

Mercado norteamericano para nueces orgánicas & convencionales

Elaborado por:



Proyecto financiado por:



Proyecto ejecutado por:



SOBRE ESTE ESTUDIO

Este estudio es un producto de ECOMERCADOS, un proyecto financiado por SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza) y ejecutado por INTERCOOPERATION (Fundación Suiza para el Desarrollo y la Cooperación Internacional) que inició operaciones en la región Centroamericana (en Nicaragua y Costa Rica) a partir del 2005.

El objetivo principal del proyecto es promover la comercialización de productos orgánicos y del comercio equitativo, y su incremento en los mercados de exportación, regional y local, fomentando el acceso de pequeños y medianos productores,

a fin de contribuir con el aumento en sus ingresos y mejores oportunidades de empleos.

Este estudio fue elaborado por Dr. Bernard Kilian, Gerente de Producción e Investigación de Fundación CIMS, y Lloyd Rivera, Analista de Mercados del Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles (CIMS).

Para más información referirse a:

info@cims-la.com

Teléfono: (506) 437-2200

Página Web: www.cims-la.com

Septiembre 2005

RESUMEN EJECUTIVO

El factor crítico a considerar en la industria de las nueces, es que las mismas son vendidas primordialmente mixtas. Esto causa una gran interdependencia en cuanto a los precios y la demanda por el producto. Este aspecto puede limitar o impulsar el consumo de nueces poco conocidas, limitar la compra de nueces por razones de precio, y manipular el consumo interno de nueces en general. Lo anterior debido a que las nueces son consideradas por el consumidor como un producto de alto valor.

El consumo de nueces es impulsado por la promoción de sus atributos como el contenido de aceites importantes para el funcionamiento del organismo. También por su alto contenido de fibras y minerales. Sin embargo, el mayor impulsor de consumo es el precio. Las nueces mixtas son un producto con una demanda altamente elástica, por lo cual la industria de nueces orgánicas difícilmente obtendrá un premio o valor adicional.

Actualmente en Estados Unidos (EE. UU.), la industria local no le ha apostado a la producción de nueces orgánicas; mismas que serían la base de las nueces mixtas y por ende las promotoras de mayor demanda de nueces tropicales orgánicas. Por otra parte, el consumidor cuenta con dos factores limitantes del consumo:

1. El consumidor promedio de productos orgánicos en EE. UU. tiene dos factores generales que lo motivan a consumir orgánico: preocupación ambiental y la salud. El público en general no asocia la producción de nueces

con uso de agroquímicos, por lo que los factores ambientales quedan descartados. Los que se preocupan por su salud, consideran que las gruesas cáscaras de las nueces son capaces de cuidar el producto del ingreso de pesticidas; además desconocen que las nueces requieran de agroquímicos.

2. El alto valor de las nueces causa que muy pocos consumidores estén dispuestos a pagar un precio adicional al precio de las nueces convencionales. Esta es la principal limitante del crecimiento del mercado de nueces orgánicas.

Para que el mercado de nueces orgánicas pueda crecer, debe existir disponibilidad de una variedad amplia de producto para poder hacer las mezclas. Al mismo tiempo, es de vital importancia que los miembros de la industria sean concientes de que los diferenciales de precio no pueden ser elevados, y en la medida de lo posible ofrecer los mismos precios que la industria convencional.

Por lo anterior, si los productores locales (EE. UU.) de nueces no invierten en producción de nueces orgánicas, es posible que la industria no llegue a crecer de manera significativa por el momento. Tal es el caso del panorama actual.

SIGLAS

CIMS	Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles Sustainable Markets Intelligence Center	ITC	Centro Internacional de Comercio International Trade Center
EE. UU.	Estados Unidos de América United States of America	NBJ	Revista de Nutrición y Negocios Nutrition Business Journal
ERS	Servicio de Investigación Económica Economic Research Service	NOP	Programa Nacional Orgánico National Organic Program
FAS	Servicio de Agricultura Exterior Foreign Agriculture Service	NOS	Servicio Nacional Orgánico National Organic Service
HTSUS	Esquema Armonizado de Tarifas de los Estados Unidos Harmonized Tariff Schedule of the United States	USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos United States Department of Agriculture

TABLA DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS	6
2.	SITUACIÓN ACTUAL	7
2.1.	Mercado de nueces convencionales	7
2.2.	Análisis de la demanda y consumo interno	7
2.2.1.	Análisis de la demanda de coco	7
2.2.2.	Análisis de la demanda de semilla de marañón	8
2.2.3.	Análisis de la demanda de macadamia	8
2.3.	Mercado de las nueces orgánicas	9
3.	ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ACTUAL DEL MERCADO Y POTENCIAL DE CRECIMIENTO	10
4.	COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS	11
5.	ANÁLISIS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	13
6.	REQUISITOS Y REGULACIONES PARA LA IMPORTACIÓN	14
7.	CONCLUSIONES	15
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	17
9.	ANEXOS	18

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En Estados Unidos (EE. UU.), el consumo de nueces se ha visto estimulado por la divulgación de información acerca de los beneficios que tiene la ingestión de nueces para una dieta balanceada y saludable. (ERS, 2005). Adicionalmente, en este país el consumo de productos orgánicos está siendo estimulado de manera importante, logrando resultados en los hábitos de consumo de los estadounidenses. Tanto que se ha estimado que casi la totalidad de los hogares estadounidenses en algún momento han comprado productos orgánicos (NBJ, 2004).

Generalmente las nueces se comercializan en paquetes que contienen nueces mixtas. Es por ello que para los empacadores es muy importante contar con nueces como las tropicales, para poder ofrecer distintos sabores en la mezcla. Entre las nueces tropicales las más comercializadas en EE. UU. son: las macadamias, las nueces de Brasil, las nueces de marañón y el coco.

