

Perfil Comercial Tomate

Guatemala, septiembre 2014

Presentación

El Proyecto AdA-Integración “Proyecto de Facilitación de la Participación de Guatemala en el Proceso de Integración Regional y en el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la UE”, con financiamiento de la Unión Europea, a través del Ministerio de Relaciones Exteriores –MINEX- apoyó al Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación –MAGA- en la elaboración de perfiles comerciales de productos agropecuarios.

Por tal motivo, la empresa EURECNA elaboró 15 perfiles comerciales de los productos siguientes: Aguacate, Arveja china, Bayas, Cacao, café diferenciado, camarón, cardamomo, ejote francés, limón, mango, miel, papaya, tilapia, tomate y yuca.

Los presentes perfiles comerciales tienen la finalidad de ser un marco de referencia que introduzca al productor y exportador al mercado de frutas y vegetales de la Unión Europea. Particularmente dar una visión del mercado en la Unión Europea, poniendo relevancia e identificando quienes forman parte en la distribución y comercio de estos productos, que oportunidades de negocio presentan los productos guatemaltecos, cómo debe abordar este mercado, cuál es el segmento del mercado que deben enfocarse, cuáles son sus mejores alternativas de comercialización, etc.

Para ello, cada perfil comercial contiene una caracterización del producto: la identificación internacional de la partida arancelaria, la descripción botánica y variedades comerciales, la descripción de los mercados en la Unión Europea y Centroamérica.

En la descripción de los mercados, se indica el origen de las importaciones del producto, así como el comercio exterior (exportaciones e importaciones) del mismo producto dentro de los países que integran estas 2 regiones o bloques comerciales. Se describen los canales de distribución del mercado de la Unión Europea para frutas y vegetales frescos, que incluyen algunos compradores de estos productos. Además se indican los requisitos para las importaciones del producto de la región europea.

También se incluyen las estadísticas de las exportaciones del producto de Guatemala hacia los países centroamericanos, y los requisitos para importar el producto guatemalteco en la región centroamericana.

Por último, se establecen las oportunidades del producto en el mercado europeo.

Tomate¹.

El tomate, (*Solanum lycopersicum*), está identificado internacionalmente bajo la sub partida arancelaria 070200. Está considerada como la hortaliza más importante del mundo, dada la variedad de usos y su generalizado consumo. Perteneciente a la familia de las solanáceas, es originario de la América andina, pero fue en México donde se adaptó para el cultivo, y posteriormente fue llevado por españoles y portugueses al resto del mundo.



Fuente: Foto tomada de Google imágenes

Existe una amplia variedad de tomates, y su consumo se reparte en dos grandes grupos de acuerdo con su uso, se puede hablar de tomates para consumo en fresco, consumiéndose como fruta, o de diversas formas en ensaladas acompañando otros vegetales, o utilizando algunas variedades pequeñas como el cherry combinándolo con quesos, o en preparaciones caseras para acompañar multitud de platos, etc.

El segundo gran uso del tomate es para la industria, donde debido a sus innumerables características de sabor, dulzura, acidez, color, sólidos, etc. se ha posicionado como el rey de las salsas y pastas para combinar en diversas preparaciones culinarias.

Las formas del tomate son múltiples, dependiendo de la variedad, pasando desde las formas oblongas hasta las más achatadas, y en una amplia gama de coloraciones que cubren el rojo, el verde e incluso el amarillo en las más recientes variedades.

En términos generales la producción mundial de tomate está en permanente aumento, no solo como consecuencia del incremento de las áreas cultivadas, sino de forma muy especial por la mejora en los avances tecnológicos que permiten incrementar los rendimientos con nuevas variedades, y formas de cultivo, como los desarrollos logrados bajo invernaderos.

Europa comercializa en torno al 50% de todos los tomates del mundo, donde se destaca España como principal exportador mundial de tomate, incluyendo tomates para industria, seguido muy de cerca por Holanda en cuanto a la comercialización. De hace unos años para acá, la República Checa a conseguido importantes avances en la producción de tomates para su venta al resto de Europa.

¹ Elaborado por Valentín Díaz. ATI UE.

