialización de materiales en la región.

Dentro del campo de tecnología para las plantaciones comerciales y la asistencia técnica integrada se consideran los cursos, foros, giras técnicas, intercambio de experiencias y eventos científicos regionales. Enfatizamos en el tema de sanidad e inocuidad, principalmente el fortalecimiento institucional de los servicios en

la región, la capacitación, la regionalización de servicios exitosos de inspección, certificación y análisis de riesgos. En este sentido mencionamos dos casos, el caso del Programa Integral de Protección Agrícola y Ambiental (PIPAA) de Guatemala y el Centro de Excelencia Fitosanitaria de Colombia, que ya está dando un servicio justamente en El Salvador en lo que es análisis de riesgo para la admisibilidad de productos en el mercado de los EE.UU.

Hay esfuerzos que debemos observar con perspectiva regional, como es el caso de estas dos iniciativas que verdaderamente se deben capitalizar, no amerita hacer esfuerzos país por país sino, más bien, aprovechar capacidades y experiencias valiosas que perfectamente pueden expandirse y dar un servicio a países a nivel regional.

En materia de agroindustria, se consideran la asesoría para inversiones en infraestructura y tecnología, las consultorías, la innovación tecnológica, las buenas prácticas manufactureras, así como el tema de certificación de plantas y procesos, y los sistemas de calidad e inocuidad.

En cuanto a los instrumentos de fomento agrícola, se pretende crear fondos competitivos mesoamericanos con ventanilla para proyectos estratégicos regionales en los campos de innovación tecnológica. Se incluye el tema de modelos empresariales innovadores, el tema del comercio y también la agricultura por contrato. Estamos observando cómo aún la banca y los sistemas financieros, a pesar de que en algunos países hay recursos orientados a esta actividad, no son accesibles siendo este un tema central de preocupación. La agricultura por contrato, el seguro agropecuario y los fondos de garantía son mecanismos financieros que permitirán la vinculación de la banca y sumarse a este esfuerzo.

¿Qué avances y acciones futuras tenemos?

Hay un perfil de proyecto elaborado y presentado por el IICA al CORECA, ante ocho ministros de la región, quienes han dado su aval para continuar con el proceso de diseño. El mismo ha sido presentado en el marco de la Iniciativa Mesoamericana para el Desarrollo Sostenible y ha sido acogido en la cartera de proyectos como uno de los proyectos seleccionados.

Las acciones inmediatas serán pasar a una etapa de proyecto avanzado con la participación de los países. Este evento es importantísimo y la información que han aportado las delegaciones de Centroamérica en relación con la fruticultura es un material muy útil para avanzar en esa dirección y continuar con la promoción del programa a nivel político en los países y a nivel de cooperantes, donantes y los bancos, principalmente el BCIE y el BID, los cuales están muy interesados en los temas de la integración y el rescate de la agricultura en la región.

La participación del sector privado será fundamental y en el futuro deberá de dirigir esta iniciativa. En los sectores tradicionales ya se puede hacer eso, porque hay representatividad gremial regional con experiencia. El sector privado debe de jugar un papel clave, ellos son los que están tomando los riesgos, hay que apoyarlos y las organizaciones de cooperación y donantes deben unirse al esfuerzo de las iniciativas privadas, de pequeños productores, cooperativas, organizaciones y empresarios. Por lo tanto, será una acción importante e inmediata, ir haciendo los arreglos con instituciones técnicas, empresariales y financieras de la región.

Pensamos que la experiencia del CIRAD-CITA en Costa Rica, AGEXPRONT de Guatemala, OIRSA, la Misión China, FAO, la cooperación de Japón e Israel, y USAID deben de unirse al Programa de Frutas. Hay instituciones que ya vienen dando pasos en esa dirección en los países y a nivel regional como la Escuela Panamericana El Zamorano, la Universidad EARTH, la Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA), y el CATIE. Igualmente vincular las experiencias de países como Brasil, México y Colombia que tienen una fruticultura tropical en desarrollo, así como Cuba, con su importante Centro de Investigación en Citricultura.