Los proveedores centroamericanos de nueces son: Costa Rica (macadamia y coco), El Salvador (semilla de marañón), Guatemala (semilla de marañón y macadamia), Honduras (semilla de marañón) y Nicaragua (semilla de marañón). Adicional a lo anterior, algunos consideran que la región tiene capacidad de producir más de estas nueces, e incursionar con algunas otras.

La presente publicación fue elaborada por medio de una investigación de las principales fuentes de información para esta industria (Internet y bibliografía); considerando importantes publicaciones de las organizaciones encargadas de la información de este tipo (por ejemplo, ERS y FAS). Con el objetivo de corroborar la información, también se hicieron consultas a diversos actores de la industria de nueces, tanto convencionales como orgánicas. La información disponible fue recopilada en el año 2005.

Cuenta con una sección inicial que presenta la situación actual del mercado; a partir del Mercado de nueces convencionales e información de miembros de la industria. La segunda sección consiste en la estimación del tamaño del mercado y su potencial de crecimiento. Seguidamente, se cuenta con una sección de precios que cuenta con información de los precios de las nueces orgánicas, en sus distintas presentaciones, así como sus homólogas en la industria convencional a manera de referencia y comparación a la vez. A continuación se presenta un análisis de los canales de comercialización, que incluye información sobre los principales actores de la industria. Y finalmente una sección que informa al lector sobre los requisitos y regulaciones para el ingreso a EE. UU.

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1. MERCADO DE NUECES CONVENCIONALES

Según el Fruit and Tree Nuts Yearbook, 2004 (Anuario sobre Frutas y Nueces de Árboles), el uso más frecuente de las nueces es en los llamados “snacks” o meriendas. Por lo general las nueces son vendidas mezcladas y se comercializan tanto en supermercados como en cines y pequeñas tiendas, también conocidas como “tiendas de conveniencia”. Así mismo, el mercado de snacks ofrece los precios más altos por las nueces. Sin embargo, para poder vender nueces a este mercado, es necesario cumplir con características rigurosas en cuando a la calidad.

En el año 2004, el comercio de nueces provenientes de árboles (excluyendo el maní) ascendió a US\$ 3,250 millones; 32% más alto que el año pasado y el valor más alto registrado (ERS, 2005). Lo anterior quiere decir que existe una tendencia al aumento en el consumo de nueces, pero algunos miembros de la industria consideran que es una buena muestra de lo que se pudiera dar en los próximos tres años.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y EL CONSUMO INTERNO

Entre las nueces consumidas en EE. UU., las nueces tropicales son de gran importancia. A pesar de que éste es un país productor de nueces de diversos tipos, en las mezclas de nueces para snacks, las nueces tropicales tienen un papel importante por su sabor y precio. Las más usadas en las mezclas son: la de marañón, la macadamia, la nuez de Brasil y el coco. Los cuatro tipos de nuez mencionados anteriormente son las nueces tropicales de mayor peso en el mercado estadounidense. Entre ellas, solamente la nuez de Brasil no es exportada desde Centroamérica a los EE. UU. en volúmenes considerables.

A continuación se presenta el volumen y el valor de las importaciones, y el precio CIF promedio pagados por cada una de las tres nueces que exporta Centroamérica a EE. UU. Se debe dar particular importancia a los precios pagados de acuerdo con el país de origen. Según los importadores, hay mucha relación entre la reputación en cuanto a la calidad que tenga el origen de la nuez y el precio que se paga por ella, a pesar de que esta información no llega hasta el consumidor sino que se queda en el importador.

2.2.1. Análisis de la demanda de coco

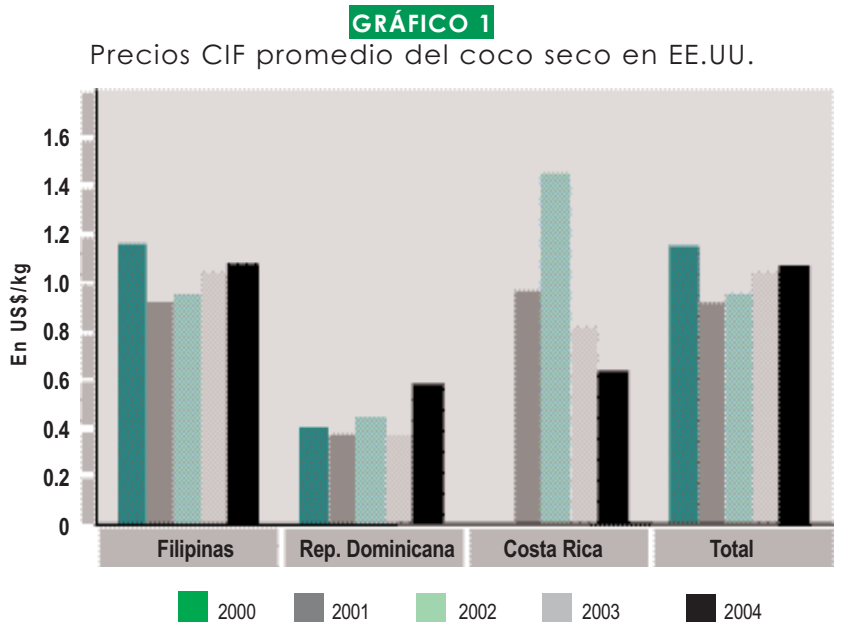
Sobre la Tabla 1 se debe dar particular importancia a las fuertes fluctuaciones tanto en los volúmenes importados

TABLA 1
Volumen y valor de las importaciones de coco seco en EE.UU

	Volumen miles de TM	Valor mill de US\$	Precio US\$/kg
2000	63,30	57,05	1,11
2001	62,20	45,01	1,38
2002	63,72	47,77	1,33
2003	65,54	52,83	1,24
2004	61,15	49,97	1,22

Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

como en el precio pagado por el coco; pasando de 1,11 a US\$ 1,38/kg sólo en los años 2000 y 2001. A pesar de que en el año 2003 los precios del coco estuvieron considerablemente altos, y las importaciones fueron fuertes, en el año 2004, los precios experimentaron una leve baja, y el volumen de importaciones sufrió una caída de más de cuatro mil toneladas. Esta baja se debe a que este país contaba con una cantidad de coco almacenada que limitó las importaciones. Al mismo tiempo, países como Sri Lanka sufrieron fuertes bajas en su producción, debido a la alta producción en temporadas de



Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

TABLA 2

Volumen y valor de las importaciones de semilla de marañón en EE.UU

	Volumen miles de TM	Valor mill de US\$	Precio US\$/kg
2000	78,85	423	5,37
2001	83,64	348	4,17
2002	95,98	358	3,73
2003	102,19	386	3,78
2004	130,50	548	4,20

Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

cosecha anteriores (la planta debe pasar por un proceso de recuperación en el que no puede producir tanto como antes), y un problema de ácaros en las plantaciones (Central Bank of Sri Lanka, 2004).