Otro país de gran importancia en el volumen mundial de producción, especialmente en los últimos años, es Marruecos, donde se han instalado varias empresas españolas para dedicarse desde allí al suministro de tomates en Europa.

Descripción de los mercados

Mercados Europeos

Generalidades

Durante 2012, en la Unión Europea (UE) se importaron más de 350.700² toneladas de tomates, siendo los principales proveedores por su orden en toneladas:

- Marruecos con 267.319
- Turquía con 38.562
- Israel con 16.036
- Senegal con 9.561

Durante 2012, Guatemala no exportó tomates a la Unión Europea, y de toda la región, solo lo hizo Costa Rica, exportando a Francia 160 toneladas. Otro país de la zona muy activo en las exportaciones, es República Dominicana, con 1.072 toneladas.

Mercado en la Unión Europea.

Dentro de la Unión Europea, España es el principal productor mundial de tomates, y exporta a toda la región. Durante 2012, produjo 923.200 toneladas, de las que los principales clientes fueron Alemania, Francia, Reino Unido y Holanda.

A pesar de que Europa es un gran productor de tomates, existe una ventana de importación que cubre especialmente con importaciones de algunos países vecinos, entre los que destaca de forma sobresaliente Marruecos.

Las importaciones desde países de América en general, son meramente testimoniales, debido a que los costes de transporte encarecen significativamente el producto haciendo inviables operaciones a gran escala.

Las importaciones de tomates registradas en los últimos diez años desde países de América no son relevantes, desde otros orígenes, los principales países importadores, con volúmenes en toneladas son:

- Francia con 301.879
- Reino Unido con 34.900
- Holanda con 19.225

² Toda la información estadística de los mercados de la UE obtenida para este perfil comercial, ha sido tomada de: www.exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES , actualizada a mayo de 2014.

- España con 19.224

En las cifras anteriores no se incluyen las importaciones desde la misma UE, que como está aclarado, son las más importantes.

Algunos compradores de productos hortícolas para los países europeos son:

- 4 Life Organics, Rhustorf, <http://www.4life-organics.de>
- Alara Wholefoods Ltd. <http://alara.co.uk>
- Alfred Galke GmbH. <http://www.galke.com>
- Prats Fuits, S.L. www.pratsfruits.com
- Rapunzel naturkost AG. <http://rapunzel.de>
- Gepa. <http://www.gepa.de/home.html>
- Para una lista más completa, puede visitarse el sitio de Biofach³, la feria más importante del sector de los productos orgánicos en Europa: <http://www.ask-biofach.de/index.php5?path=Home&Action=home>.

Distribución

La distribución del tomate⁴ desde la producción agrícola hasta el consumidor final, involucra a muchos actores proveedores tanto de materias primas como de servicios, cuya gama pasa por plásticos, cartones, ceras, etiquetas, cadena de frío y transporte, importadores, distribuidores mayoristas y los minoristas que ponen el producto en las manos de los consumidores.

La UE cuenta con diversos organismos que proveen de forma gratuita información a los exportadores de terceros países como Guatemala, sobre los canales de distribución y los mercados para diversos productos, entre los que se encuentra el tomate; entre esas fuentes de información, destaca el Centro para la Promoción de las Importaciones desde Países en Desarrollo, CBI⁵.

En el caso de los productos orgánicos, intervienen todas las entidades de certificación y control de los productos, así como las autoridades que controlan de forma adecuada los productos de exportación.

La mayoría de las cadenas de distribución minorista exigen a los proveedores certificaciones privadas que en ningún caso son de carácter obligatorio para vender en la UE, por lo que se recomienda la búsqueda activa de alternativas comerciales que no requieran este tipo de certificaciones privadas que con frecuencia encarecen los costes de producción, y no siempre compensan el esfuerzo del productor al momento de negociar los precios de venta.