8. Resultados del Taller Mesoamericano "Identificación de estrategias conjuntas en fruticultura y análisis de estrategia regional"*

La información que se presenta a continuación es el resultado de las mesas de trabajo y fue tomada de las tarjetas escritas por los participantes durante las sesiones de discusión. Esta información fue presentada por cada grupo en la Plenaria del Taller.

Las mesas de trabajo estuvieron organizadas con los siguientes temas: **Mercadeo y gestión empresarial, Tecnología en la cadena, Inversión y financiamiento y Organización para la ejecución.**

Grupo 1. Mercadeo y gestión empresarial

Pregunta 1. ***Desde un enfoque regional, ¿qué ideas propone el grupo para implementar las acciones que propone el perfil en materia de tecnología de mercadeo y gestión empresarial; es decir, cómo se debería poner en práctica lo planteado en el perfil en ese campo?***

a) Formular un plan operativo mesoamericano.

b) Desarrollo de alianzas estratégicas para la formulación de proyectos regionales de inversión agroindustrial con visión de largo plazo.

c) Formular la comisión frutales-productores que desarrollen las acciones a tomar.

d) Generar incentivos a la asociatividad. Reducir individualismo.

e) Fortalecer la oferta como bloque regional.

f) Asegurar un primer negocio complementario regional para que el esquema tenga mayor posibilidad de funcionar.

* Este documento es una transcripción del trabajo de las mesas temáticas (organización, mercadeo, incentivos y tecnología.

g) Despertar interés entre productores para su organización bajo esquemas viables de asociatividad, fuertes y replicables.
h) Partir de la realidad socioeconómica de los productores de Mesoamérica.
i) Hacer llegar la información y modos de comercialización popular.
j) Mercadeo regional como base para desarrollo agroempresarial.
k) Campaña regional de aumento de consumo de frutas.
l) Centros de acopio por ciudad o región.
m) Consolidar volúmenes de producción con la misma calidad.
n) Gestión empresarial con enfoque agroindustrial.
o) Revalorizar la riqueza nutricional de nuestras frutas mesoamericanas.
p) Establecer equipos de trabajo.
q) Establecer normas comerciales de conducta. Controlar competencia desleal.

Pregunta 2. ***¿Qué acciones inmediatas se pueden adelantar mientras se obtienen los recursos para el proyecto?***

a) Establecer red mesoamericana de información.
b) Desarrollar herramientas de trabajo (guías, manuales, etc.).
c) Elaborar manuales de producción y cálculos de costo de producción detallados.
d) Formar grupo de tarea a nivel nacional para avanzar el proyecto.
e) Identidad mesoamericana (crear, afirmar).
f) Organizarse, contactarse, comunicar.
g) La información está disponible en MAGA, PROFRUTA, AGEXPRONT, UPIE.
h) Elaborar inventarios de interesados en iniciar empresas agroindustriales de cada país.
i) Estrategia de posicionamiento regional de las frutas mesoamericanas.
j) Fortalecer asociaciones nacionales/regionales de productores.
k) Crear unidad entre productores nacionales para negocio.
l) Gestionar modelos de campañas de aumento de consumo e imagen de países exitosos.

Pregunta 3. ***¿Qué se debe agregar u omitir al perfil Programa Mesoamericano para el Desarrollo de los Agronegocios de Frutas?***

Se debe agregar lo siguiente:

a) Definir población/objetivos para un plan de desarrollo agroempresarial frutícola.
b) Indicadores (*assessment tools*).
c) *Timetable* y marcadores de progreso.
d) Identificar diferentes modelos básicos de cadenas productivas-comerciales.
e) Información de mercado confiable (importante) ya que afecta la planeación. Base de datos compartida.
f) Apoyo de sector privado, gobierno y medios.
g) Organizar una mesa especialmente para tratar sobre "comercialización" de los productos "frutícolas" a nivel centroamericano.

h) Integración de información de mercado
i) Fortalecer las capacidades nacionales con miras a una división regional de tareas y responsabilidades complementarias.
j) Metas/resultados esperados.