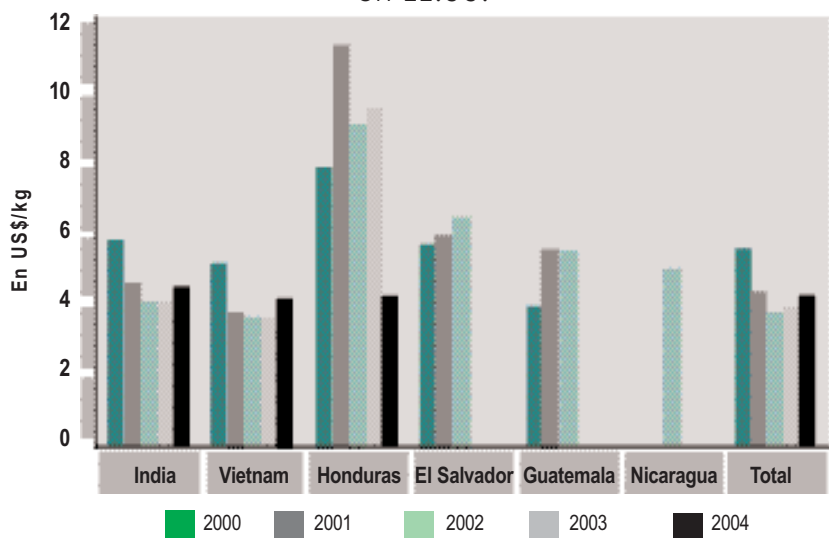
Es importante considerar que, a pesar de que Filipinas es el mayor proveedor de coco seco al mercado estadounidense, ha obtenido precios CIF considerablemente mayores a los de República Dominicana y a los recibidos por Costa Rica en los últimos años. Lo anterior, a pesar de que por lo general el mayor proveedor es el que recibe menores precios por volúmenes de compra.

2.2.2. Análisis de la demanda de semilla de marañón

Las importaciones de semilla de marañón han crecido de manera constante durante los últimos cinco años,

GRÁFICO 2

Precios CIF promedio de la semilla de marañón en EE.UU.



Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

pasando de 79 mil en el 2000 a 130 mil toneladas anuales en el 2004. Por su parte, los precios se han mantenido fluctuantes en este período.

Del Gráfico 2, cabe destacar los precios obtenidos por Honduras para la semilla de marañón. En los últimos años, los precios pagados a los hondureños llegaron a ser el doble de los obtenidos por los mayores proveedores del mercado, y cerca de un 50% superior al obtenido por sus países vecinos. Esto se debe a que este país se ha ocupado de la calidad de la semilla, por lo que logra obtener precios mayores, gracias a que el valor de nueces enteras, con el tamaño, color y demás características deseables, obtiene un precio substancialmente mayor que el de las demás clasificaciones del marañón. Tanto que Honduras llegó a obtener un precio 140% superior al precio promedio mundial adquirido por EE. UU. (CIMS, 2005). A pesar de lo anterior, en el año 2004, los precios obtenidos bajaron hasta alcanzar los niveles promedio de la industria; principalmente porque la diferenciación en cuanto a calidad parece haber sido descuidada.

2.2.3. Análisis de la demanda de macadamia

Las importaciones de macadamia en el 2003 y el 2004 aumentaron aceleradamente; pasando de menos de 5 mil toneladas por año en el 2002, a más de ocho mil en el 2004 (ver Tabla 3). Asimismo, como se discutirá con mayor profundidad en el capítulo correspondiente, los precios han venido recuperándose últimamente.

TABLA 3

Volumen y valor de las importaciones de nuez de macadamia en EE.UU

	Volumen miles de TM	Valor mill de US\$	Precio US\$/kg
2000	5,66	35,29	6,23
2001	5,12	32,29	6,31
2002	4,42	28,66	6,48
2003	6,41	53,53	8,35
2004	8,41	92,93	11,05

Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

Los precios de la macadamia, en términos generales, han ido creciendo en los últimos cinco años. Este producto parece ser prometedor en cuando a los precios a corto plazo. Además, como se aprecia en la Tabla 3, los volúmenes de importación también han aumentado últimamente. Sin embargo, es importante considerar el efecto de países como Kenya, que han aumentado su aporte al mercado estadounidense de manera sorprendente en los últimos cinco años.

En general, la demanda de nueces ha aumentado en los últimos años. El consumo pasó de cerca de 1,13 a 1,33 kg/persona/año. Adicional a esto, el mayor incremento se dio en la categoría de “otras nueces”; grupo al que pertenecen las nueces de marañón y la nuez de Brasil, seguido por otros grupos de nueces entre las que se encuentra la macadamia (USDA, 2004). A pesar de lo anterior, se debe considerar que las nueces, si no cuentan con un uso exclusivo, pueden ser reemplazadas con relativa facilidad. Por ejemplo, en las nueces mixtas no es indispensable contar con nueces de Brasil, o con macadamias, estas pueden ser reemplazadas por pecanas y avellanas.