Algunos de los canales alternativos de comercialización en Europa, al margen de las grandes cadenas, son las redes de mercados mayoristas existentes en todos los países europeos, una de

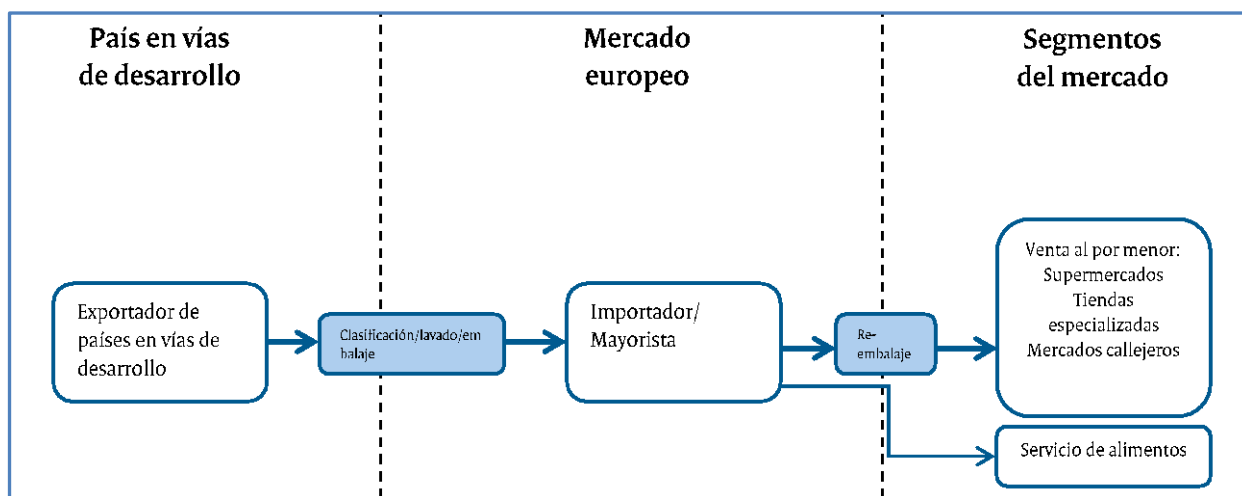
³ Este sitio Web provee una lista de cerca de 1800 clientes potenciales de todo el mundo, pero principalmente de la UE. Todos ellos participantes de la última edición de la feria de productos orgánicos más importante de la región y una de las más importantes del mundo.

⁴ Cadena productiva de las hortalizas. CBI 2014.

⁵ Mayor información sobre inteligencia de mercados, sistemas de distribución, etc., puede encontrarse de forma gratuita en el sitio Web: http://www.cbi.eu/marketintel_platform/fresh-fruit-vegetables/136122.

las cuales es la española MERCASA⁶ donde puede encontrar la lista de compradores especializados en cada producto.

Canales del mercado de la UE para frutas y vegetales frescos



Fuente: Base de datos de información CBI

Adicionalmente, es importante saber que hay dos ferias muy destacadas en el ámbito de la comercialización de frutas y hortalizas en Europa, la más importante se celebra anualmente en febrero, en la ciudad de Berlín, y se llama Fruit Logistica⁷, navegando a través de su Web, puede verse el nombre de los expositores, donde pueden encontrarse compradores de todo el mundo, que a la vez son potenciales clientes. El otro evento importante, se realiza en Madrid, usualmente en octubre de cada año, se llama Fruit Attraction⁸ y visitando su Web se puede descubrir el nombre de los participantes.

Es importante señalar, que no siempre es conveniente participar en las ferias como expositor, especialmente para los productores medianos y pequeños, puede resultar muy atractivo participar en la feria como visitante, recorrer detalladamente los pasillos y pedir citas con los compradores que puedan parecer interesantes para ofrecerles los productos. El hecho de participar como expositor, además del coste que representa, con frecuencia limita la capacidad de moverse y establecer contactos, además de estar sujeto al papel pasivo de recibir las visitas de los potenciales interesados.

Requisitos de entrada de los tomates frescos en la UE

Con el fin de asegurar el más alto nivel de protección de los consumidores europeos, existe una serie de requisitos orientados a garantizar que los productos alimenticios importados, incluyendo los productos frescos, cumplen con aspectos relacionados con el control de los niveles de contaminantes generados por el uso de agroquímicos, el agua, o el uso previo de los suelos. Estos requisitos deben tenerse en cuenta durante todas las etapas involucradas en la producción, empaquetado, transporte, comercialización, etc. antes que el producto pueda ser

⁶ Para visitar la Web de MERCASA visite el siguiente enlace: www.mercasa.es.