Grupo 2. Tecnología en la cadena

Pregunta 1. ***Desde un enfoque regional, ¿qué ideas propone el grupo para implementar las acciones que propone el perfil en materia de tecnología de producción, post cosecha y agroindustria; es decir, cómo se debería poner en práctica lo planteado en el perfil en esos campos?***

Pregunta 2 ***¿Qué acciones inmediatas se pueden adelantar mientras se obtienen los recursos para el proyecto?***

El grupo optó por fundir ambas preguntas en una sola y brindar a cada acción propuesta una perspectiva de temporalidad, es decir acciones de corto plazo (identificadas por la letra **a**) y acciones de largo plazo (identificadas por la letra **b**).

Materiales genéticos

Ordenamiento

- Ordenamiento y regulaciones (normas de calidad fitosanitarias). (a)
- Definir normas regionales de producción de plantas frutales. (b)
- Impulsar la certificación de viveros a nivel de cada país e intercambiar información. (a)
- Cuidados fitosanitarios que se intercambien en material de propagación. (a)
- Estandarizar la calidad del material genético. (b)
- Promover intercambio de materiales genéticos acompañados de la información correspondiente. (a)

Intercambio

- Caracterización genética del material.
- Intercambio de material genético de frutales prioritarios. (a)
- Inventario internacional de recursos genéticos frutales (Fairchild, organismo internacional). (a)
- Creación de bancos de yemas (plantas madres). (b)
- Registro de los productores de material genético. (a)
- Mejoramiento genético. Promover la validación de recursos genéticos introducidos a la región. (b)
- Especialización de cada país en la formación de jardines clonales en frutales específicos. (b)
- Vincularse a proyectos o entidades relacionadas con el tema filogenético. IBPGR (Proyecto Remerfi). (b)

Capacitación

- Capacitación de viveristas en la propagación de materiales genéticos mejorados. (a)
- Determinar el tiempo máximo de contar con materiales genéticos de calidad. (b)
- Intercambio de conocimientos en cuanto a propagación y manejo a nivel de vivero. (a)

Tecnologías para el manejo de plantaciones comerciales

Nivel de conocimiento

- Congreso Regional de Fruticultura. (b)
- Zonificación y especialización de cultivos. (b)
- Identificar a nivel regional las fortalezas en las diferentes áreas temáticas. (b)
- Promover una especialización en fruticultura. (b)
- Hacer una base de datos de profesionales de la región en fruticultura (internet). (a)
- Listado de instituciones por país que tengan no solo experiencia sino logística para contribuir a la asistencia técnica y a la capacitación regional. (a)
- Red de información generada en la región. (a)
- Giras específicas a sitios de gran avance: Michoacán (México), Valencia (España), Cuba, Brasil, etc. (b)
- Mantener informados a los fruticultores acerca de normas de exportación que faciliten su producción segura. (a)

Tecnología

- Aprovechar la capacidad instalada de organizaciones e instituciones para la transferencia. (a)
- Elaborar perfil de tecnología existente para cultivos priorizados a nivel de país y de región. (b)
- Investigación: ensayos de campo de acuerdo a las necesidades. (b)
- Centro de innovación tecnológica. Observatorio. (b)
- Consultar los resultados con las asociaciones para armonizar metas e intereses. (a)

Sanidad e inocuidad

Nivel de conocimiento

- Difundir la experiencia sello PIPAA. (a)
- Armonizar normas de BPA, BPM y HACCP (a)
- Intercambio con países exitosos en inocuidad y sanidad. (a)

Normatividad

- Ente regional de apoyo a la admisibilidad (OIRSA). (b)
- Coordinar con instituciones de sanidad e inocuidad para fortalecer su capacidad de acción. (b)
- Certificación de laboratorios para identificación de plagas y enfermedades, rastreabilidad y microbiológicas. (b)
- Listado oficial de plagas y enfermedades reportadas por cultivo y por país. (b)
- Aprovechar capacidad instalada para el tratamiento de moscas. (a)
- Programa regional de control de moscas de la fruta. (b)

