

05 APR 1995

Consejo Nacional de Producción
San José, Costa Rica

Apartado 2265
Teléfono 223-60-33
Telex 2273 Conapro
Fax: 223-68-29

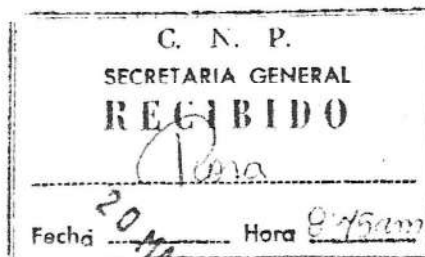
Gerente General
Ing. Orlando Dorado B.

SE-70000 1072

17 de marzo de 1995
GG-0690-95

(3)

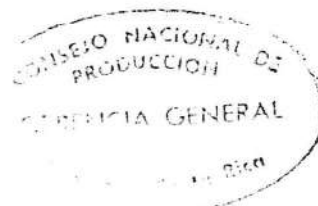
Señores
Miembros de Junta Directiva
Sus Oficinas



Estimados señores:

Remito fotocopia del oficio D.M.A. #096-95, fechado 16 de febrero de 1995, referente a "Comercialización de Mango", realizado por el Departamento de Inteligencia de Mercados de la Dirección de Mercadeo Agropecuario, para información de ustedes.

Atentamente,



yadi



Consejo Nacional de Producción
San José, Costa Rica

Apartado: 2205
Teléfono: 23-6033
Fax: 33-9660
Cable: Consensio
Telex: 2273 Conapro

026

SECC. PUBLIC. C.N.P. FORM. 128

Febrero 16, 1995
D.M.A. No. 096-95

Ingeniero
Javier Flores G., PRESIDENTE EJECUTIVO

Ingeniero
Orlando Dorado B., GERENTE GENERAL

M.Sc
William Barrantes S., SUB-GERENTE GENERAL

Ingeniero
Raúl Gillott F., ADMINISTRADOR
REGION PACIFICO CENTRAL

Ingeniero
Jorge Vargas., ADMINISTRADOR
REGION CHOROTEGA

CONSEJO NACIONAL DE PRODUCCION
Sus Oficinas

Estimados señores :

Por este medio adjunto Informe sobre Comercialización de Mango,
realizado por la Lic. Ana Elizondo del Departamento Inteligencia de
Mercados.

Con toda consideración,

Atentamente,

DIRECCION MERECADERO AGROPECUARIO

Ing. Carlos Benavides L., M.Sc
DIRECTOR

cc/archivos

RECEIVED
CONSEJO NACIONAL DE PRODUCCION
GERENCIA GENERAL
Recibido por: Parla
Fecha: 28-2-95 Hora: 7:00
Atendido con oficio: _____
En fecha: _____

J.D.



DIRECCION DE MERCADEO AGROPECUARIO**INTELIGENCIA DE MERCADOS****Apdo 586 1200 Pavas San José****(506)231 4266****FAX (506)296 1431****07 de febrero de 1996****IM # 40 - 96**

Ingeniero
Francisco Marín Thiele
Depto. Poscosecha
División de Mercadeo Agropecuario
Su Oficina

Estimado señor:

Atendiendo su solicitud de información sobre variedades de mango más comercializadas en el mercado internacional, adjunto me permito remitirle informe con resultados de la investigación realizada sobre este particular.

La investigación se realizó por medio de la revisión de los reportes semanales para todo el año 1994 y en otros casos para el 93 también, emitidos por MARKET NEWS SERVICE (MNS), tanto para el mercado norteamericano como para el europeo.

También se revisó diversa literatura tanto interna como externa sobre este cultivo.

Se adjunta además, reporte de áreas sembradas de mango, según variedad, para cosechar en 1996, emitido por la Dirección de la Región Pacífico Central.

Cordialmente,



Licda. Arlyne Alfaro
COORDINADORA

cc: Dirección de Mercadeo Agropecuario

**DIRECCION DE MERCADEO AGROPECUARIO
INTELIGENCIA DE MERCADOS**

(506)231 4266 Exts.234-235 FAX (506)296 1431

Apdo 586 1200 Pavas San José

**VARIEDADES DE MANGO PRODUCIDAS Y COMERCIALIZADAS EN EL MERCADO
NACIONAL E INTERNACIONAL**

POR LICDA. ANA ELIZONDO P.

Existen dos distintos tipos de variedades de mango:

a.- Los tipos de la India, que son monoembrionicas y frecuentemente con mucho color. Este tipo incluye las variedades Irwin, Haden, Tommy Atkins, Adams, Kent, Palmer, Carrie, Ruby, Smith, Sensation, Keitt y otras.

b.- Los tipos de Indonesia que típicamente son de semillas poliembrionicas y de fruta con poca coloración. Entre éstas se encuentran la Pico, Rosa, Carabao, Ameliores de Camerún, Cambodiana, Sabre, Peach, etc.