Existen dos factores generales que han estimulado el aumento en el consumo de nueces. Estas son: la popularidad de las dietas bajas en carbohidratos, por lo cual las personas se han visto obligadas a buscar alternativas de alimentación. Adicionalmente, nuevos hallazgos y su divulgación sobre propiedades de las nueces como el aporte de minerales y aceites importantes en una dieta balanceada, han provocado que el consumidor dé mayor importancia al consumo de nueces como parte de su dieta diaria, y no sólo como snack (USDA, 2004).

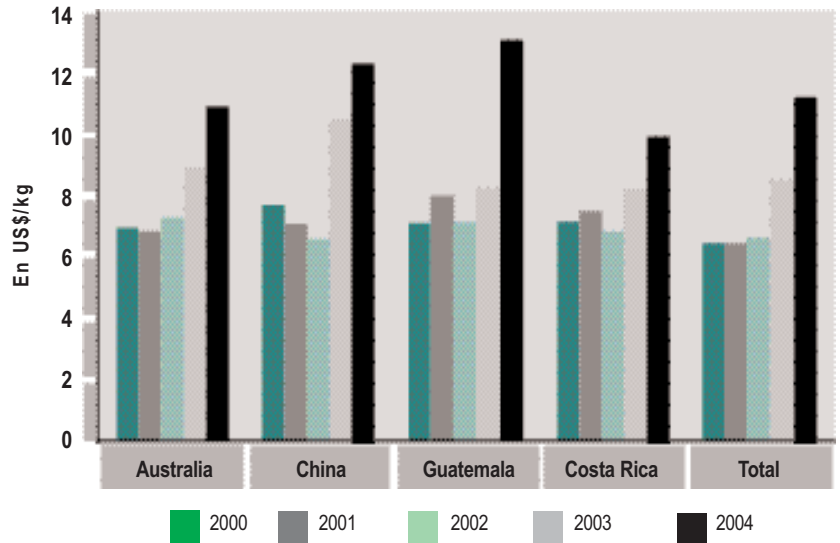
2.3. MERCADO DE LAS NUECES ORGÁNICAS

Específicamente sobre nueces orgánicas, no se cuenta con datos oficiales sobre el volumen histórico de comercialización de las mismas. Sin embargo, se estima que el mercado de nueces orgánicas creció más del 12% en el año 2003, en términos de los valores a nivel de ventas al detalle al consumidor final. Así mismo, ese mismo ritmo de crecimiento anual se proyectaba para el 2004 (NBJ, 2004) pero no existen datos que confirmen si se logró ese nivel de crecimiento. Con base en lo anterior, se puede estimar un crecimiento conservador de cerca del 10% anual en el valor total de las ventas al consumidor de nueces orgánicas, para los años 2004 y 2005.

Con respecto a los demás productos agrícolas, las nueces orgánicas tienen una participación del mercado comparativamente más bajo. Eso se debe a dos razones primordiales: no se cuenta con gran variedad ni cantidad de nueces orgánicas (las nueces se venden mixtas para snacks) requeridas para ofrecer el producto de manera sistemática, las nueces son un producto intrínsecamente caro, por lo que el consumidor no siempre está dispuesto a pagar un precio adicional para que estas sean orgánicas (ERS, 2003). En el caso de las nueces orgánicas, el comprador que por lo general busca productos orgánicos por salud, no relaciona directamente a las nueces con altas concentraciones de pesticidas, por lo que este consumidor no las busca necesariamente orgánicas. El que si está interesado en las nueces orgánicas es aquel que compra productos orgánicos por su preocupación por el medio ambiente.

GRÁFICO 3

Precios CIF promedio de la nuez de macadamia en EE.UU.



Fuente: Elaborado por CIMS con base en información de FASOnline, 2005

3. ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ACTUAL DEL MERCADO Y POTENCIAL DE CRECIMIENTO

Según las estimaciones hechas por ITC (2002), los productos orgánicos agrícolas cuentan con una penetración de mercado de entre el 2 y 2,5 % en EE. UU. Tomando en cuenta que las importaciones de nuez convencional alcanzan las 130.000 toneladas se estima que las importaciones de nuez orgánica rondan las 2.500 toneladas al año. Sin embargo, es posible que este número sea inferior, debido a las razones anteriormente expuestas, por las cuales las nueces no son un producto de gran importancia en la industria de productos orgánicos. De tal manera, CIMS considera que una estimación conservadora el tamaño del mercado actual de nueces orgánicas está entre 2.000 y 2.500 toneladas al año.

El mercado de nueces orgánicas experimentó un crecimiento de más del 12% en el año 2003, en términos de los valores a nivel de consumidor. Así mismo, se espera que la industria haya experimentado un crecimiento semejante durante el 2004 (NBJ, 2004). Ese crecimiento, en términos de volumen, no son muy sustanciales considerando un sólo año. Con base en los datos anteriores, este crecimiento representa cerca de 230 toneladas. Sin embargo, un crecimiento sostenido de esta dimensión si sería sustancial al cabo de 3 a 5 años, situación que se espera que se dé por tratarse de un mercado que no ha alcanzado la saturación.

La ERS (Servicio de Investigación Económica, por sus siglas en inglés), se ha dado a la tarea de hacer estimaciones del potencial del mercado de productos orgánicos, con respecto a los convencionales. Específicamente sobre nueces producidas en Centroamérica, las siguientes son las estimaciones publicadas.

Como se puede observar en la Tabla 4, el ERS estima que el potencial de las nueces orgánicas es superior al

2,5% estimado para el promedio de la industria orgánica en EE. UU. CIMS considera que esta estimación es un tanto elevada para estos productos. Las razones han sido mencionadas anteriormente en el presente documento, y se refieren a características del consumidor de productos orgánicos y los altos precios de las nueces. Para el año 2002, la presencia de nueces orgánicas en el mercado era muy escasa, por lo que las estimaciones de crecimiento pudieran haber parecido ser muy prometedoras.