Agroindustria

- Aprovechar instalaciones regionales para frutas y hortalizas. (a)
- Implementar sistema de garantía de la calidad-inocuidad. (b)

- Crear un sello de calidad regional. (b)
- Facilitar el establecimiento de zonas francas agroindustriales. (b)
- Contratar elaboración de menú de opciones tecnológicas por cultivos (actuales y potenciales). (b)
- Banco de datos profesionales especializados en agroindustria. (a)
- Inventario de tecnologías existentes en cada país (artesanal, semi-industrial-industrial). (a)
- Traslado de productores a los países con recursos humanos especializados en manejo de cosecha, postcosecha y transformación de frutas. (a)
- Taller o encuentro regional de BPM a nivel de C. A. (experiencias exitosas), aplica para postcosecha. (b)

Exposición y mesa de trabajo durante el Taller Mesoamericano "Identificación de estratégias conjuntas en fruticultura y analisis de estrategia regional"

- Congresos regionales de agroindustria y postcosecha de frutas. (b)
- Identificación de las instituciones especializadas en actividades de manejo de cosecha, postcosecha y transformación de productos de frutas. (a)
- Producción de materia prima por contrato. (b)
- Investigación y desarrollo de productos agroindustriales a partir de cultivos nativos. (b)

Grupo 3. Inversión y financiamiento

Pregunta 1. ***Desde un enfoque regional, ¿qué ideas propone el grupo para implementar las acciones que propone el perfil en materia de inversión y financiamiento; es decir, cómo se debería poner en práctica lo planteado en el perfil en ese campo?***

Inversión

- Crear una línea de crédito integral a nivel centroamericano a través del BCIE que financie toda la cadena agroalimentaria.
- Financiar la elaboración de "proyectos tipos bancables" como "banco de proyectos".
- Que cada banca estatal de la región flexibilice los requisitos para acceder a financiamientos como:
  a) Financiar hasta el 90% o el 100% del valor de la garantía.
  b) Crear un fondo de garantía complementaria regional como PROGARA.
- Incentivar el desarrollo de compañías de capital de riesgo para la inversión frutícola.
- Los incentivos deberían proveer: material genético certificado, tecnología apropiada, incentivos fiscales y políticas claramente definidas.
- Invertir en desarrollar las zonas francas agrícolas, con FRUTALES, a nivel regional.
- La inversión para la formulación de proyectos podría ser compartida por el inversionista o el productor y la banca de fomento.
- Creación de un fideicomiso que facilite el acceso al financiamiento, destinado a financiar a productores, proveedores de servicios y agroindustrias.
- Gestionar la obtención de fondos KFW, con los siguientes componentes:
  a) Una partida que financie la cadena productiva a través de la banca nacional.
  b) Otra partida administrada a través de grupos asociados como capital semilla que cubra el 20% como aporte del productor, siendo reembolsable y que le permita tener acceso a la capacitación en las diferentes áreas del proceso productivo y participaciones en eventos promocionales internacionales y nacionales.
- Crear seguros agrícolas que garanticen la producción y la exportación, etc.
- Integrar en un solo fondo regional todos los fondos que actualmente se perciben por separado para la fruticultura, provenientes de los países de la región (Taiwán, UE, Israel, etc.).
- Capacitar y especializar al personal de la banca nacional en nuevas metodologías para el otorgamiento de créditos.
- Uniformizar la legislación de la región que conlleve a incentivar la inversión en proyectos de MAG-FRUTAL ES (tomar como ejemplo la experiencia de Panamá).

- Promover la obtención de fondos de cofinanciamiento para proyectos de cultivo de frutales para el pago de intereses y período de gracia.
- Creación de una verdadera banca de fomento para apoyar al productor, al procesador y al comercializador.
- Banco de fomento ideal (dar crédito de alto riesgo, a bajo interés y para adquisición de tierras, especialmente ociosas.
- Inversión en uniformizar las leyes y normativas para la certificación (material vegetativo, producción, cosecha y postcosecha).