En el mercado internacional se tiene las siguientes variedades: ◆

MEXICO	Haden, Julie, Esmeralda, Kent, Keitt, Tommy Atkins, Sensation, Zill, Irwin, Cecil, Manila
PUERTO RICO	Haden, Irwin, Parvins, Keitt
ESTADOS UNIDOS	Irwin, Haden, Lippens, Tommy Atkins, Smith, Kent, Palmer, Zill, Eldon, Ruby, Keitt, Sensation, Brooks, Julie, Van Dyke, Oro
HAITI	Mme Francis o Francine
HAWAII	Pope, Kensington, Edwards
FILIPINAS	Carabao, Pico, Edwards
VENEZUELA	Fond, Springfield, Irwin
BRASIL	Extrema, Bourbon, Brasil, Imperial
CUBA	Manga Amarilla, Haden, Filipo, Chino, Corazón, Cambodiana, Señora
AFRICA	Boribó, Ngowe, Apple, Mambruka, Malindi, Sabre, Amalie, Kent
ISRAEL	Nimrod, Mambruka, Haden, Pairi, Kent, Maya

-2-

En cuadros aparte se presenta resumida la información sobre las variedades más comercializadas en el mercado internacional y se puede observar cuáles son las preferencias del importador y por ende del consumidor, según reporte de precios y variedades semanales en el mercado norteamericano y europeo del **MARKET NEWS SERVICE** para el año 1994.

En el **Cuadro 1: Variedades de Mango más Comercializadas en el Mercado Norteamericano, Según Origen**, se puede observar cuáles son los países que abastecieron el mercado norteamericano (Estados Unidos y Canadá) durante 1994. Aun cuando son varios los países del continente americano que abastecen este mercado, es México el que suple cerca del 85 por ciento, al menos en los Estados Unidos, según estadísticas de importaciones, tal como se podrá ver en el Cuadro 3.a. datos para 1993.

Del **Cuadro 1** se desprende también, que a excepción de enero, mes para el que no se presentan datos, Estados Unidos compra mango durante todo el año, y es Tommy Atkins la variedad que más se repite (36.7%), seguida de Haden (30.0%). Ver **Cuadro 2**. A pesar de que el cuadro 1 no muestra volúmenes importados, sí se puede apreciar cuáles son las preferencias del consumidor, además de que es muy marcada la diferencia de estas dos variedades con respecto a las demás: 8.7, 8.0, 7.3 y 6.7% para las variedades Kent, Francine, Van Dike y Keitt respectivamente, según tabla de frecuencias absolutas y relativas del **Cuadro 2**.

El **Cuadro 1.a.** presenta la salida mensual de esa fruta, según variedad y país de origen, y de ahí se puede deducir que México es el país que está presente en el mercado con más variedades durante casi todo el año. Claro está, que son innegables las ventajas de la cercanía con este mercado.

Del **Cuadro 3** debe resaltarse el aumento de precios obtenido en diciembre 93 y febrero del año 94, elevación que está inversamente relacionada con la oferta, es decir, que a menor oferta, mayor precio.

Del **Cuadro 3.a.** mencionado arriba, se puede inferir que, si bien es cierto México absorbió el 83.9 % del mercado en análisis, también es cierto que comparativamente con el año 1992, está perdiendo parte de ese atractivo mercado, al estar entrando en el mismo, otros países de nuestras latitudes como Brasil quien casi duplicó su volumen exportado en 1993, con respecto al año anterior y Haití que pasó de 277 toneladas métricas en 1992 a 8.365 en 1993.

En el **Cuadro 3.b.** se presenta el valor en miles de dólares de esas importaciones, de donde se puede deducir que el incremento en el monto de las importaciones, es inferior al incremento en la cantidad importada, lo que implica que los precios han decaído al haber mayor oferta.

En cuanto al mercado europeo, se puede apreciar en el **Cuadro 4** quiénes son los suplidores de esta fruta y cuándo se abren "las ventanas" para los exportadores.

No fue posible mostrar las variedades importadas por ese mercado en forma mensual, pues los boletines del MNS, no lo presentan en su totalidad; sin embargo, en el **Cuadro 5** se presenta en forma general por país de origen y destino, estas variedades.

De nuevo, según este último cuadro, es Tommy Atkins (no así la Haden) la que más se presenta, aunque tampoco se dispone de datos sobre volúmenes importados por variedad.

-3-

En nuestro país, y de acuerdo con bibliografía consultada, se recomienda la explotación de las variedades de fruto rojo como la Tommy Atkins, la Haden, Irwin, Mora, Smith, Keitt y Kent. Estas son las variedades introducidas que muestran buena adaptación a nuestras condiciones climatológicas y que están siendo cultivadas, especialmente por sus rendimientos y características que las hacen aptas para la exportación.

DESCRIPCION DE LAS VARIEDADES MAS CULTIVADAS EN COSTA RICA 1/

HADEN:

Es una variedad de La Florida, de alta calidad, fruta grande y redonda, con una adepresión característica en el ápice. La coloración es amarilla con manchas rojas, con un peso aproximado de 400 a 500 gramos. Su pulpa es jugosa, de buen sabor y escasa en fibra.

En general, la Haden posee importancia comercial por su gran tamaño, su color encendido y su producción relativamente abundante. Florece de diciembre a enero y se cosecha de mayo a junio.

Es adaptable a nuestras condiciones con una producción eficiente y tiene la particularidad de competir favorablemente en los mercados del norte con otras frutas de color atractivo como manzanas, duraznos, ciruelas, etc.

TOMMY ATKINS:

Es una variedad con excelente porvenir, por su sabor y atractivo color rojo. La fruta es redondeada, de tamaño grande y peso que va de 450 a 680 gramos.

El árbol es alto, de un diámetro de copa mediana y sus brotes nuevos son de color claro. Se originó en Florida y se cree que procede del Haden. Es una variedad semitemprana que se cosecha de junio a julio.

IRWIN:

Este cultivar se originó también en Florida. El fruto es ovoide, alargado y pequeño, con un peso de 250 a 350 gramos, de color amarillo con rojo o todo rojo. Se distingue por su buen sabor y aroma; por no presentar casi ninguna fibra y ser de muy buena calidad.

El árbol es de copa mediana, con una altura bastante pequeña, con brotes nuevos, de color rosado - morado. Florece de diciembre a julio.

1/ PIMA, Mango, Generalidades y los Diferentes Aspectos Técnicos del Mercadeo, 1990.

SMITH:

El fruto tiene forma oblonga, alargada y tamaño grande, con un peso de 700 a 900 gramos. La corteza es suave, de color amarillo naranja, con manchas pardo oscuro a escarlata. La carne es poco fibrosa, de color amarillo anaranjado.

Es un mango de buena calidad, de muy buena adaptación en Costa Rica, y de una producción satisfactoria. Cosecha de junio a agosto.

KEITH:

Su fruto es grande y de forma ovalada, largo, de color amarillo con manchas rojas y numerosas pequeñas manchas amarillo rojizas; con peso aproximado de 460 a 700 gramos. Su pulpa es de color amarillo, es jugosa y tiene algunas fibras cerca de la base de la semilla. Su calidad es buena. Tiene muy buena adaptación en Costa Rica (Alajuela), con buena producción tardía. Florece de enero a febrero y se cosecha de julio a agosto.

KENT:

Cultivar originario de Florida. Frutos grandes, forma ovalada - redonda, color amarillo con lados rojos y numerosas manchas amarillas; pulpa jugosa y sin fibra y de sabor excelente. Su peso aproximado es de 450 a 600 gramos.

El árbol es de diámetro mediano, de copa pequeña y de brotes nuevos color violáceo. Es una variedad tardía. Florece de febrero a marzo y cosecha de julio a agosto.

La gran mayoría de cultivos en América Central son de tipo silvestre y no son representativas de las mejores variedades de la fruta, poseen siempre sabor agradable, pero algunas presentan también abundante fibra, haciendo incómodo su consumo.

En consecuencia, el mango es seguramente, uno de los productos que presenta el mayor número de variedades criollas, las que abundan con nombres diferentes en todos los países.

CUADRO No. 1
VARIETADES DE MANGO MAS COMERCIALIZADAS EN
EL MERCADO NORTEAMERICANO, SEGUN ORIGEN. 1994

DESTINO	ORIGEN	VARIEDAD	MES											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Boston	Haiti México	Francine	X	X	X	X	X	X						X
		Haden	X	X	X	X	X			X	X		X	
		Keitt								X	X	X		
		Kent								X	X			
		Tommy Atkins				X	X	X		X				
	Guatemala Perú	Tommy Atkins				X	X	X						
		Haden	X									X		
		Keitt							X					
	Venezuela	Haden	X	X									X	
	Puerto Rico	Tommy Atkins	X	X									X	
	Brasil	Tommy Atkins										X	X	X
	Ecuador	Haden										X	X	X
		Tommy Atkins												X
Chicago	México	Haden	X	X	X	X	X	X						
		Tommy Atkins						X	X					
		Kent						X						
		Keitt								X				
	Brasil	Tommy Atkins											X	X
	Belice	Tommy Atkins										X	X	X
	Ecuador	Tommy Atkins										X	X	X
		Edwards												X
Dallas	México	Haden	X	X										
		Tommy Atkins		X										
		Van Dike								X	X	X		X
	Perú	Parvin						X						
		Van Dike						X				X		
	Ecuador	Tommy Atkins										X	X	
Los Angeles	México	Haden	X											
		Van Dike						X						
		Kent								X	X			
		Keitt									X			
	Perú	Haden	X											
	Venezuela	Haden				X							X	
	Brasil	Tommy Atkins											X	X
	Ecuador	Tommy Atkins											X	X
		Edwards											X	X
		Haden											X	

Cont

Cont...

DESTINO	ORIGEN	VARIEDAD	MES											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
New York	México	Haden	X			X		X						
		Tommy Atkins			X		X							
		Kent								X				
		Keitt								X				
	Perú	Haden	X							X				
		Keitt												
	Florida	Tommy Atkins					X					X		
	Guatemala	Tommy Atkins				X	X							
	Haiti	Francine				X							X	
	Venezuela	Tommy Atkins					X	X						
		Haden				X	X	X						
Brasil	Tommy Atkins											X	X	
	Edwards											X	X	
Filadelfia	Perú	Haden	X											
		Parvin											X	
		Keitt								X		X		
		Kent								X		X		
	Guatemala	Haden					X	X		X				
		Tommy Atkins					X	X		X				
	México	Haden					X							
		Kent								X				
	Ecuador	Keitt								X				
		Tommy Atkins					X							
	Brasil	Haden								X				
Tommy Atkins									X					
Miami	México	Haden					X							
		Keitt								X			X	
		Tommy Atkins								X				
		Kent								X				
	Haiti	Francine				X	X						X	
		Tommy Atkins				X	X						X	
	Guatemala	Haden				X								
	Venezuela	Haden				X		X						
	Perú	Tommy Atkins				X						X	X	
	Brasil	Tommy Atkins												
	New Orleans	Guatemala	Tommy Atkins					X					X	
México		Haden					X							
Venezuela		Van Dike							X					
		Tommy Atkins							X					
Brasil		Tommy Atkins							X				X	
Montreal	México	Van Dike					X			X			X	

Fuente: Elaborado con información del Market News Service.
 Arch. ana. 1.95.manvarna

CUADRO No. 1.a
 VARIEDADES DE MANGO MAS COMERCIALIZADAS EN
 EL MERCADO NORTEAMERICANO,
 POR PAIS DE ORIGEN, SEGUN SALIDA MENSUAL
 1994

PAIS DE ORIGEN	VARIEDAD	MES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
MEXICO	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Haden	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Keitt	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Kent	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Van Dike	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
HAITI	Francine	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
GUATEMALA	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Haden	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
BRASIL	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
PERU	Haden	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Parvin	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Van Dike	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
VENEZUELA	Haden	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Van Dike	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
BELICE	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
ECUADOR	Haden	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Tommy Atkins	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
	Edwards	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Fuente: Market News Service, 1994
 Arch.ana.1.95.manval.a

CUADRO No. 2
 VARIEDADES DE MANGO COMERCIALIZADAS EN NORTEAMERICA
 FRECUENCIAS ABSOLUTAS Y RELATIVAS DE PRESENTACION
 SEGUN CUADRO 1
 1994

VARIEDAD	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
ABSOLUTOS													
TOMMY ATKINS		1	2	5	4	9		3	2	9	10	10	55
HADEN		10	4	6	5	6	3	1	3	1	4	2	45
KENT						1	1	4	5	1	1		13
FRANCINE		1	1	3	2	2						3	12
IVAN DIKE						2		3	3	1		1	11
KEITT									8	1	1		10
PARVIN						1					1		2
EDWARS											1	1	2
TOTALES / MES		12	7	14	12	21	4	11	21	13	18	17	150
RELATIVOS													
TOMMY ATKINS		8.3%	28.6%	35.7%	33.3%	42.9%	0.0%	27.3%	9.5%	69.2%	55.6%	58.8%	36.7%
HADEN		83.3%	57.1%	42.9%	41.7%	28.6%	75.0%	9.1%	14.3%	7.7%	22.2%	11.8%	30.0%
KENT		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	25.0%	36.4%	23.8%	7.7%	5.6%	0.0%	8.7%
FRANCINE		8.3%	14.3%	21.4%	16.7%	9.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	17.6%	8.0%
IVAN DIKE		0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	9.5%	0.0%	27.3%	14.3%	7.7%	0.0%	5.9%	7.3%
KEITT		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	38.1%	7.7%	5.6%	0.0%	6.7%
PARVIN		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	1.3%
EDWARS		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	5.9%	1.3%
TOTAL %		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

FUENTE: Cuadro 1, Variedades Más Comercializadas de Mango. Inteligencia de Mercados.
 Arch.apa.1.95.mayanapo

CUADRO No. 3
IMPORTACIONES DE MANGO EN ESTADOS UNIDOS
1992, 1993 Y PARTE 1994
EN TON. METRICAS Y MILES DE DOLARES

PERIODO	VOLUMEN (TON.MET)	VALOR (1.000 US\$)	VALOR UNITARIO
1992	76,765	71,240.00	928.03
1993	114,168	89,277.00	781.98
DIC. 1993	1,556	1,666.00	1,070.69
FEB. 1994	1,747	1,713.00	980.54
ABR. 1994	16,029	15,909.00	992.51
JUN. 1994	22,823	15,644.00	685.45
AGO. 1994	18,511	12,344.00	666.85
SET. 1994	6,415	5,035.00	784.88

FUENTE: FATUS. US. Depto. de Agricultura
impmanus.ana.wk.1.95

CUADRO 3.1.1.
IMPORTACIONES DE MAIZO EN ESTADOS UNIDOS.
SEGUN PAIS DE ORIGEN.
PERIODO 1992 - 1993

EN T.M.

ORIGEN	V O L U M E N				INC/DIS %
	1992	%	1993	%	
MUNDIAL	76,765	100.0%	114,163	100.0%	48.7%
MEXICO	68,530	89.3%	95,770	83.9%	39.7%
HAITI	277	0.4%	3,365	7.3%	2919.9%
BRASIL	1,711	2.2%	3,162	2.6%	84.9%
PERU	3,933	4.0%	2,750	2.4%	-9.5%
VENEZUELA	2,645	3.4%	2,839	2.5%	7.3%
OTROS	364	0.7%	1,231	1.1%	127.1%

FUENTE: FATUS. US. Depto. de Agricultura
Impresión 3a. edición. 1.95

CUADRO 3.b.
IMPORTACIONES DE MANGO EN ESTADOS UNIDOS
SEGUN PAIS DE ORIGEN.
PERIODO 1992 - 1993

EN US\$1.000

ORIGEN	V A L O R				INC/DIS %
	1992	%	1993	%	
MUNDIAL	71,240	100.0%	89,277	100.0%	25.3%
MEXICO	63,049	88.5%	72,557	81.3%	15.1%
HAITI	120	0.2%	5,121	5.7%	4167.5%
BRASIL	1,592	2.2%	4,787	5.4%	200.7%
PERU	2,942	4.1%	3,369	3.8%	14.5%
VENEZUELA	3,171	4.5%	2,673	3.0%	-15.5%
OTROS	366	0.5%	765	0.9%	109.0%

FUENTE: FATUS. US. Depto. de Agricultura
impman3b.ana.wk.1.95

UADRO 4
OMERCIALIZACION DE MANGO EN EL MERCADO
UROPEO, SEGUN PAIS DE ORIGEN Y MES, 1994

DESTINO	ORIGEN	MES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Alemania	Brasil	--											
	Colombia			--									
	Costa Rica						--						
	El Salvador												
	Ecuador												
	Estados Unid												
	Guatemala												
	Guinea												
	Honduras												
	Israel	--											
	Kenya												
	México												
	Perú	--	--										
	Puerto Rico												
	Sur Africa	--	--										
	Venezuela												
Austria	Brasil	--											
	Costa Rica												
	Ecuador												
	Israel												
	Kenya			--									
	México												
	Puerto Rico												
	Sur Africa	--	--										
	Venezuela												
Bélgica	Brasil	--											
	Guinea												
	Honduras												
	Israel												
	México												
	Perú	--											
	Sur Africa	--	--										
	Venezuela												
	Venezuela												
Dinamarca	Brasil	--											
	Costa Rica												
	España												
	Israel												
	Kenya	--											
	Puerto Rico												
	Sur Africa	--	--										
	Venezuela												
	Venezuela												
España	Brasil	--	--										
	Israel												

Cont..

DESTINO	ORIGEN	MES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Filandia	Brasil			--					--			--	
	Estados Unid										--		
	Guinea				--								
	Israel									--			
	México					--		--					
	Perú	--	--		--								
	Sur Africa	--											
	Thailandia												
	Venezuela								--				
Francia	Brasil		--						--			--	
	Colombia											--	
	Filipinas												
	Guinea			--	--	--	--						
	Honduras					--							
	Israel								--	--	--	--	
	Kenya			--									
	México					--		--	--	--	--		
	Perú	--		--									
	Puerto Rico					--							
	Sur Africa	--	--	--									
	Venezuela				--				--				
Holanda	Brasil	--	--	--						--		--	
	Colombia						--						
	Costa Rica				--	--						--	--
	Ecuador												
	El Salvador										--		
	España										--		
	Estados Unid										--		
	Gambia							--					
	Guatemala				--	--	--						
	Guinea					--							
	Honduras			--	--	--							
	Israel								--	--	--	--	
	Kenya		--					--					
	México							--	--	--	--		
	Perú	--	--		--								--
	Puerto Rico						--						
	Sur Africa	--		--	--				--				
	Venezuela				--	--			--				

Cont..

DESTINO	ORIGEN	MES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
INGLATERRA	Australia											--	
	Brasil	--			--		--		--	--	--		--
	Colombia							--		--			
	Costa Rica						--						
	El Salvador										--		
	Estados Unid										--		
	Gambia							--	--	--			
	Guatemala						--						
	Honduras					--	--	--					
	India				--	--	--			--			
	Israel								--	--	--	--	
	Jamaica							--			--	--	--
	Kenia			--	--		--			--	--	--	--
	México	--			--	--				--			--
	Perú			--			--						--
	Puerto Rico						--						
	Sur Africa			--					--				
	Venezuela			--	--		--	--				--	--
ITALIA	Brasil	--				--							
	Costa Rica					--	--						
	España								--	--	--		
	Israel								--	--	--		
	Puerto Rico											--	
	Sur Africa	--	--	--	--								
NORUEGA	Venezuela				--	--	--	--				--	--
	Brasil	--	--	--								--	--
	Costa Rica				--								
	Guatemala				--								
	Honduras			--									
	Israel								--	--	--		
	México												
	Perú	--	--										
	Puerto Rico												
	Sur Africa			--									
SUIZA	Venezuela				--	--	--					--	--
	Brasil				--	--	--	--					
	Guatemala				--	--	--						
	Honduras						--						
	Kenia			--		--					--		
	Israel								--	--			
	México				--		--	--	--				
	Perú	--	--	--									
	Sur Africa				--								
	Venezuela			--	--	--	--						

Cont..

DESTINO	ORIGEN	MES											
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
SUECIA	Brasil	--	--										
	Colombia						--						
	Costa Rica						--						
	Guatemala						--						
	Guinea				--								
	Honduras												
	Israel								--	--	--		
	México							--	--	--			
	Perú		--										
	Puerto Rico					--	--						
	Sur Africa	--	--	--	--								

La información de enero y febrero se tomó de reportes del año 93, solo como referencia, pues no se dispone de reportes para el 94. Arch.ana.1.95.mangova4

CUADRO 5
 VARIEDADES DE MANGO MAS COMERCIALIZADAS EN
 EL MERCADO EUROPEO, SEGUN ORIGEN, 1994

DESTINO	ORIGEN	VARIEDAD
Alemania	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Keitt
		Kent
	Puerto Rico	Tommy Atkins
		Keitt
Austria	Israel	Kent
		Ngowe
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt
Bélgica	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt
Dinamarca	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt
España	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt
Filandia	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt
Francia	Israel	Tommy Atkins
		Kent
	México	Tommy Atkins
		Keitt
	Brasil	Tommy Atkins
		Keitt

...Cont.

DESTINO	ORIGEN	VARIEDAD
Holanda	Perù	Tommy Atkins
		Tommy Atkins
		Haden
		Tommy Atkins
	Israel	Tommy Atkins
		Haden
	México	Kent
	Puerto Rico	Tommy Atkins
		Keitt
ITALIA	Israel	Tommy Atkins
ESPAÑA	Israel	Keitt
SUECIA	Israel	Tommy Atkins
SUECIA	Israel	Tommy Atkins
	México	Tommy Atkins

Fuente: Elaborado con información del Market News Servic
Arch.ana.1.95.mangova5
02-Feb-95

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

ITC, 1992, Market News Service (MNS), Horticultural Products Report: Mangoes. Ginebra, SUIZA.

ITC, 1993, 1994, Market News Service (MNS), Horticultural Products Report: Ginebra, SUIZA.

LEON, J., 1987. Botánica de los Cultivos Tropicales. IICA, San José, Costa Rica.

MAG, 1991. Aspectos Técnicos sobre Cuarenta y Cinco Cultivos Agrícolas de Costa Rica. San José, Costa Rica.

PIMA, 1990. Mango: Generalidades y los Diferentes Aspectos Técnicos de Mercadeo. San José, Costa Rica.

USDA, 1994. Foreign Agricultural Trade Of the United States (FATUS), USA.

Consejo Nacional de Producción
San José, Costa Rica

Teléfono 223-60-33
Telex 2273 Conapre
Fax: 223-68-29

006

Gerente General

Irlando Dorado B.

17 de marzo de 1995
GG-0701-95

SE TOMA NOTA

(2)

Señores
Miembros de Junta Directiva
Sus Oficinas

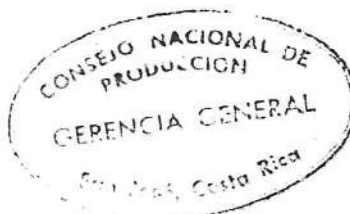


Estimados señores:

Para su información, adjunto fotocopia del Boletín Informativo #2, Feb. 1995 de la Dirección de Mercadeo Agropecuario, referente al aumento en el consumo de la piña en Estados Unidos.

Atentamente,

Irlando Dorado B.



yadi

DIRECCION DE MERCADEO AGROPECUARIO
INTELIGENCIA DE MERCADOS
BOLETIN INFORMATIVO No.2, Feb. 1995
☎ (506)231 4266 Exts.234-235 FAX (506)296 1431 ☎
☐ Apdo 586 1200 Pavas San José ☐

.....
**Algunas consideraciones relacionadas al aumento en el
consumo de la piña en los Estados Unidos.**

Ing.Rodolfo González Fernández

La venta de piña partida o cortada, especialmente a través de las cadenas de Supermercados, ha servido para aumentar el consumo de este producto en los Estados Unidos.

Los trozos de piña y las tajadas procesadas y empacadas en los puertos de embarque y la piña cortada a nivel de detallista, son algunas formas de revolución de la industria de la piña en Los Estados Unidos.

El consumo per cápita de piña en este país, aumentó de 7 libras en 1970 a 1.9 libras en 1992. Se prevé que aproximadamente en cinco años no se venderá ninguna piña entera en los Supermercados de U.S.A. Actualmente, en Cadenas de Supermercados el 50% de las piñas se venden partidas y el otro 50% enteras.

De acuerdo a una encuesta realizada por el periódico "The Packer" un 15% de consumidores manifestaron que estarían en disposición de adquirir piña más frecuentemente si ésta se presentara en forma más adecuada para comer o preparar.

La Empresa "Dole Fresh Fruit Co." en Los Angeles, California, ofrece piña prepartida en trozos y tajadas en empaques de cinco libras para los servicios de comida directa y de 12 y 16 onzas para la venta al detalle.

Por su parte, del Monte Fresh Produce Co. en Miami recientemente introdujo el corazón de piña empacado en una bolsa plástica de 20 onzas. Esto complementa los empaques de 12 y 16 onzas de cuñas y tajadas que actualmente ofrecen.

Asimismo, la empresa del Monte, mantiene un seguimiento sobre las inquietudes del consumidor de piña partida, mostrando un número telefónico impreso en cada bolsa del producto, al cual se puede llamar gratuitamente para realizar consultas o presentar sugerencias.

Los corazones partidos que ofrecen del Monte son cortados frescos en Hawai y transportados vía aérea a los Estados Unidos.

Algunos detallistas exhiben el producto recubierto con hielo para maximizar su ciclo de vida.

La piña prepartida requiere mantenerse lo más cercano posible a los 0° C y en general su manipuleo es sumamente delicado.

De acuerdo a del Monte, el precio actual de Piña al detalle en los E.U, es de \$2.19 para una bolsa de 12 onzas.

Como referencia a continuación se presentan las importaciones de piña en los Estados Unidos durante 1992 y 1993, según procedencia.

IMPORTACIONES DE PIÑA DE LOS ESTADOS UNIDOS EN MILES DE CARTONES DE 20 LIBRAS

PAIS \ AÑO	1993	1992
COSTA RICA	7975	6410
HONDURAS	905	3460
REPUBLICA DOMINICANA	1930	2780
MEXICO	615	1170
GUATEMALA	10	5
COLOMBIA	5	0
PANAMA	5	0

Fuente "The Packer" 23 mayo 1994.

DIRECCION DE MERCADEO AGROPECUARIO

INTELIGENCIA DE MERCADOS

BOLETIN INFORMATIVO

Apdo 586 1200 Pavas San José

(506)231 4266 Exts.234-235

FAX (506)296 1431



LA AGRICULTURA EN EL OJO DE LA GLOBALIZACION

Dr.oec.Pedro A Hernández Fernández
Inteligencia de Mercados - CNP

Las ventajas que le concedió el TLCNA (Tratado de Libre Comercio de Norte América) a México pueden naufragar en el mar tempestuoso de la crisis estructural que experimenta la sociedad mexicana. Sigue sin resolverse el conflicto de los pobladores de Chiapas, que ha conmocionado la comunidad nacional e internacional y las estructuras del partido gobernante. Por otro lado, el PRI no termina de aclarar el asesinato de su excandidato Luis Donaldo Colosio.

En Navidad los mexicanos recibieron del gobierno la liberalización del tipo de cambio del peso mexicano frente al dólar(1) lo que provocó un derrumbe sostenido del peso mexicano. Inmediatamente surgió la preocupación de sus socios mayores en el TLCNA, EUA y Canadá, que exigieron respaldo en pozos petroleros mexicanos para inyectarle la suma 47 mil millones de dólares estadounidenses, y así darle "aire" a la economía mexicana.

En nuestro país, la preocupación creció en diversos sectores. El Gobierno envió una comisión a evaluar la situación y a su regreso anunció que no debemos preocuparnos puesto que lo anterior no va a producir un impacto negativo en nuestra economía. Pero otros sectores, como los industriales, preveen una "avalancha de bienes aztecas que inundaría los mercados centroamericanos"(2).

Las ventajas por cercanía y acceso a los mercados de Estados Unidos que sigue teniendo México en el TLCNA con respecto a Centro América y el Caribe son innegables.

La disparidad en el comercio se mantendrá de por sí, originada en el tamaño de las economías. No es posible igualar economías diferentes, pero si es posible equiparar las condiciones en que comercian.

Incorporarnos al TLCNA sigue siendo un objetivo para Costa Rica, Centro América y el Caribe, aunque es urgente cumplir con algunos requisitos previos, como son:

"modernizar el sistema financiero, avanzar en la integración económica regional, estimular la desgravación arancelaria, garantizar adecuadas condiciones laborales y mejorar la legislación ambiental", según señaló el Canciller de la República de Costa Rica Dr. Fernando Naranjo.(3)

La entrada en vigencia de la ORGANIZACION MUNDIAL DE COMERCIO (OMC) el 1º de Enero de este año, es un elemento nuevo en el ajedrez comercial internacional que podría favorecer a los países pequeños como los Centroamericanos y Caribeños.

Existen nuevas disposiciones para la resolución de los conflictos. Las nuevas reglas no permiten el bloqueo comercial(4), lo cual podría significar un cambio importante, sobre todo para Cuba y su posible incorporación plena a los procesos mundiales de comercialización.

Costa Rica no se ha dejado engolosinar por las corrientes de privatización a ultranza. Un análisis cuidadoso de los procesos de privatización, la preocupación y defensa de diversos sectores de los avances alcanzados, han impedido la privatización de importantes servicios construidos por el pueblo costarricense. Esto no ha impedido que se impulsen importantes procesos de modernización en las instituciones y en diversos sectores de la economía.

Decir que existe una "guerra bananera latino-europea" en el artículo de Luxner (6) es una afirmación que no refleja la realidad. Francia, España y Portugal impulsaron un régimen restrictivo de importaciones basado en cuotas.

Este régimen se ha conocido internacionalmente con el nombre de REGLAMENTO 404. Los países mencionados defienden el banano producido en sus territorios de ultramar, aunque es de baja calidad frente al banano de Centro y Sur América. Costa Rica no está de acuerdo con el REGLAMENTO 404, porque nos perjudica con la restricción comercial, sin embargo, el mismo no es un instrumento comercial de América sino de Europa.

Lo único que existe con relación al banano, es la disconformidad de una comercializadora de con el Reglamento 404. No todo América produce banano, y sólo cuatro de los países productores aceptaron el acuerdo con Europa, en vista de que no existía una mejor opción: Colombia, Costa Rica, Venezuela y Nicaragua.(4)

La agricultura y con ella los pequeños y medianos productores costarricenses se encuentran en el centro de las transformaciones globales. Hoy, un agricultor costarricense no puede producir "cualquier cosa" para la exportación.

Primero debe pensar en el mercado donde va a colocar el producto y producirlo con las características que ese mercado demanda.

El agricultor que produzca para los mercados internacionales debe reunir condiciones de alta calidad (tamaño, color, sabor, textura, etc) y de presentación (embalaje, etiquetado y empaque) del producto debe ser excelente.

El país debe ser valorado por su competitividad, eficiencia y calidad de sus recursos humanos y por los productos de primera calidad que estos producen. Nos incorporamos aceleradamente a los sistemas modernos de comunicación, de la informática y de las innovaciones tecnológicas. Esperamos que nos valoren por la eficiencia en nuestra producción y que no clasifiquen nuestros productos como de baja calidad, solamente para reprimir los precios.

La incertidumbre que ha generado la globalización de las economías en la agricultura ha impulsado procesos de modernización en las instituciones del sector agropecuario para atender mejor las necesidades del sector.

- (1) La Nación, 23.12.94
 - (2) Economía y Negocios, La Nación, 27.01.95.
 - (3) La Nación, 30.01.95.
 - (4) Economía y Negocios, La Nación 9.01.95
 - (5) La República 01.02.95
 - (6) Larry Luxner, The Packer, Special Report: Global Produce, Oct. 10. 1994.
-