TABLA 4

Potencial de nueces orgánicas en el mercado estadounidense (estimaciones del 2002)

Tipo de nuez	Total importaciones	Potencial Orgánico	% orgánico
	— miles de US\$ —		%
Nuez de marañón	374,909	9,135	2.44%
Nuez de Brasil	17,968	550	3.06%
Macadamia	29,174	727	2.49%

Fuente: ERS USDA, 2003

4. COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

En los gráficos 1, 2 y 3 se presentan los precios CIF del coco, las nueces de marañón y la macadamia, respectivamente. En el Gráfico 1 se puede apreciar un comportamiento relativamente estable (rondando un valor de US\$ 1/kg) en el coco seco. Esto se debe a que es un mercado maduro. El coco es un producto bien conocido por el mercado y sin mayores cambios recientemente. Se espera que los precios del coco se mantengan con este comportamiento estable a por los próximos 5 años; a menos de que se diera una situación anormal en la industria. En este caso, para lograr mejores precios por el producto, una buena alternativa a seguir es especializarse en alta calidad de coco. Este obtiene precios prometedores, a diferencia del mercado de calidad media y de grandes volúmenes de compra.

En el Gráfico 2 se muestra una tendencia a la baja en el precio CIF de la semilla de marañón (pasó de US\$ 5,5 a 4,35 entre el 2000 y el 2004). Los que si han aumentado son los volúmenes de compra en EE. UU. de esta semilla, como se muestra en la Tabla 2. Se considera que los precios tienden a la baja principalmente debido que los países como India y Vietnam están ofreciendo grandes cantidades de producto, por lo cual los precios bajan. Al mismo tiempo, este factor tiene relación con el aumento en las compras. Las empresas que tuestan y empaacan las nueces buscan poner nueces de bajo precio, de alta calidad y con variedad de sabores en sus contenedores de nueces. Es por ello que la semilla de marañón se ha tornado un producto atractivo para esta industria.

Por otro lado, la macadamia ha tenido un aumento en los precios CIF muy alto en los últimos cinco años; pasó de US\$ 6,42 a 11,23 por kilogramo. Esto se ha debido a bajas en la producción en Hawaii y en Australia (principal productor y exportador del mundo), quienes sufrieron de problemas climáticos que bajaron sus cosechas, particularmente en el año 2004. Adicionalmente, se considera que la calidad de la macadamia ha mejorado en muchos países proveedores, por lo que las compras de nueces de buena calidad han aumentado.

En cuando a los precios de venta a granel de nueces orgánicas y convencionales, la siguiente tabla muestra los precios promedio encontrados a partir de investigaciones por parte de CIMS.

No se cuenta con suficiente información para hacer las comparaciones de precios orgánico versus convencional para todas las nueces. Para el caso específico de nueces de Brasil en presentación de 26 lb., si se puede apreciar un diferencial de cerca del 35%. Es importante considerar que los precios de la macadamia orgánica corresponden a macadamias producidas en Hawaii.

TABLA 5

Precios indicativos a nivel de mayorista de nueces tropicales orgánicas y convencionales en EE.UU. - 2005

Ventas a granel	US\$	
	5.5 lbs	26 lbs
Nueces de Brasil	33	125
Nueces de Brasil orgánicas	-	170
Nueces de marañón	26	-
Macadamia orgánica	65	285

Fuente: Investigación de CIMS, 2005

La Tabla 6 muestra los precios detallistas de nueces tropicales; tanto convencionales como orgánicas.

En esta tabla se pueden apreciar los diferenciales de precios claramente. Los diferenciales para nueces de Brasil son de cerca del 100%. Esto es porque hay poca disponibilidad de esta nuez producida orgánicamente. A diferencia de las nueces de Brasil, las nueces de marañón alcanzan un sobrepeso del 20%, lo cual no es despreciable comprado con el resto de productos orgánicos de la industria (como el café y la leche), aunque si es considerablemente más bajo que el de la nuez de Brasil. Para el caso de la macadamia, se espera que los precios tiendan a la baja. Esto se debe a la reciente en-

TABLA 6

Precios indicativos a nivel de detallistas de nueces tropicales orgánicas y convencionales en EE.UU. - 2005

Ventas al detalle	US\$	
	8 oz.	16 oz.
Nueces de Brasil	4-4.5	6.1-6.8
Nueces de Brasil orgánicas	8-10	15-20
Nueces de marañón	4.7-6.95	6.5-10
Nueces de marañón orgánicas	5.7-8	8-18
Macadamia orgánica	7-9	11-13

Fuente: Investigación de CIMS, 2005

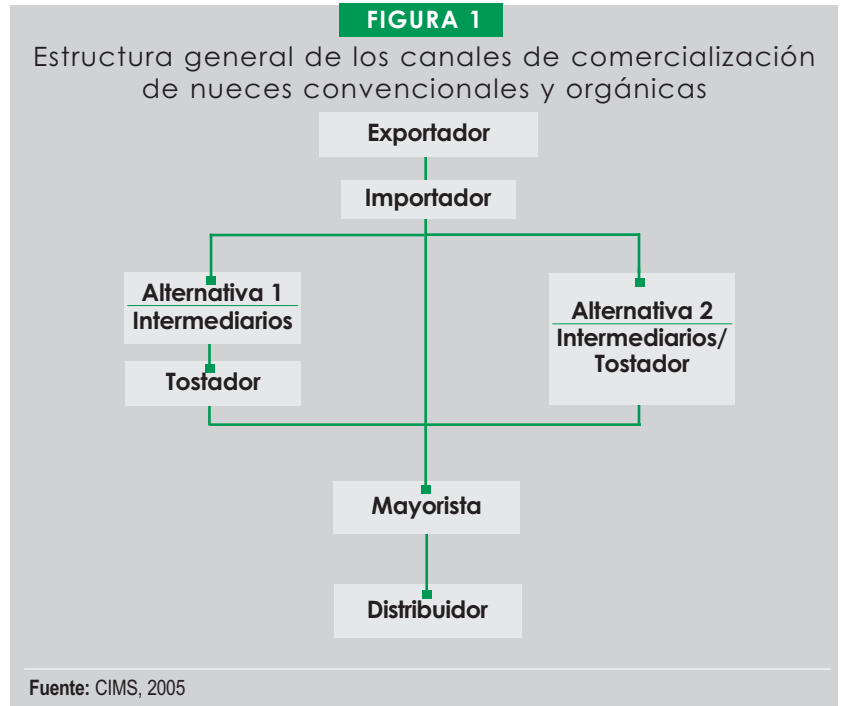
trada en vigencia del tratado de libre comercio entre Australia y EE. UU. (AUSFTA, por sus siglas en inglés), a partir del enero del año en curso.

El aspecto anterior se espera que cause un gran impacto en los precios de la macadamia. Australia, que produce el 40% de la macadamia a nivel mundial, entrará con un menor arancel a EE. UU., el principal país consumidor de esta nuez. En el transcurso de 5 años, el arancel a pagar por la macadamia en EE. UU. pasarán de 5,5¢ a 1,3¢ /kg de macadamia con su cáscara, y de 11¢ a 5¢/ kg de macadamia sin cáscara; con lo cual Australia se equipara en cuanto a pago de aranceles, con otros importantes suplidores de esta nuez a EE. UU. (ERS, 2005).

Además del mercado local, EE. UU. es un importante exportador de nueces. Comanda cerca de las cuarta parte de las exportaciones de nueces a nivel mundial, por lo que las exportaciones a EE. UU. con el propósito de su posterior re-exportación es también un mercado importante de la industria. Entre los países importadores de nueces desde EE. UU. se encuentran Japón, India, Hong Kong, Alemania, España, Holanda, y Canadá (ERS, 2004).

5. ANÁLISIS DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El mercado de nueces orgánicas comparte la misma estructura de canales de comercialización convencionales (Figura 1). Muchos actores de la cadena de suministro que ofrecen nueces tropicales orgánicas lo hacen para aumentar su rango de productos y así, dar un mejor servicio a sus clientes. También se hace como estrategia para diversificar su cartera de clientes; ya que ofreciendo este producto pueden ingresar al gremio de tiendas especializadas en productos orgánicos.



6. REQUISITOS Y REGULACIONES PARA LA IMPORTACIÓN

El principal requisito específico para las nueces es la partida arancelaria. Con base en ella se hacen los trámites de ingreso correspondientes. También hay requisitos en cuenta a aspectos de calidad principalmente exigidos por el mercado. Algunos de ellos también se utilizan como punto de referencia para determinar el precio que se le pagará al exportador.

En cuenta a los aspectos fitosanitarios, cada nuez cuenta con sus propias especificaciones, por lo que este tema se trata en la sección correspondiente. Cabe recalcar que existen muchas diferencias en cuanto al trato que se le da a las nueces, de acuerdo con el grado de procesamiento. Las nueces con su cáscara son tratadas como frutas frescas; en cuyo caso la importación de nueces se torna muy compleja, las nueces descascaradas, pero no tratadas térmicamente, se identifican como nueces sin procesar, y si se trata de nueces tratadas tér-

micamente, se consideran como producto procesado. Cada grado de procesamiento cuenta con un documento publicado por la autoridad a la que le corresponde la inspección fitosanitaria en EE. UU., llamada APHIS (por sus siglas en inglés).

De acuerdo con el 7 CFR 330.105, las nueces que han sido sometidas a tratamiento térmico, como haber sido hervidas, tostadas o hechas puré, no requieren de inspecciones adicionales ni deben cumplir con requisitos especiales (APHIS, 2004).

En caso de que no se haga una mención especial en cuanto a los requerimientos fitosanitarios, se debe interpretar que el producto no cuenta con restricciones adicionales a las de rigor. Estas últimas se refieren a la ausencia de plagas y enfermedades, y a que el producto no se encuentre deteriorado.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se espera que la demanda y el consumo de nueces orgánicas crezca de forma paulatina pero sostenida a través del tiempo. Se podría esperar que, para los próximos 2 a 3 años, este crecimiento se mantenga en un rango de entre 2 y 5% anual. Hay que considerar que el factor más importante en la venta de nueces orgánicas en EE. UU. es el precio de las nueces producidas localmente y su disponibilidad. Esto por cuanto las mezclas de nueces que se venden al público tienen una gran dependencia por los factores anteriores. De tal forma que, si los precios de las nueces orgánicas estadounidenses bajan y hay suficiente disponibilidad de ellas, es posible que la demanda por nueces tropicales también aumente.

Actualmente no hay un factor que indique que la producción local de nueces orgánicas esté siendo estimulada o se encuentre en crecimiento acelerado, por lo que no se espera un aumento fuerte en la demanda de nueces orgánicas tropicales de este producto en el corto plazo. Un monitoreo constante de las plantaciones locales de nueces orgánicas en EE. UU. es una excelente herramienta para estimar el comportamiento futuro de este producto. Esto debido a la estrecha relación, comentada anteriormente, entre los precios nacionales y el volumen de ventas de nueces mixtas. En caso de que la industria nacional decida invertir en nueces orgánicas, es posible que se vaya a dar un aumento en la oferta de nueces mixtas orgánicas, con el correspondiente aumento en la demanda de nueces orgánicas tropicales. Sin embargo, también es posible que las mezclas de nueces se puedan elaborar a exclusivamente o con un alto contenido de producto importado. Es importante conocer sobre la disponibilidad de nueces orgánicas en otros países del mundo.

Específicamente sobre las nueces mayormente tratadas en el presente estudio, se comenta a continuación:

SEMILLA DE MARAÑÓN

Los precios de la semilla de marañón han venido bajando a través del tiempo. La demanda si se ha visto aumentada y en el último año los precios se recuperaron ligeramente. Se espera que la demanda continúe en aumento, pero países como India, con su alta capacidad de producción, parecen perfilarse como los favoritos para llenar ese faltante en la demanda. Las nueces de marañón orgánicas no tienen una demanda prometedora, principalmente por los factores anteriormente expuestos, y por no tratarse de una nuez indispensable en las mezclas.

Como se pudo ver en el caso de Honduras, una diferenciación en cuanto a la calidad de las nueces es capaz de hacer una diferencia en cuanto al precio. El consumidor de nueces orgánicas busca obtener un excelente producto a cambio de los altos precios que debe pagar por el producto. Es por ello que, aunque no se paguen precios adicionales por una certificación orgánica, la calidad del producto disponible puede reflejarse en un ingreso considerablemente más alto.

COCO

El consumo de coco se redujo en casi un 10% entre el 2003 y el 2004. Aunque los precios se han mantenido estables, se espera que la demanda continúe disminuyéndose; aunque no de manera tan acelerada como en el año anterior. Esto se debe a que la mayor parte de las personas prefieren consumir otro tipo de nueces, distintas y con atributos a la salud que estimulen su consumo. Tal es el caso de las avellanas y las macadamias. Pero, en cambio, el coco es una nuez ampliamente conocida y que parece perfilarse como poco innovador para el consumidor.

MACADAMIA

Las macadamias han visto un fuerte aumento en sus precios últimamente. Esto se debe principalmente a un aumento en los costos de la producción local en EE. UU. (Hawaii), y a factores climáticos que redujeron la producción en este país y en Australia (ERS, 2005). Adicionalmente, la macadamia de Australia podrá entrar con precios muy competitivos al mercado estadounidense, gracias a la reciente entrada en vigencia del tratado de libre comercio entre estas dos naciones.

Como se mencionó anteriormente, los consumidores de nueces orgánicas son especialmente aquellos que se inclinan por los productos orgánicos por factores ideológicos de conservación del ambiente. Aquellos impulsados por razones de salud, no relacionan a las nueces como un producto que pueda amenazar su salud por el uso de pesticidas en su producción. Esto se debe a que no hay información que indique que se utilizan muchos pesticidas en la producción de nueces, además de que las gruesas cáscaras que protegen a las nueces son consideradas una importante barrera protectora de agentes no deseables en las nueces.

Además, las nueces son un producto de alto valor para los consumidores. Es por ello que no es fácil lograr que el consumidor esté dispuesto a desembolsar más dinero para que las nueces que consume hayan sido produ-

cidas orgánicamente. De tal manera que, solamente si los precios de venta de las nueces orgánicas (tanto las importadas como las producidas localmente) bajan, es que el consumo de nueces orgánicas se verá estimulado. En el caso específico de la macadamia, el panorama actual muestra que es muy difícil que los productores es-

tadounidenses decidan producir orgánicamente, puesto que los recientes aumentos en los costos de producción des-estimulan cualquier tipo de inversión por parte de los productores.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APHIS (Animal and Plant Health Protection Service), 2003:

Unprocessed seeds. Regulating the Importation of Unprocessed seeds not intended for propagation.
Disponible en: http://www.aphis.usda.gov/ppq/manuals/pdf_files/40Seeds.pdf.
Consultado en: mayo, 2005.

APHIS (Animal and Plant Health Protection Service), 2004:

Miscellaneous and Processed Products. Regulating the Importation of Miscellaneous and Processed Products Regulated by Plant Protection and Quarantine.
Disponible en: http://www.aphis.usda.gov/ppq/manuals/pdf_files/.
Consultado en mayo, 2005.

Central Bank of Sri Lanka, 2004:

Press Release. External Trade performance in December 2004.
Disponible en: www.lanka.net.
Consultado en: mayo, 2004.

CIMS (Centro de Inteligencia sobre Mercados Sostenibles), 2005:

Evaluación rápida de la situación y potencial de mercado para productos agropecuarios no tradicionales de El Salvador hacia Estados Unidos y la Unión Europea. Productos orgánicos y/o Fairtrade. Alajuela, Costa Rica.

ERS (Economic Research Service), 2003:

USDA Nut Report.

ERS (Economic Research Service), 2004:

Briefing Room. Fruit and Tree Nuts: Trade.
Disponible en: <http://www.ers.usda.gov/Briefing/FruitAndTreeNuts/trade.htm#trnut>.
Consultado en: mayo, 2005.

ERS (Economic Research Service), 2005:

Fruit and Tree Nuts Outlook.
Disponible en: <http://www.ers.usda.gov/Publications/fts/>.
Consultado en: mayo, 2005.

FAO (Food and Agriculture Organization), 2001.

Small-scale cashew nut processing.
Disponible en: <http://www.fao.org/ag/ags/agsi/Cashew/Cashew.htm>.
Consultado en: abril, 2005.

FASOnline (Foreign Agriculture Service), 2005:

Consultas varias.
Disponible en: <http://www.fas.usda.gov/ustrade/US-TImHS4.asp?QI=>.
Consultado en: mayo, 2005.

HTSUS (Harmonized Tariff Schedule of the United States), 2005:

Tariff Information Center.
Disponible en: <http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>.
Consultado en: mayo, 2005.

INPhO (Information Network on Post-harvest Operations, FAO), 2000.

Compendium on Post-Harvest Information.
Disponible en: http://www.fao.org/inpho/content/compend/toc_main.htm#TopOfPage.
Consultado en: mayo, 2005.

ITC (International Trade Center), 2002:

Overview World Markets for Organic Food & Beverages.
Disponible en: <http://www.intracen.org/mds/sectors/organic/welcome.htm>.
Consultado en: mayo, 2005.

Lillywhite, Jay, et al., 2003:

Marketing Channels for Pecans. University of New Mexico, College of Agriculture & Home Economics, Cooperative Extension Service. Guide Z-307.

Natural Resources and Ethical Trade Programme, 2000:

Economic Viability of Brazil Nut Trading Peru. Kent, Reino Unido.

NBJ (Nutrition Business Journal), 2004:

NBJ's Organic Foods Report 2004: California, Estados Unidos.

University of Hawaii, 2005:

Fruit and vegetable storage. Macadamia Nut.
Disponible en: <http://www.ba.ars.usda.gov/hb66/159macadamia.pdf>.
Consultado en: mayo, 2005. Hawai, EE. UU.

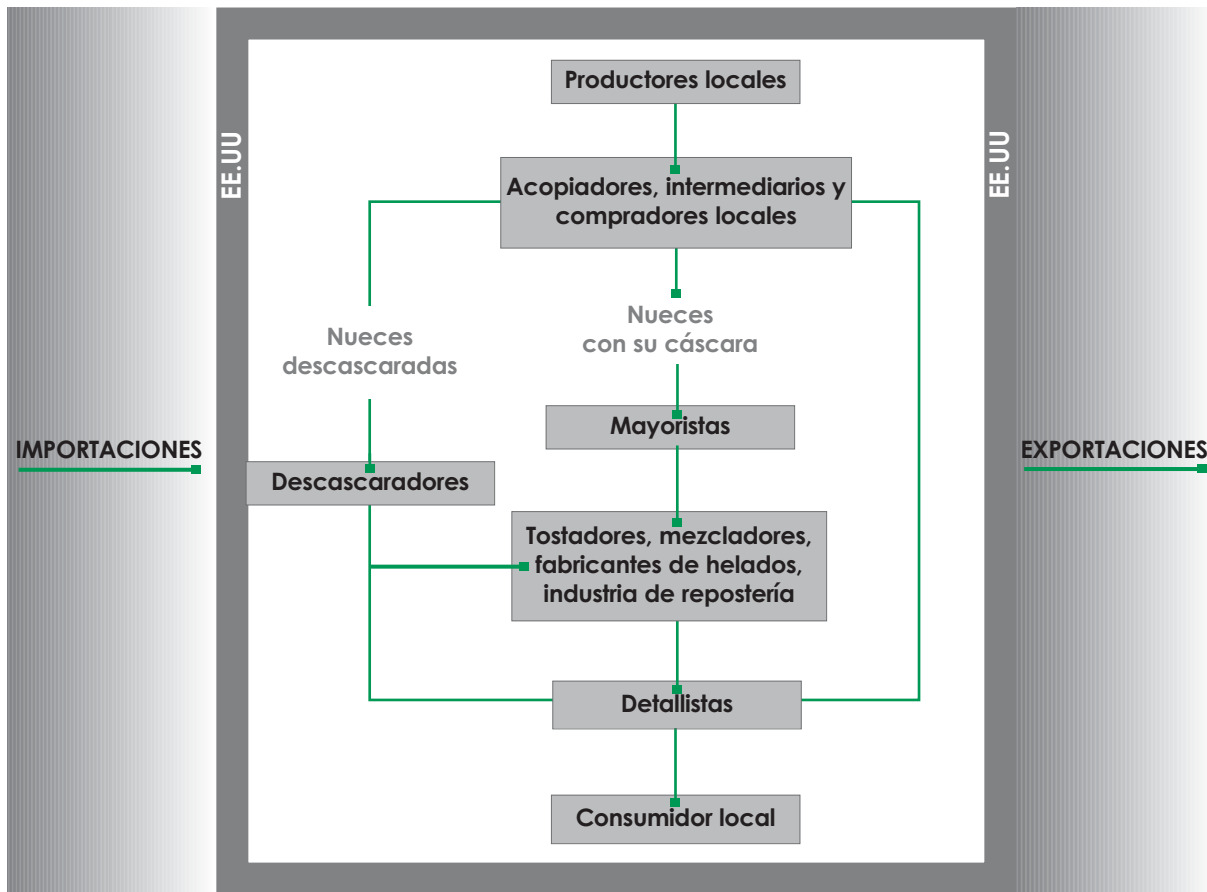
USDA (United States Department of Agriculture), 2004:

Fruit and Tree Nuts Situation and Outlook Yearbook.
Disponible en: <http://www.ers.usda.gov/publications/so/view.asp?f=/specialty/fts-bb/>.
Consultado en: mayo, 2005.

9. ANEXOS

ANEXO 1

Posibles rutas que toman las nueces, de acuerdo con el grado de procesamiento de las mismas



Anexo 2

Empresas importadoras y procesadoras de nueces orgánicas

Empresa	Organic Planet
Persona Contacto	Howie Ross (Presidente)
Dirección	231 Sansome Street, Suite 300, San Francisco, CA. 94104-2304
Correo Electrónico	howie@organic-planet.com
Página Web	www.organic-planet.com
Teléfono	+1 415 765 5590
Fax	+1 765 5922
Empresa	Bergin Nut Company
Persona Contacto	Tom Bergin (Presidente)
Dirección	740 Kasota Circle Minnesota, MN. 55414
Correo Electrónico	tomjr@berginfruit.com
Página Web	www.berginfruit.com
Teléfono	+1 612 378 1234
Empresa	Della Natura Commodities
Persona Contacto	Laura Cuner (Presidente)
Dirección	P.O. Box 640613, Bayside, NY. 11364
Correo Electrónico	organic@dellanatura.com
Página Web	www.dellanatura.com
Teléfono	+1 718 740 8855
Fax	+1 718 740 8787
Empresa	Global Organics, Ltd.
Persona Contacto	Dave Alexander (Presidente)
Dirección	P.O. Box 272, Arlington, MA. 02476-0003
Correo Electrónico	dave@global-organics.com
Página Web	www.global-organics.com
Teléfono	+1 781 648 8844
Fax	+1 781 648 0774
Empresa	Just Cashews
Persona Contacto	Sara Pax (Directora Ejecutiva)
Correo Electrónico	sara@earthhero.org
Empresa	Aprainores (Coopertativa Salvadoreña)
Persona Contacto	Vivente Carranza (Comercialización)
Correo Electrónico	aprainores@hotmail.com
Organización de Apoyo	International Nut Council
Teléfono	+34 977 331416
Fax	+34 977 315028
Dirección	Calle Boule 2,3. 43201 REUS, España