Innovación

- Capacitar a profesionales agrícolas en toda la cadena productiva y en agronegocios de frutas tropicales, para que den asistencia a productores.
- Crear un fondo de fomento a la fruticultura en el BCIE que sirva como capital semilla no reembolsable a proyectos de innovación.
- Creación de fondos para la investigación científica aplicada a la producción y comercialización de los productos.
- Crear un fondo competitivo concursable para innovación tecnológica, administrado por cámaras agropecuarias de frutas.
- Incentivar con bonos de calidad la innovación tecnológica a los productores y proveedores de servicios.
- Que los fondos destinados para financiamiento contengan una partida que sea destinada a capacitar a los empresarios (sin costo alguno) para ellos.
- Hacer una investigación a nivel internacional sobre las mejores tecnologías que existan para el proceso de transformación de frutas, para que se adapten a otros países.

Calidad e inocuidad

- Solicitar a universidades la formación de profesionales expertos en la calidad en las áreas de la cadena alimenticia, especialmente en frutas.
- Capacitar en nuevas tecnologías a las empresas que procesan frutas, ya que actualmente la tecnología es artesanal.
- En calidad e inocuidad podrían darse premios a la más alta calidad.
- Invertir y gestionar un programa regional de protección integral agrícola y ambiental BPA/BPM.

Asociatividad

- Generar una cámara frutícola regional por "rubro" a fin de abordar temas diversos.
- Identificar productores (de un mismo producto) para formar asociaciones que permitan comercializar en forma conjunta estos productos.
- Destinar un porcentaje del monto otorgado para organización y capacitación de productores.
- Incentivos fiscales y de otro tipo podrían darse a grupos asociados para la fruticultura.
- Inversión en el fortalecimiento de FECAEXCA.

Desarrollo proveedores

- A nivel regional y gubernamental establecer incentivos a productores como los subsidios en insumos agrícolas.
- Gestionar a través de proveedores de maquinaria y equipo la obtención de los mismos en condiciones favorables, para que el productor y el procesador los reciban a costos más bajos y sin intermediarios.
- Promover la inversión focalizada en polos de desarrollo, con una línea de producción específica para un área geográfica delimitada.
- Determinar plan de incentivos a proveedores, productores, procesadores y a todos los que intervendrían en la cadena.
- Promover polo de desarrollo con cultivo por contrato.
- Financiar la cadena de producción de ese cultivo con fondos de fomento y desarrollo.
- Incentivar la cadena con bonos de calidad hacia la innovación, no solo tecnológica sino a la investigativa y administrativa.
- Incentivar la transferencia tecnológica.
- Buenas prácticas agrícolas y manufactura.

Pregunta 2. ***¿Qué acciones inmediatas se pueden adelantar mientras se obtienen los recursos para el proyecto?***

- Formación de una cámara regional frutícola para facilitar la negociación del programa.
- Iniciar la formación de asociaciones de productores frutícolas.
- Formar un grupo especializado en fondos competitivos y financiamiento para continuar la formulación del programa.
- Identificación de financiamiento alterno (gobierno o gobiernos cooperantes).
- Iniciar un convenio de capacitación de recurso humano a nivel de región.
- Gestionar el apoyo al más alto nivel político para lograr el desarrollo de los programas frutícolas de la región.
- Integrar en un solo organismo regional, la información sobre inteligencia de mercado para saber a dónde dirigir la inversión.
- Crear mesas de trabajo para hacer una propuesta regional del programa.
- Desarrollar un programa de intercambio de experiencias regionales.
- Elaborar un plan de acción, crear estructura organizativa, constituir equipo técnico que desarrolle tareas específicas (división de trabajo) para viabilizar la operatividad del proyecto.
- Iniciar una campaña publicitaria sobre la conveniencia de sembrar frutas.
- Formar un comité de seguimiento.
- Iniciar una campaña promocional de consumo de frutas a nivel de región.