⁷ El folleto de la edición 2015 puede verlo en: http://www.fruitlogistica.de/media/fl/fl_media/fl_pdf/FRUIT_LOGISTICA_Folleto_Expositores_ES.pdf.

⁸ La información de Fruit Attraction 2014, se puede ver en: http://www.ifema.es/fruitattraction_01.

puesto a disposición de los consumidores finales.

Adicionalmente al cumplimiento de los requisitos fitosanitarios descritos adelante, en el caso del tomate, dada la importante producción europea, la importación de tomates está en la lista de productos sujetos a contingentes⁹, por lo que debe solicitarse previamente un cupo para poder acceder a las exportaciones de tomate a la UE.

Por lo anterior, es necesario considerar antes de pensar en exportar, que se está en disposición de cumplir especialmente con los siguientes requerimientos¹⁰, los cuales no son una lista exhaustiva, pero si cubre los requisitos más importantes:

- Reglamento UE 1881 de 2006, en que se fijan los niveles máximos de residuos de contaminantes¹¹ en la UE.
- Reglamento UE 1107 de 2009 y otros complementarios, sobre el uso de sustancias activas en pesticidas utilizados para la protección de las plantas. Existen productos autorizados¹² por cada especie, así como sustancias activas que tienen establecidos Límites Máximos de Residuos (LMR), Reglamento UE 396 de 2005; Límites máximo sde contaminación radiactiva, Reglamento UE 3954 de 1987 y otros complementarios; los cuales deben cumplirse.
- Reglamento UE 852 de 2004¹³, por el que se establecen las normas generales de higiene¹⁴, entre las que se destacan la obligación general en toda la cadena de trabajar con un sistema basado en HACCP¹⁵, las normas de higiene en la producción primaria, los criterios microbiológicos¹⁶
- Reglamento UE 1829 de 2003 y complementarios, sobre el uso de semillas y alimentos genéticamente modificados¹⁷.

⁹ Toda la información sobre los contingentes de importación a la UE, puede verse en forma detallada, a través del enlace:

http://exporthelp.europa.eu/thdapp/display.htm?page=it%2fit_Quotas.html&docType=main&languageId=en&newLanguageId=ES.

¹⁰ El sitio Web: <http://eur-lex.europa.eu/homepage.html> de la UE, proporciona de forma gratuita toda la legislación europea en sus versiones más actualizadas. Basta conocer el número del documento para hacer una búsqueda fácil en este enlace.

¹¹ Más información disponible sobre el control de contaminantes en la UE, disponible en el enlace: http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/contaminants/fs_contaminants_final_web_en.pdf.

¹² La lista actualizada de productos químicos autorizados por especie, puede consultarse en: http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu14_02v001/eu/auxi/eu_heapestires_positive_EU_list.pdf, al igual que la lista de sustancias activas y sus LMR en: http://ec.europa.eu/sanco_pesticides/public/?event=homepage.

¹³ En este enlace se ofrece una guía de cumplimiento de este Reglamento, actualizada en 2012: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_852-2004_es.pdf.

¹⁴ En este enlace puede verse la nueva guía de 2014 relativa a los requisitos sanitarios de importación a la UE.: http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf.

¹⁵ En este enlace se ofrece una Guía de la Comisión Europea sobre la facilitación para la implantación del HACCP: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/guidance_doc_haccp_es.pdf.

¹⁶ Los criterios microbiológicos están establecidos en el Reglamento UE 2073 de 2005.

¹⁷ Ver preguntas y respuestas frecuentes sobre OGM en: http://ec.europa.eu/food/food/biotechnology/gmfood/qanda_en.htm.

- Reglamento UE 1935 de 2004, sobre materiales en contacto con los alimentos¹⁸.
- Reglamento UE 1169 de 2011, sobre normas de etiquetado.
- Reglamento UE 178 de 2004, especialmente en lo relativo a la trazabilidad.

Para información más completa y actualizada de los requisitos de importación a la UE en español, puede dirigirse al Ministerio de Agricultura¹⁹ de España.

Adicionalmente al cumplimiento de los Reglamentos anteriores, es necesario contar con el Certificado Fitosanitario, expedido por la autoridad competente local.

El importador, debe estar autorizado para importar este tipo de productos a la UE, a través del Registro Sanitario, ya que es el importador el último responsable ante la UE en caso de presentarse cualquier problema con el producto importado.

En términos generales, es obligatorio tener implantado un sistema basado en el HACCP y un adecuado sistema de trazabilidad para poder exportar a la UE, el contar con estos dos requisitos bien implantados, asegura en la mayoría de los casos, el cumplimiento de los demás reglamentos antes indicados.

Para el caso de los productos obtenidos bajo producción ecológica, procedimiento que es también voluntario, los productos así obtenidos deben asegurar el cumplimiento de todas las disposiciones vigentes a este efecto, establecidas en el Reglamento UE 834 de 2007.

Para ver información más detallada, incluyendo aspectos de aranceles, cuotas de exportación, cuotas de IVA de importación en cada país, etc. puede visitar el Export Helpdesk²⁰, herramienta gratuita de la UE que facilita toda la información necesaria a los interesados en exportar hacia la Unión Europea.

Mercados Centroamericanos

Generalidades

Los mercados del tomate en Centroamérica han sido los más importantes para la producción de Guatemala, donde tradicionalmente se ha podido tener una presencia permanente durante los últimos diez años. No obstante, a pesar de haber más que duplicado el volumen de las exportaciones en los últimos 3 años, al pasar de 26.600 toneladas exportadas en 2009, a casi 53 mil en 2013, los ingresos por estas ventas solo se han incrementado de 4 millones a 5,6 millones de dólares en 2013, un 40% más, lo cual invita a hacer una reflexión sobre la necesidad de mejorar la calidad del producto de exportación para mantener su precio de venta.

¹⁸ Ver preguntas y respuestas frecuentes sobre envasado de alimentos en: http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/qanda_booklet_en.pdf.

¹⁹ Puede solicitar información a través de los e-mails: inspfito@magrama.es / sgsveget@magrama.es, o visitando la Web: <http://www.magrama.es/es/agricultura/temas/sanidad-vegetal/default.aspx>.

²⁰ Para el Export Helpdesk visite: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageId=ES>.

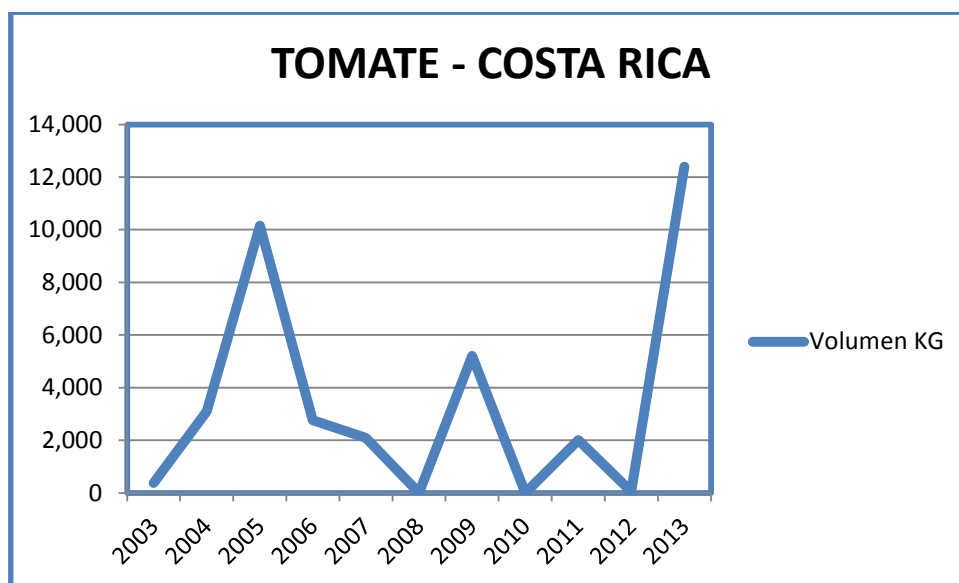
Mercado del tomate en Centroamérica

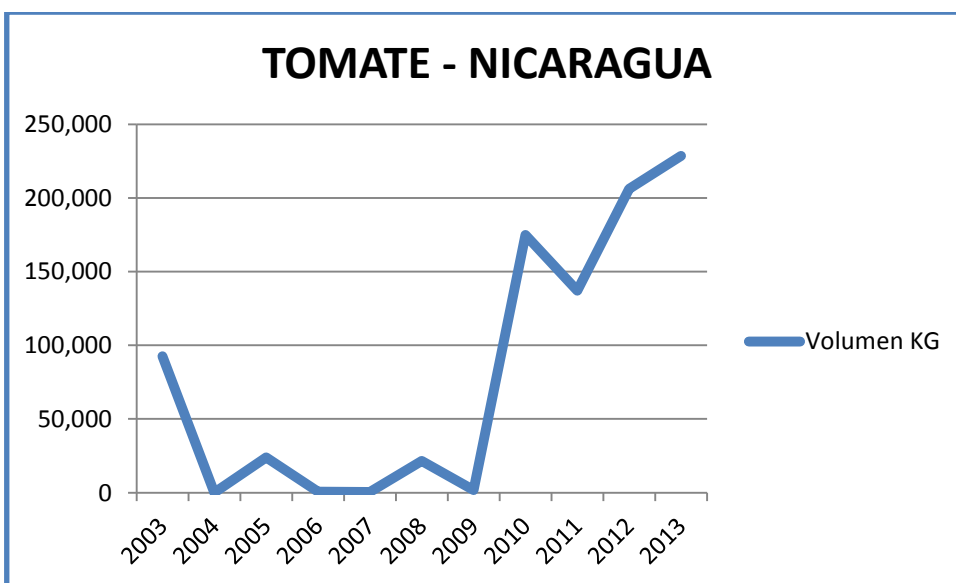
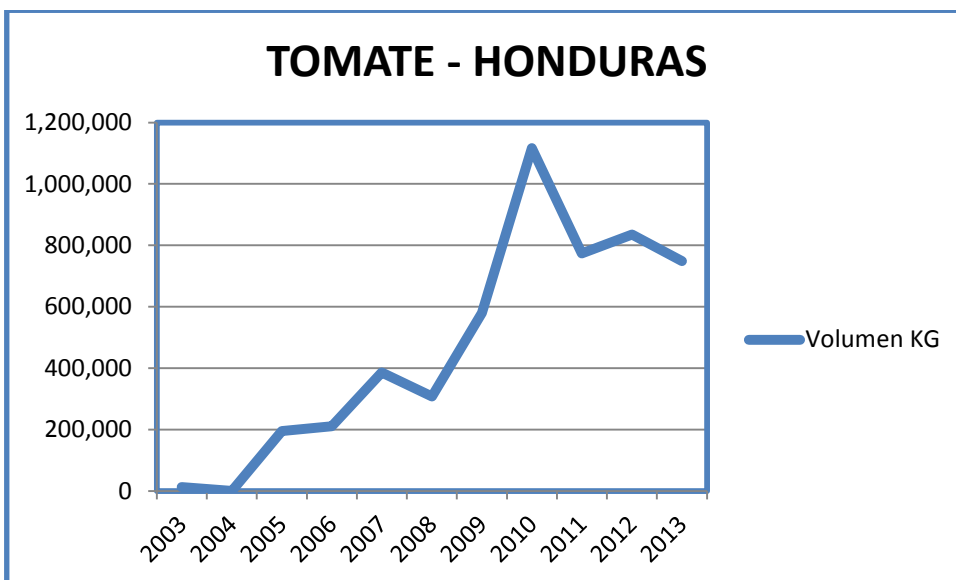
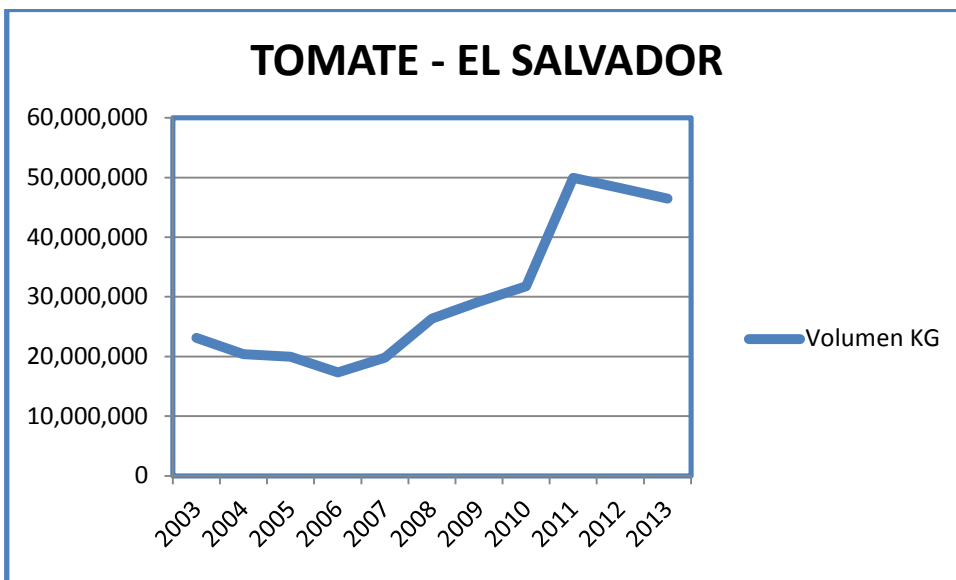
De acuerdo con las estadísticas registradas por Guatemala en la SIECA, durante el año (2013), Guatemala ha registrado exportaciones de tomate al resto de la región, por valor de, USD 5,64 millones, correspondientes a 52.973 toneladas.

El comportamiento de las exportaciones durante los últimos diez años, puede apreciarse en los gráficos que se muestran adelante, y de la revisión de las cifras estadísticas puede concluirse que el volumen de mercado ha presentado un crecimiento importante, especialmente durante los últimos dos años, aunque el valor reportado en dólares no ha tenido un crecimiento similar, de donde se infiere que los precios han venido en retroceso.

Una de las posibles causas de esta situación, es el incremento de enfermedades del tomate que están afectando de forma significativa a los productores nacionales, especialmente con el incremento de las virosis del tomate, lo cual resta calidad al producto final y afecta de forma significativa los precios.

Los siguientes gráficos muestran el comportamiento de los flujos comerciales regionales, para el tomate originado en Guatemala.





Fuente: Autor a partir de datos de SIECA

Distribución

El mecanismo comercial es más o menos similar para todos los productos hortofrutícolas en la región, se trabaja a partir de la demanda que realizan los mayoristas del país de destino, quienes fijan las condiciones de calidad y precio del producto. Una vez acordadas las condiciones, se envía el producto para que el mayorista del país importador coloque el producto en los mercados, de acuerdo con sus pedidos.

De forma excepcional, algunos productores de Guatemala contactan directamente con los comercializadores, de forma que exportan el producto para ser comercializado bajo su riesgo en los países donde se exporta.

De acuerdo con la opinión de varios directivos de asociaciones productoras de tomates, es necesario fortalecer la capacidad de mejorar las condiciones sanitarias del producto nacional, a fin de poder fortalecer la presencia guatemalteca en el mercado regional del tomate.

Requisitos de entrada del tomate en Centroamérica

Los requisitos de importación de tomates, desde Centroamérica para el producto Guatemalteco, se imita al certificado fitosanitario expedido por la autoridad competente del país de origen.

Conclusiones

Considerando los elementos anteriores, se recomienda que los productores de tomates de Guatemala se centren en fortalecer su presencia en los mercados regionales, manteniendo especial atención a la calidad de los productos, de forma que pueda obtenerse un mejor producto que garantice un precio alto en los mercados. No debe perderse de vista que el esfuerzo productos ha de centrarse en la mayor obtención de beneficios económicos de los productores, antes que en la producción de muchos kilos con poca calidad que no representan beneficios a los productores.

Resulta de la mayor importancia prestar la máxima atención a los problemas fitosanitarios que actualmente tienen las producciones nacionales, especialmente las realizadas en campo abierto, más susceptibles a enfermedades y virosis, y cuyo control es aún más difícil que bajo cualquier tipo de cubiertas tipo invernadero.

Las posibilidades en entrar con tomates de Guatemala en el mercado de la UE se consideran extremadamente bajas, y no se recomienda realizar esfuerzos adicionales por incursionar en este mercado.