Grupo 4. Organización para la ejecución

Pregunta 1. ***Desde un enfoque regional, ¿qué ideas sugiere el grupo para la Organización que se debe poner en práctica para implementar las acciones que propone el perfil.***

Pregunta 2. ***¿Qué acciones inmediatas se pueden adelantar mientras se obtienen los recursos para el proyecto?***

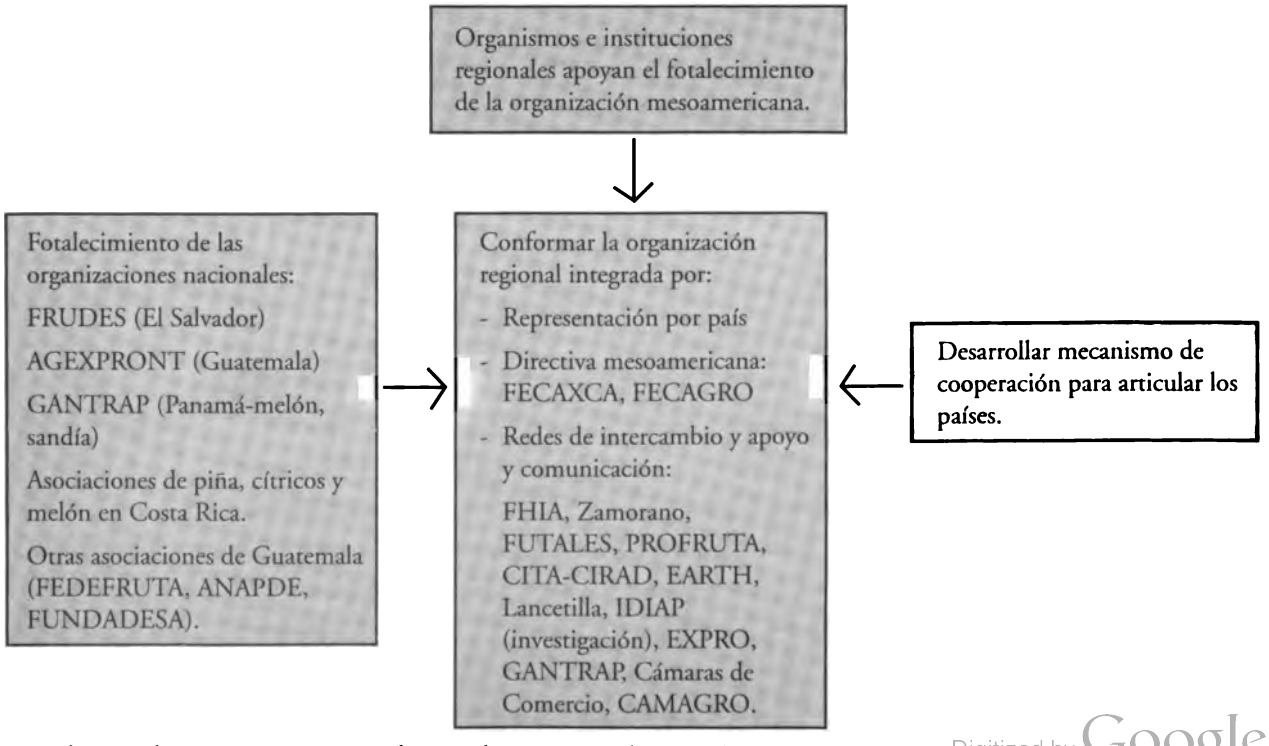
Acciones:

a) Inmediatas: Secretaría temporal a cargo de IICA.

b) Corto plazo: Federación de países.

c) Mediano plazo (6 a 12 meses):

- Confederación de la fruticultura mesoamericana.
- Difusión de información del foro (artículos, publicaciones).
- Establecer convenios comerciales (alianzas comerciales).
- Asegurar que el programa mesoamericano de fruta esté presente en toda reunión CAC-CORECA.
- Establecer otros convenios comerciales (alianza comercial).
- Perfil avanzado finalizado en marzo.
- Arreglos entre cooperantes y donantes: CIRAD/CITA, ZAMORANO, CATIE, EARTH, OIRSA, BCIE, Unión Europea, BID.
- Sentar las bases de una política centroamericana común de producción y comercio.
- Estructura propuesta:



Inicialmente, la organización regional se puede componer de: IICA (Secretaría), OIRSA y la Cámara Centroamericana de Exportación.

Siglas utilizadas en la Memoria del II Foro Internacional: Agronegocios de Frutas Tropicales

AGEXPRONT	Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales, Guatemala
AID	Agencia Internacional para el Desarrollo
ANAPDE	Asociación Nacional de Productores de Frutales Decíduos
ANTAD	Asociación de Tiendas de Autoservicio y Departamentales
APEM	Asociación Peruana Exportadora de Mangos.
APHIS	Servicios de Inspección de Sanidad Vegetal y Animal, USDA
BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BPA	Buenas Prácticas Agrícolas
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
CADEXCO	Cámara de Exportadores de Costa Rica
CAFTA	Central American Free Trade Agreement
CAMAGRO	Cámara Agropecuaria y Agroindustrial de El Salvador
CATIE	Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza
CENTA	Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal
CINADCO	Center for International Agricultural Development Cooperation
CIRAD	Centro Internacional de Investigación Agronómicas para el Desarrollo
CITA	Centro de Investigación en Tecnología de Alimentos
COEXPORT	Corporación de Exportadores de El Salvador
CORECA	Consejo Regional de Cooperación Agrícola
EPA	Environmental Protection Agency of USA
ESP	El equivalente del subsidio del productor
EXPORTA	Agencia de Promoción de las Exportaciones
EXPRO	Programa de Exportadores para las Micro, Pequeña y Medianas Empresas de El Salvador, USAID

FANTEL	Fondo de la Privatización de ANTEL, El Salvador
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
FAUCAS	Formulario Aduanero Único Centroamericano
FDA	Agencia para la Administración de Drogas y Alimentos, Estados Unidos
FECAGRO	Federación Centroamericana de Cámaras Agropecuarias
FECAEXCA	Federación de Cámara y Asociaciones de Exportadores de Centroamérica, Panamá y el Caribe
FEDEFRUTA	Federación de Productores de Fruta de Chile
FHIA	Fundación Hondureña de Investigación Agrícola
FIAGRO	Fundación para la Innovación Tecnológica Agropecuaria
FODA	Análisis y Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
FUSADES	Fundación Salvadoreña de Desarrollo Económico y Social
FRUDES	Fruticultores de El Salvador
FRUTALES	Programa Nacional de Frutas de El Salvador (MAG/FANTEL/IICA)
GANTRAPA	Gremial de Agroexportadores no Tradicionales de Panamá
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control
IDIAP	Instituto de Investigación Agropecuario de Panamá
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
INDAP	Instituto de Desarrollo Agropecuario
MAG	Ministerio de Agricultura y Ganadería, El Salvador
MAGA	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Guatemala
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
OIRSA	Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria
OMC	Organización Mundial del Comercio
PINFRUTA	Programa de Incentivos de Frutas
PIPAA	Programa de Protección Agrícola y Ambiental de Guatemala
PMA	Programa Mundial de Alimentos
PROEXAG	Proyecto de Exportación Agrícola
PROFRUTA	Programa Nacional de Frutas de Guatemala
PROGARA	Programa de Garantía Agropecuaria
PROSAIA	Pro Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria, USAID
SIPAN	Sistema de Información para Agronegocios, Panamá
SINALIT	Sistema Nacional de Alianzas para la Innovación Tecnológica
TLC	Tratados de Libre Comercio
UPIE	Unidad de Planeación e Inversión Estratégica
USAID	Agencia Internacional de los Estados Unidos para el Desarrollo

Foro patrocinado por: