



MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

PROGRAMA NACIONAL DE FRUTAS DE EL SALVADOR

BOLETÍN DE MERCADO:

El Comercio de Frutas de El Salvador



Esta es una inversión social realizada con los recursos
provenientes de la privatización de ANTEL



PROGRAMA NACIONAL DE FRUTAS DE EL SALVADOR

El Gobierno de El Salvador a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en el marco de la política de apoyo a la diversificación agropecuaria, con los fondos provenientes de la Privatización de ANTEL, ha decidido darle un fuerte impulso a la producción de frutas en el país.

La fruticultura es una de las actividades agrícolas de grandes beneficios para la humanidad.

Su importancia múltiple se percibe desde el valor ecológico que evita el deterioro ambiental, así como en la salud humana, aportando vitaminas y minerales importantes para la dieta del ser humano

En la economía, contribuye diversificando los rubros de exportación no tradicionales, además es una actividad que demanda mano de obra en las diferentes etapas de la cadena de producción.

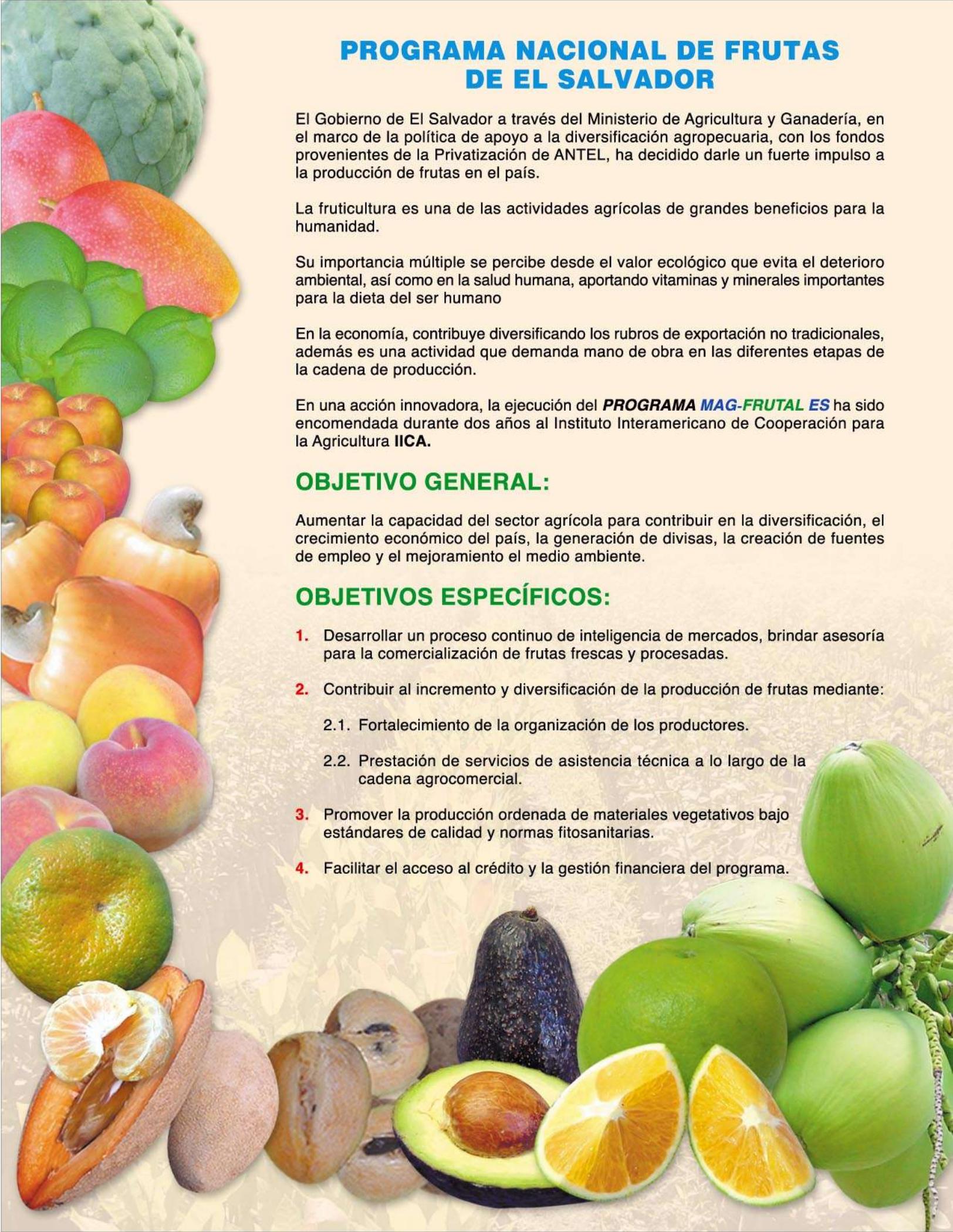
En una acción innovadora, la ejecución del **PROGRAMA MAG-FRUTAL ES** ha sido encomendada durante dos años al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura **IICA**.

OBJETIVO GENERAL:

Aumentar la capacidad del sector agrícola para contribuir en la diversificación, el crecimiento económico del país, la generación de divisas, la creación de fuentes de empleo y el mejoramiento del medio ambiente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Desarrollar un proceso continuo de inteligencia de mercados, brindar asesoría para la comercialización de frutas frescas y procesadas.
2. Contribuir al incremento y diversificación de la producción de frutas mediante:
 - 2.1. Fortalecimiento de la organización de los productores.
 - 2.2. Prestación de servicios de asistencia técnica a lo largo de la cadena agrocomercial.
3. Promover la producción ordenada de materiales vegetativos bajo estándares de calidad y normas fitosanitarias.
4. Facilitar el acceso al crédito y la gestión financiera del programa.





MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERÍA

Esta es una inversión social realizada con los recursos
provenientes de la privatización de ANTEL

PROGRAMA NACIONAL DE FRUTAS DE EL SALVADOR

BOLETÍN DE MERCADO:

El Comercio de Frutas de El Salvador

Comercio Exterior de Frutas y
Comportamiento de Precios del Mercado Local
Período 1997 - 2004

Se permite la reproducción total o parcial de este documento por medios
impresos o electrónicos, haciendo referencia a la fuente.

Primera Edición
Consta de 1,000 ejemplares
Santa Tecla, El Salvador, mayo de 2005

La reproducción de este documento fue financiado parcialmente por CIDI/OEA,
a través del Proyecto Fomento de la Competitividad de las Empresas Rurales
de Maraón y Añil en El Salvador



AUTORIDADES MAG

Lic. Mario Salaverría
Ministro Agricultura y Ganadería

Ing. Emilio Suadi
Vice-Ministro Agricultura y Ganadería

Licda. Carmen Elena Díaz Bazán de Sol
Comisionada Presidencial para
la Agricultura

IICA

Dr. Keith L. Andrews
Representante de IICA,
Oficina El Salvador

Ing. Jorge Escobar de León
Coordinador Programa
MAG-FRUTAL ES

Lic. José Gil Magaña
Organización y Mercado

Ing. Edwin de León
Poscosecha y Agroindustria

Ing. René Pérez Rivera
Producción y Tecnología

Lic. Carlos Fuentes
Gestión Financiera

Lic. Fernando Antonio Alas
Comunicaciones

EQUIPO DE ESPECIALISTAS

Ing. Medardo Antonio Lizano
Especialista en Cocotero

Ing. Mauricio de Jesús Vanegas
Especialista en Cítricos

Ing. Antonio Galdámez Cáceres
Especialista en Marañón

Ing. Vladimir Humberto Baiza
Especialista en Frutas Nativas

Ing. Mario Cruz Vela
Especialista en Viveros

EDICIÓN

Ing. Jorge Escobar de León
Lic. José Gil Magaña
Lic. Fernando Antonio Alas

IMPRESIÓN
EDITORIAL MAYA

Índice

- Índice.....2
- Presentación3
- Introducción.....4
- Comercio exterior de frutas de El Salvador 4
 1. Datos generales4
 2. Fruta fresca y congelada 7
 3. Destino9
 4. Tipos de frutas comercializadas10
- Comportamiento de precios de las frutas
en el mercado local.....12
 1. Coco12
 2. Jocote.....13
 3. Limón pérsico.....14
 4. Aguacate hass.....16
 5. Marañón17
 6. Mandarina19
 7. Mango.....20
 8. Anona22
 9. Ciruela23
 10. Naranja.....24
 11. Melocotón26
- Conclusiones.27

Presentación

El Programa Nacional de Frutas de El Salvador, **MAG-FRUTAL ES**, es una inversión social realizada con los recursos provenientes de la privatización de ANTEL, es un programa del Ministerio de Agricultura y Ganadería, MAG, ejecutado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – IICA

El objetivo principal de **MAG-FRUTAL ES** es contribuir a la diversificación del sector agrícola, el crecimiento económico del país, la creación de fuentes de empleo, el desarrollo socio-económico y el mejoramiento del medio ambiente, fortaleciendo las cadenas agrocomerciales frutícolas de El Salvador.

El programa ha sido diseñado para fomentar cultivos frutales con un enfoque de cadena productiva comercial, en tal sentido, el componente de inteligencia de mercados es de gran importancia para el logro de los objetivos del Programa. Este enfoque de cadena permite dar coherencia a la asistencia técnica, y otorgarle el carácter de integralidad que requieren los diferentes actores de la fruticultura nacional.

Es importante destacar que el enfoque de cadena logra un impacto significativo a nivel de la organización de los productores, y de su vinculación al mercado y la agroindustria. Bajo este enfoque, el mercado actúa como el orientador de las decisiones de producción, y da las indicaciones al Programa para seleccionar los cultivos a promover, el área a sembrar, y los requerimientos de calidad que el mercado demanda.

Entre los servicios que ofrece el Programa **MAG-FRUTAL ES** a sus beneficiarios se encuentra el de Información de Oportunidades de Mercado a través de mecanismos de información como son los Boletines de Mercado, de los cuales se han publicado anteriormente el de Coco, Limón Pérsico, Nuez de Maraño, Aguacate, Oportunidades de Mercado en EE.UU., El Mercado de Frutas, la Oferta Frutícola de El Salvador y Mercados Potenciales para la Comercialización de Frutas. En esta edición el Programa **MAG-FRUTAL ES** pone su disposición el octavo Boletín: *La Comercialización de Frutas de El Salvador*, dedicado al comercio interno y externo de frutas de El Salvador, tanto en el segmento formal e informal.

Este Boletín, se enfoca en observar y analizar el comercio exterior de frutas de El Salvador y el comercio en el interior del país, haciendo énfasis en volúmenes y valores de exportación e importación de frutas frescas y congeladas del periodo 1999 – 2004; además se tomaron en cuenta los años 1997 y 1998 para ciertos análisis. Y para el comercio interno se hace énfasis en su valor, es decir, el precio de las frutas en el mercado local. Para ello se presentan básicamente dos contenidos el Comercio exterior de frutas y el comportamiento de precios del mercado local.

Santa Tecla, mayo de 2005

Introducción

Durante muchos años la economía de El Salvador se ha basado en el comercio. Sin embargo, con la especialización y la externalización o globalización de la economía en los últimos 15 años, los sectores principal y secundario han sufrido una caída en inversiones, generando bajas en producción y productividad. La consecuencia directa de esta situación es la dependencia creciente de las importaciones de bienes agropecuarios y manufacturados, ya que la producción nacional no da abasto.

Debido al auge del café y de la caña de azúcar como cultivos millonarios, los demás sectores de la agricultura no recibieron suficiente atención, mientras que los sectores pecuarios se desarrollaron lentamente. La situación de la fruticultura es diferente, pues nunca fue considerada como una alternativa comercial, y las áreas sembradas se utilizaron principalmente para consumo de subsistencia o venta local. Los productores pocas veces negociaban directamente con los compradores principales, preferían vender sus cosechas a intermediarios quienes pagaban por el corte y el transporte. Los insumos como los fertilizantes y pesticidas se consideraban más gasto que inversión, pero aun cuando eran utilizados, no siempre se utilizaban de manera apropiada.

A finales del año 2000, se creó el Programa **MAG-FRUTAL ES**. Sus objetivos son económicos, sociales, y ecológicos. Primero, se busca contribuir diversificando los rubros de exportación creando un ingreso continuo y a largo plazo para los productores

agrícolas, y segundo, ayudar a conservar e incrementar las áreas verdes, evitando el deterioro ambiental en El Salvador. La forma idónea de cumplir ambos objetivos, es desarrollar el cultivo de frutales permanentes en El Salvador. Para desarrollar el sub-sector, no basta con incrementar las áreas sembradas, se debe fortalecer todo el sistema de producción, agroindustria y mercado.

Es de vital importancia determinar cuáles frutas se deben sembrar, y con base en qué mercado. El Salvador es un importador neto de frutas, por eso, el mercado local es una opción importante, si se logran sustituir las importaciones por la producción local. Para lograr esta sustitución, la producción tiene que ser competitiva y el precio menor que el de los exportadores extranjeros. También existe el mercado de exportación, que es más exigente que el mercado local, y está dominado por los grandes productores mundiales, pero con la fruta y el mercado correcto.

Para determinar la situación del sub-sector frutícola, se debe analizar tanto el comercio externo de frutas como el mercado interno, particularmente la fluctuación de precios. El Programa **FRUTAL ES** publicó recientemente los resultados del estudio: La Oferta Frutícola de El Salvador, el cual detalla las áreas de producción comerciales (iguales o mayores a una manzana) de frutas en el país. Por lo tanto, la prioridad de este boletín será analizar el comercio exterior de frutas y las tendencias de precios en el mercado local formal e informal.

Comercio Exterior de Frutas de El Salvador

1. Datos generales

Los principales datos de comercio exterior se pueden recaudar a través del Centro de Trámites de Exportación (CENTREX) del Banco Central de Reserva (BCR). El Salvador reporta sus datos comerciales a varios organismos internacionales, entre ellos: la

Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y la base de datos comercial TradeMap de la Organización las Naciones Unidas. Los datos “espejo” de TradeMap (datos comerciales de El Salvador reportados por otros países) sirven para verificar los márgenes de error de la información.

Cuadro 1:
Comercio exterior de frutas frescas y congeladas de El Salvador
Periodo 1999 – 2004

Descripción	1999		2000		2001		2002		2003		2004	
	Valor (US\$)	Volumen (TM)										
Importaciones	29,781,874	139,173	40,988,810	194,572	39,391,918	191,518	41,000,672	199,570	49,560,318	216,118	36,632,644	159,436
Exportaciones	1,272,811	1,236	5,072,648	2,985	3,937,048	1,737	4,278,181	2,085	1,653,569	1,576	6,519,340	2,465

Fuente: CENTREX, TradeMap

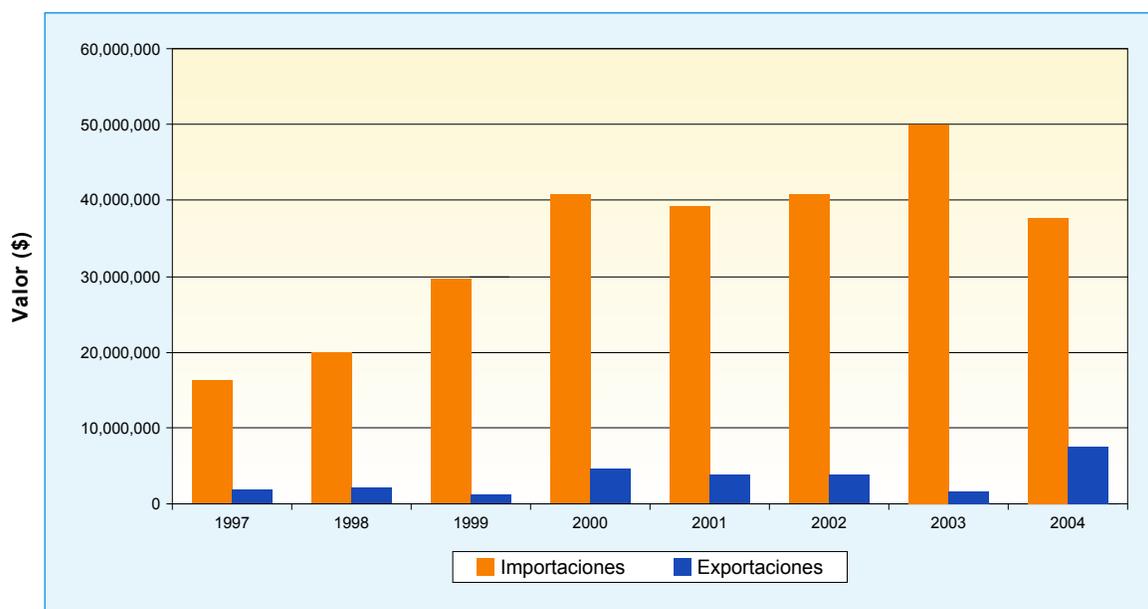
Los datos principales que serán analizados son las exportaciones, pero también las importaciones de frutas frescas y congeladas del periodo 1999 – 2004¹; además se tomarán en cuenta los años 1997 y 1998 para ciertos análisis. La tabla básica de comercio de frutas se puede observar en el cuadro 1.

Es importante distinguir que los valores de las importaciones son CIF (Cost, Insurance and Freight, o puestos en el puerto del comprador), mientras que los valores de las exportaciones son FOB (Free on Board, o puestos en el transporte del vendedor). Debido a que el valor CIF lleva incluidos

costos adicionales, los valores de importación siempre serán ligeramente distorsionados.

El gráfico 1, muestra la balanza comercial de valor (en dólares) de la fruta en El Salvador. Se puede observar que el valor de las importaciones siempre ha sido mayor que el de las exportaciones. De la misma forma, las importaciones han aumentado constantemente (menos en 2001 y 2004), mientras que el movimiento de las exportaciones ha sido más errático, hasta el punto que las exportaciones del año 2003 fueron menores a las del año 1997.

Gráfico 1:
Valor de balanza comercial de frutas - El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

¹ Datos 2004 disponibles hasta el mes de noviembre. Solo se utilizaron datos de exportación.

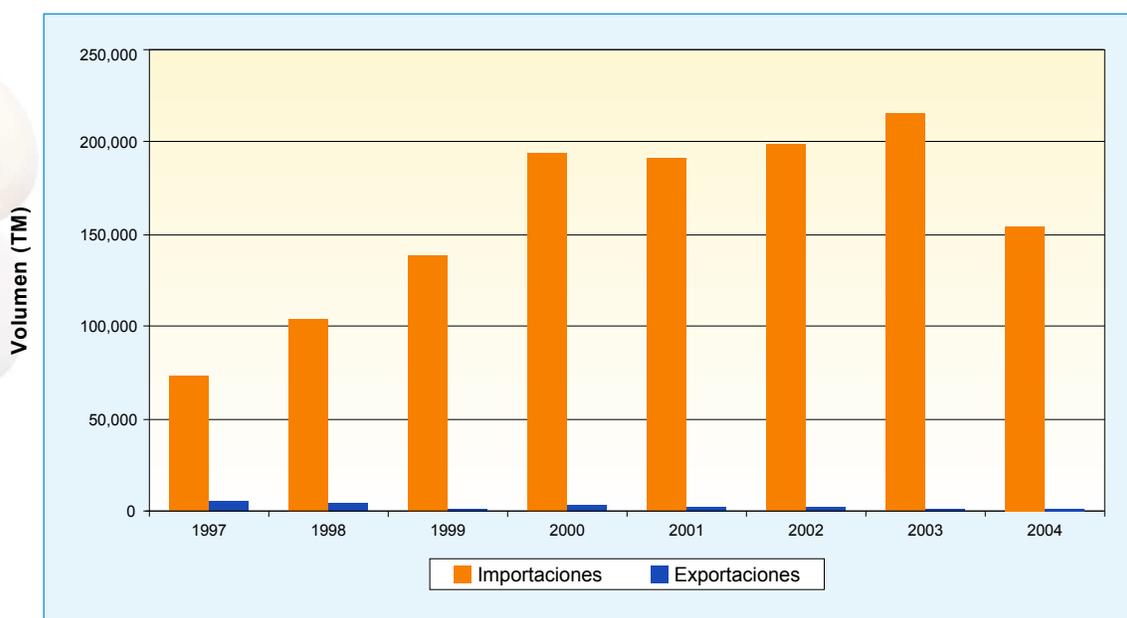
Casi la totalidad del valor de las importaciones se deriva de la fruta fresca. Esto se debe a dos razones. Primero, El Salvador tiene una deficiencia de producción (climática o técnica) en la mayoría de las frutas que importa, es decir, no las puede producir u otros países las producen en volúmenes mayores a menores costos. Segundo, no existe gran consumo de frutas congeladas, y cuando lo hay, se congelan directamente las frutas frescas. La mayoría de las frutas congeladas importadas no son producidas en el país (fresas y diversos tipos de berries).

En cuanto al valor de las exportaciones, a partir de 2000 las frutas congeladas cobraron gran importancia en la oferta internacional de El Salvador (gráfico 7). A partir de ese periodo representaron al menos 50% de la oferta, muchas veces hasta el 75%. Existen varias razones para este comportamiento. Primero, la exportación de fruta fresca requiere de varias medidas fitosanitarias (sanidad) y de calidad (presentación), y los grandes mercados, que son muy estrictos, requieren de análisis para determinar si una fruta “exótica” es apta para el consumo. El Salvador posee muy poca oferta fresca que cumpla con estos requisitos, por esta razón es atractiva la alternativa congelada, ya que los productos congelados están exentos de la mayoría de medidas

fitosanitarias (aunque no siempre de calidad). Segundo, la oferta frutícola salvadoreña no logra cubrir los mercados nacionales formales (a veces los informales) por falta de volumen, retrasos o incumplimiento en la entrega y/o calidad constante. Los supermercados, restaurantes e instituciones son una buena oportunidad para entrenarse a trabajar con compradores formales, estos compradores confirman que la mayoría de productores nacionales, no están listos para competir en estos mercados. Finalmente, la entrega de los productos congelados se puede distribuir a través del año y no tienen que ser entregados inmediatamente, ya que no hay riesgo de que se arruine el producto.

La balanza comercial del volumen de fruta exportada sigue la misma tendencia que la balanza de valor, pero la diferencia en los valores es más extrema. Esto se debe en gran parte a que el valor unitario de la fruta importada es mayor que el valor de la fruta exportada. La mayor parte de la fruta se importa de países industrializados con procesos de calidad e higiene modernos, lo que incrementa su costo, y la mayoría de la fruta exportada (en particular a Guatemala) se vende con base en volumen, y no en calidad.

Gráfico 2:
Volumen de la balanza comercial de frutas - El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

Aunque el valor de las exportaciones se ha concentrado progresivamente en la fruta congelada, la mayoría del volumen sigue siendo de fruta fresca. Como se comentó anteriormente, esto se debe a que grandes volúmenes de fruta fresca se venden a bajos precios con compradores de la región centroamericana, mientras que los compradores fuertes en Estados Unidos y Europa compran muy pocos volúmenes, debido a la poca oferta de calidad del país.

2. Fruta fresca y congelada

Como se explicó anteriormente, existen importantes diferencias entre la fruta fresca y congelada. La fruta fresca producida en el país es considerada de baja a mediana calidad, solo el limón pérsico y la nuez orgánica de marañón son consideradas aptos para la exportación. Por otra parte está la fruta congelada, el valor agregado de este producto yace en la capacidad de mantener sus características por largos periodos de tiempo (en promedio de 6 a 12 meses). Esto facilita enormemente el comercio de la fruta, ya que disminuye de forma considerable el riesgo de perder el producto en tránsito debido a la rápida maduración y descomposición del mismo.

La ventaja más importante es poder desplazar y ampliar la temporada de productos estacionales. Los

jocotes congelados (tanto de verano como de corona) que tiene estaciones muy limitadas (febrero a abril para el primero, julio a septiembre para el segundo) pueden distribuirse a lo largo del año, incrementando sus precios en los meses de escasez de la fruta fresca. Considerando o superando la dificultad de mover producto fresco a mercados internacionales fuertes, y ante la posibilidad de incrementar los precios por medio de una distribución calculada del producto, varias empresas salvadoreñas han desarrollado el comercio de la fruta congelada (fruta entera, cortada, o en pulpa). Por el momento, solamente se lava y clasifica la fruta en bolsas selladas. Pero si la fruta se empaca al vacío y luego se congela o refrigera, la degradación, cambio de color y sabor serían menores y la duración del producto se alargaría.

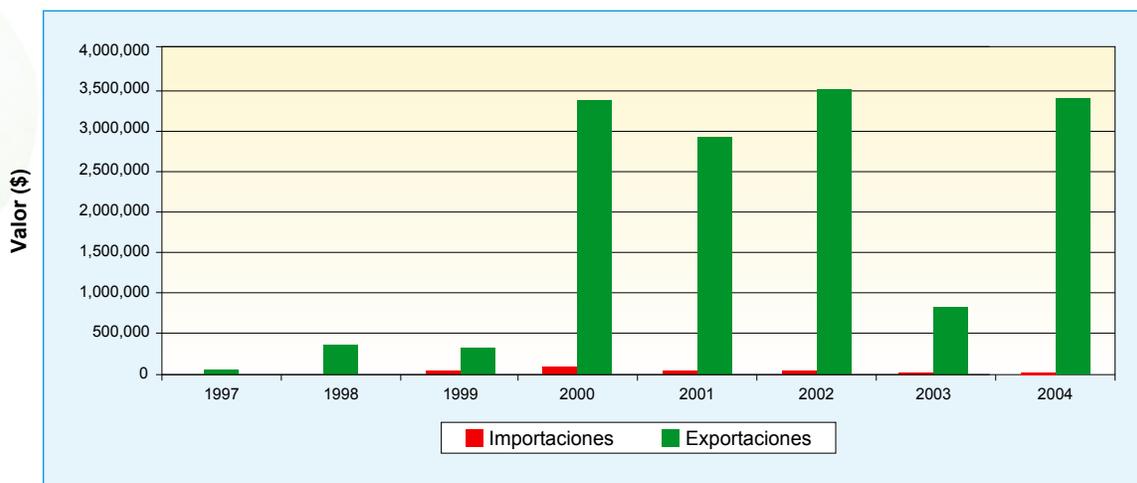
Las principales frutas congeladas exportadas en los últimos cinco años son: arrayán, jocote, mamey, marañón, y nance, las que representan el 84% del valor total de las frutas congeladas exportadas en el periodo 1999-2004. Estados Unidos es el mercado principal, con el 97.6% del total de las exportaciones. Esta información permite aclarar dos cosas. Primero, el mercado étnico en Estados Unidos es muy importante, y presenta una demanda significativa de fruta, considerando que la comercialización de estas mismas frutas en fresco es altamente regulado por medidas fitosanitarias (tratamiento de la fruta).

Cuadro 2:
Valor de exportación de frutas congeladas, Período 1999-2004

Producto	Canadá	EE.UU.	Guatemala	México	Total	%
Arrayán congelado	32,615	2,187,281	25,617	-	2,245,512	11.00
Jocote congelado	64,240	7,190,566	-	40,500	7,295,306	35.74
Mamey congelado	23,450	3,349,811	-	-	3,373,261	16.53
Mango congelado	-	416,083	-	-	416,083	2.04
Marañón congelado	-	1,652,595	-	22,500	1,675,095	8.21
Nance congelado	-	2,521,788	-	12,750	2,534,538	12.42
Zapote entero congelado	15,000	463,220	-	17,000	495,220	2.43
Pulpa congelada de coco	-	374,397	-	-	374,397	1.83
Pulpa congelada de papaya	-	262,054	-	-	262,054	1.28
Pulpa congelada de piña	-	406,024	-	-	406,024	1.99
Pulpa de tamarindo congelada	-	222,225	-	-	222,225	1.09
Pulpa de zapote congelada	-	873,219	-	238,644	1,111,863	5.45
Total	-	-	-	-	20,411,577	100

Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

Gráfico 3:
Valor de balanza comercial de fruta congelada - El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

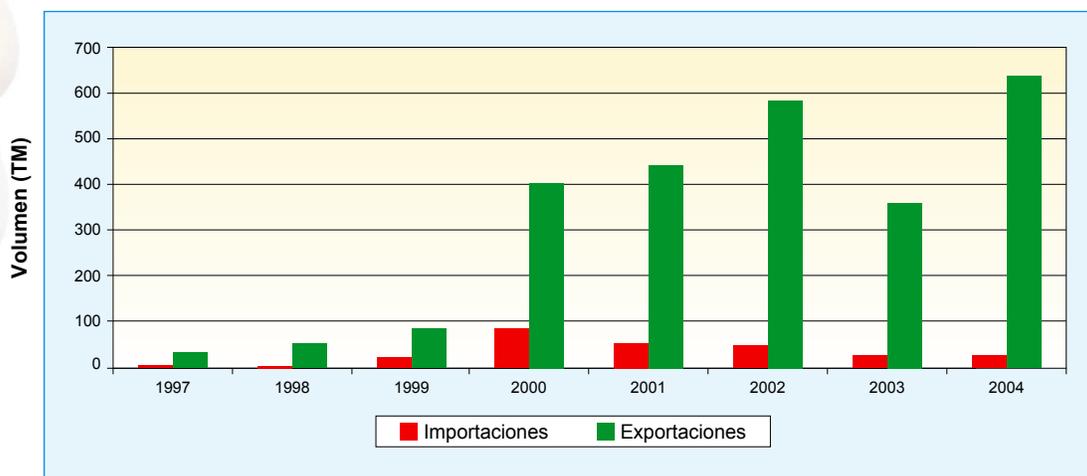
Se debe prever una estrategia de promoción y expansión para este mercado, pues hasta ahora solo se han realizado esfuerzos individuales. Segundo, existen varios mercados potenciales como México, Canadá e Italia² que no han sido desarrollados. Se debe de considerar un estudio de mercado que determine el potencial de expansión en estos mercados, o si las ventas se debieron a alguna circunstancia en particular y no a algo permanente.

El valor de las exportaciones ha crecido notablemente desde el año 2000. Las empresas comercializadoras de fruta congelada lograron captar los importantes mercados latinos (y otros mercados étnicos) en

Estados Unidos que demandaban productos tradicionales en sus países de origen, pero que no estaban presentes en su nuevo país de residencia. La demanda es tal que los comercializadores tienen que abastecerse de fruta importada, cuando la fruta producida localmente se agota, o simplemente debido a que los periodos de cosecha son distintos para ciertas frutas (empiezan antes o terminan después).

Las frutas congeladas importadas son fresas, las cuales no son producidas localmente. Éstas se venden principalmente en supermercados, hoteles y restaurantes.

Gráfico 4:
Volumen de balanza comercial de fruta congelada - ES



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

² Estudio de Mercado elaborado por MAG - IICA, Abril/2005

El volumen de la fruta congelada sigue la misma tendencia que el valor. Sin embargo, aunque el valor de la fruta exportada en el 2003 bajo de \$3,487,000 a \$822,000 (una baja de 76% en 2002), el volumen solamente bajo de 582 a 357 toneladas métricas (una baja de 39% en 2002). El valor del producto exportado disminuyó más rápido que su volumen, por lo que se vendió el producto a un menor precio. Para el año 2004, las exportaciones salvadoreñas hacia Estados Unidos de frutas congeladas (jocote, mamey, arrayán, nance, coco, marañón, anonas, mango y zapote), han logrado en conjunto un crecimiento anual de 589% en comparación al 2003, equivalentes a US\$5.8 millones de dólares.

Las exportaciones de jocote congelado durante el 2004 fueron de 2.7 millones de dólares, alcanzando un crecimiento del 532% en comparación al 2003.

Durante el 2004, las exportaciones de mamey llegaron a 1.1 millones de dólares y durante el 2003 fueron de tan solo 20 mil dólares.

Las exportaciones en valores de arrayán congelado alcanzaron los 998 mil dólares durante el 2004.

Las exportaciones de nance congelado alcanzaron valores de 804 mil dólares durante el 2004,

alcanzando el 790% de crecimiento, en el año anterior fueron de 90 mil dólares.

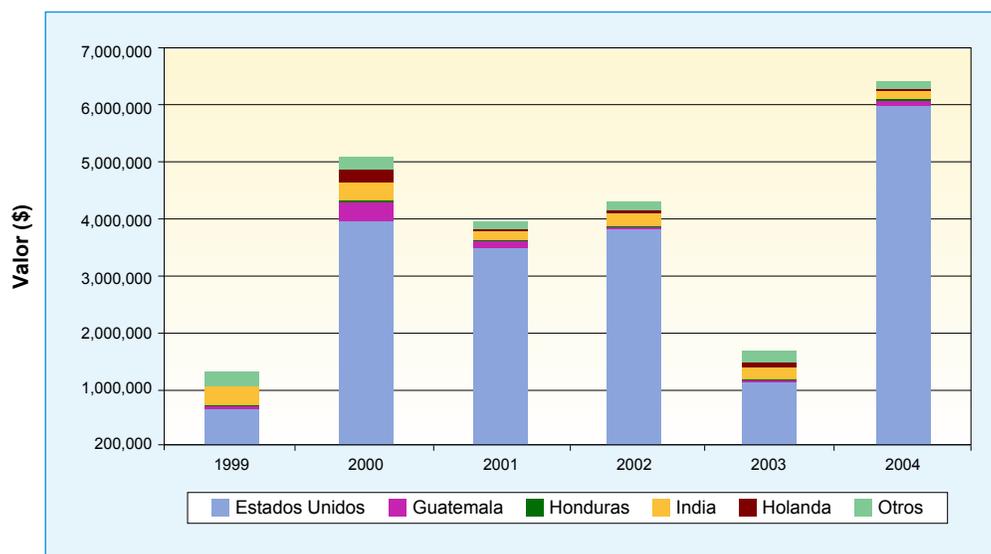
El marañón congelado logró valores de exportación de 142 mil dólares, mientras que para el 2003 solo llegaron a 48 mil.

Las exportaciones de anona y zapote fueron de 46 mil y 25 mil dólares, mientras que en el 2003 no se exportó anona y solo se exportaron 8 mil dólares de zapote³.

3. Destino

El Salvador es un país comercial, donde las importaciones y exportaciones de bienes representan gran parte de la economía. De igual modo, el país tiene muchos socios comerciales, unos más especializados que otros. Tradicionalmente, los productos de alto valor agregado son importados y exportados a países altamente industrializados, mientras que los productos más simples se comercializan con la región centroamericana. Esto también se cumple en el caso de las frutas, donde los productos con menor valor tienden a quedarse dentro de la región, mientras que los productos de alta calidad se envían a países que pueden pagar el precio adecuado.

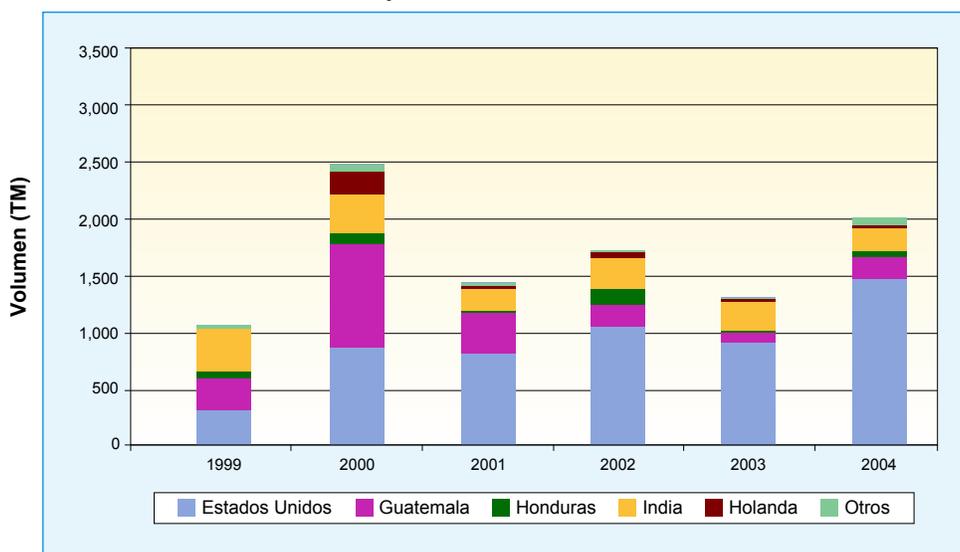
Gráfico 5:
Valor de exportaciones de fruta de El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

³ Reporte de Inteligencia Competitiva (IC) sobre congelados, Abril/2005

Gráfico 6:
Volumen de exportaciones de fruta de El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

Tres cuartos del valor de las exportaciones salvadoreñas tienen como destino el mercado de Estados Unidos. Las exportaciones hacia EEUU dieron un salto en el 2000, gracias al fuerte movimiento de la fruta congelada, aunque también se exporta limón y semilla de marañón. La fruta fresca se envía principalmente hacia Guatemala (productos diversos), Honduras (productos diversos), India (nuez de marañón no procesada) y Holanda (nuez de marañón procesada, limón pérsico). Si se logra mejorar la producción y poscosecha para incrementar la calidad de la fruta (con la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas, HACCP), y obtener la aprobación de los organismos de control de los grandes mercados (APHIS-USDA), se podría diversificar la exportación de fruta para incorporar productos que no están disponibles en grandes cantidades, como el zapote o el jocote.

El gráfico 6 resalta la importancia de Guatemala como socio comercial de El Salvador, y confirma su situación como importador de grandes volúmenes con poco valor. Las exportaciones hacia India son relativamente constantes, y dependen más de la capacidad de producción y entrega de los productores salvadoreños, que de la demanda internacional. Las exportaciones hacia Holanda dependen en gran parte del cumplimiento de las normas exigidas por los clientes, ya sean éstas EurepGap, o de productos y mercados más especializados (producto orgánico, mercado justo).

Estados Unidos recibe un volumen mayor de fruta fresca, aunque la diferencia no es muy grande, especialmente considerando el valor diferente de los productos. La fruta fresca que recibe es el limón pérsico y la semilla de marañón (procesada y en bruto).

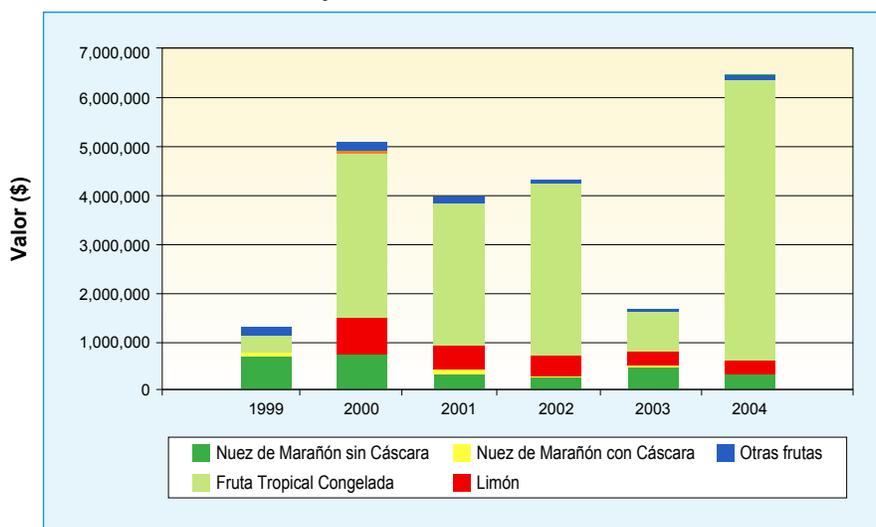
4. Tipos de frutas comercializadas

Existe una gran variedad de fruta comercializada por El Salvador, pero si se pueden distinguir las frutas principales de importación y de exportación. Como país tropical, El Salvador tiene límites en lo que puede producir, especialmente cuando se toma en cuenta la superficie del territorio apto y utilizado para la producción de frutas (y particularmente el área apta y utilizado para cultivos no tropicales).

Por lo tanto, las variedades principales de fruta que importa son cultivos no tradicionales para El Salvador, mientras que las frutas exportadas son los cultivos que son admitidos sin mucho control fitosanitarios a los demás países.

Las exportaciones de fruta fresca de El Salvador dependen casi exclusivamente de la nuez de marañón (principalmente en bruto) y limón pérsico. Sin embargo, ambos valores han caído en los últimos años, dando paso a la venta de fruta congelada, la cual no sufre de restricciones y posee un mercado amplio y en expansión.

Gráfico 7:
Valor de exportaciones de fruta de El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

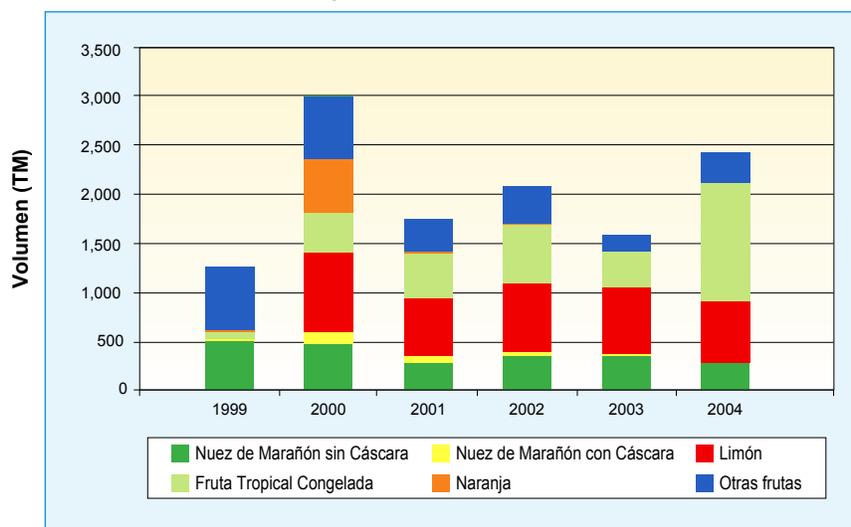
El valor de las frutas congeladas ha permanecido estable hasta el año 2003, en el cual las exportaciones conocieron una disminución considerable en cuanto a valor.

Los volúmenes de fruta exportada se concentran en la fruta fresca, destacando la importancia de la fruta congelada en el comercio de frutas de El Salvador. La fruta congelada representa solamente una pequeña parte del volumen total exportado, lo que hace suponer que un pequeño aumento en el volumen

de la fruta congelada exportada lleva a un gran aumento en el valor.

El limón representa el mayor envío de fruta fresca, destinándose a EEUU y Holanda (donde recibe mejor precio). El problema con el limón yace en su producción, ya que el mejor precio se obtiene en la época de verano, pero los volúmenes de producto con suficiente calidad para la exportación son muy bajos, lo que significa que las empresas exportadoras de limón nunca se encuentran funcionando a su capacidad máxima.

Gráfico 8:
Volumen de exportaciones de fruta de El Salvador



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES con datos de CENTREX, TradeMap

Comportamiento de precios de las frutas en el mercado local

La primera parte del boletín, se enfoca en observar y analizar el comercio exterior de frutas de El Salvador. En esta segunda parte, el enfoque será sobre el comercio en el interior del país. Debido a una escasez de datos sobre volúmenes de fruta comercializados, se hará énfasis solamente su valor, es decir, el precio de venta que el productor o proveedor obtiene de su fruta.

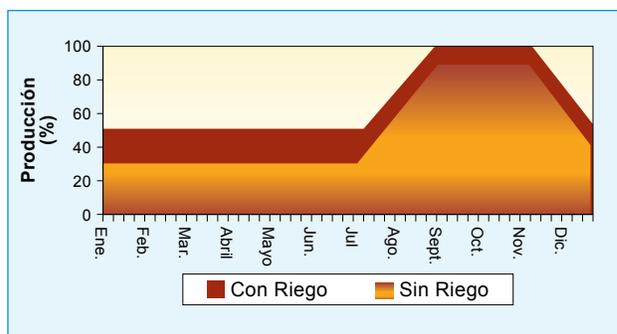
Para comprender mejor los movimientos de los precios de una fruta, es necesario conocer sus estaciones de producción, ya que como todo producto convencional, la fruta esta sujeta a la ley de la oferta y la demanda, y su precio aumenta a medida que su volumen disminuye. Existe una pequeña excepción con estos productos, pues aún al final de su temporada, la fruta no siempre aumenta en precio ya que su calidad también disminuye progresivamente, particularmente en el mercado informal.

Se estudiará el movimiento del precio de once frutas (Coco, Jocote, Limón, Aguacate, Marañón, Mandarina, Mango, Anona, Ciruela, Naranja, Melocotón) en los mercados informales y formales. Estas frutas fueron seleccionadas debido a que poseen un nivel de producción comercial en el país. Para tres de ellas (Limón, Mandarina, Naranja), se mostrará la evolución de precios al consumidor en los últimos 15 años (periodo 1989-2004) para apreciar mejor la tendencia a largo plazo del mercado de las frutas.

COCO

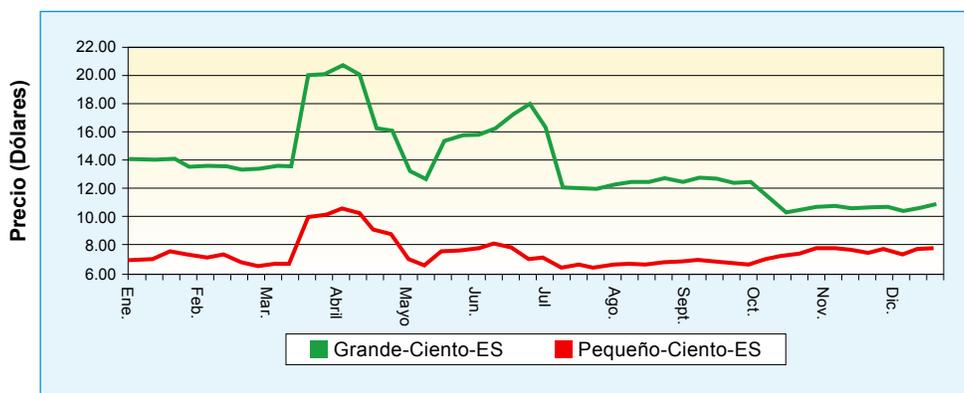
La variedad de coco predominante en El Salvador es el Alto del Pacifico, seguida del Enano Malasino, pero ambas variedades tienen la misma estacionalidad. La producción principal de coco es de agosto a diciembre, ya que el árbol se beneficia por la lluvia, aumentando su rendimiento. La producción en los meses restantes, es de alrededor del 35% de su capacidad total (color café claro en la gráfica), aunque en menor proporción, Sin embargo, es posible aumentar el rendimiento haciendo mejoras en el manejo del cultivo con riego, fertilización y manejo de plagas, incrementando su capacidad alrededor del 55 % (color café oscuro en el gráfico 9).

Gráfico 9:
Estacionalidad del coco (Enano Malasino y Alto del Pacifico)



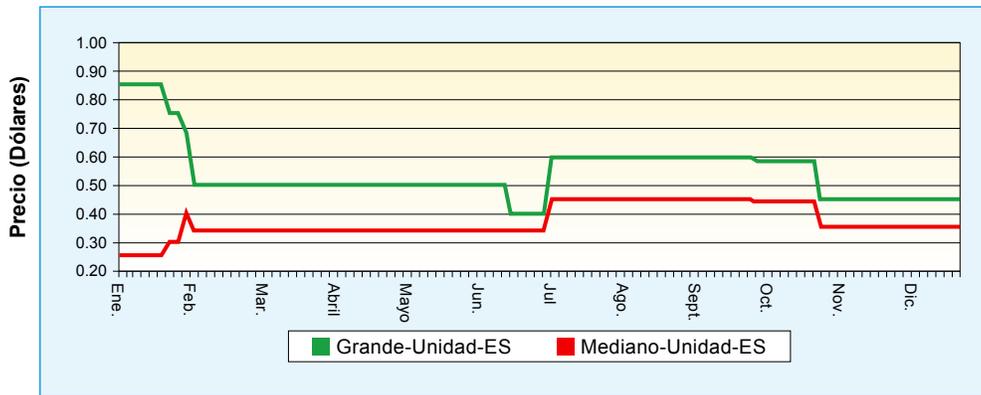
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 10:
Precio del coco, mercado La Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 11:
Precio del coco, mercado formal, año 2004⁴



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

La variedad de mayor disponibilidad en los mercados del país es el Alto del Pacífico. De acuerdo al gráfico 10, el alza del precio se da entre los meses de marzo a julio, coincidiendo con los meses de mayor escasez en la producción. El ciento de coco grande pasó de un valor promedio máximo de \$20.68 la semana del 05 de abril, a un promedio mínimo de \$10.47 la semana del 18 de octubre.

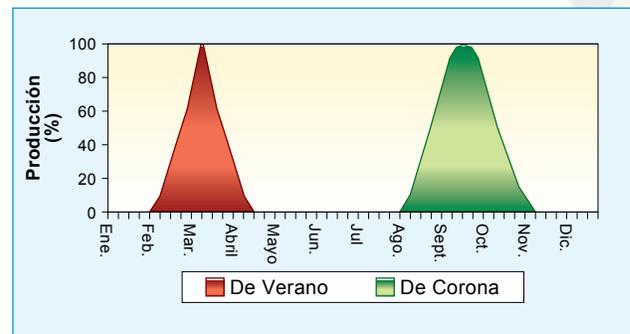
El coco se comercializa de manera unitaria en el supermercado, ya que las porciones son grandes para consumidores individuales. El movimiento del precio es más estable, dependiendo menos de la temporada. El precio promedio del coco grande pasa de un máximo de \$0.85 a un mínimo de \$0.40.

JOCOTE

Las variedades de jocote en El Salvador tienen estaciones muy marcadas. La variedad con mayor área en el país es el jocote de verano (presenta las mismas características que el jocote de azúcarón),

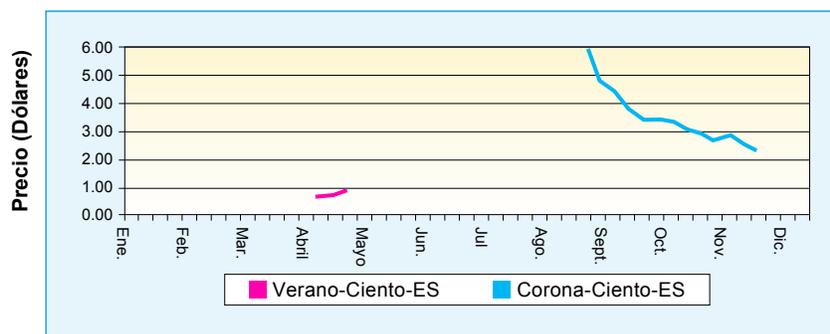
el cual a su vez tiene menor demanda y una estación más corta, siendo esta desde febrero hasta abril (color café en el gráfico 12). La producción de jocote de corona es de agosto a noviembre (color verde en el gráfico 12), siendo esta la de mayor consumo en fresco, pero con menor área y cantidad de producción. Es posible aumentar su rendimiento con riego y fertilización, pero no se puede ampliar de manera significativa su periodo de producción.

Gráfico 12:
Estacionalidad del jocote



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

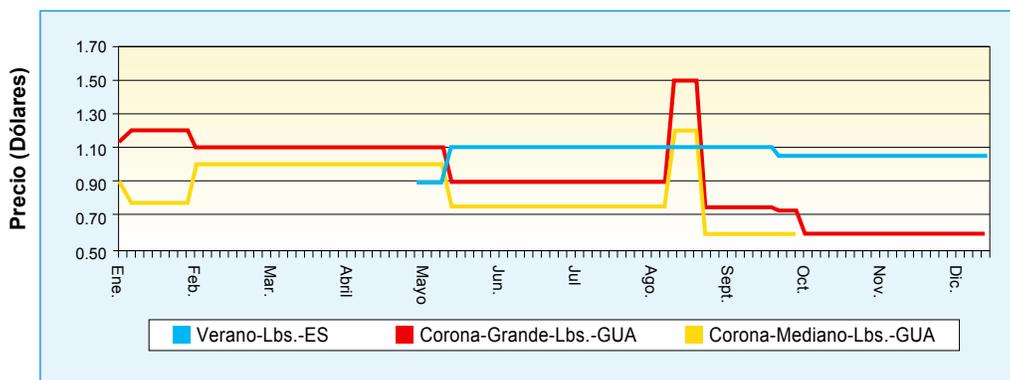
Gráfico 13:
Precio del jocote, mercado La Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

⁴ Debido a la manera en que se recibe y reportan los informes de precio del mercado formal, el eje temporal de las gráficas no está a la medida, y cada unidad corresponde a un informe específico, y no a un día/semana/etc.

Gráfico 14:
Precio del jocote, en supermercados, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

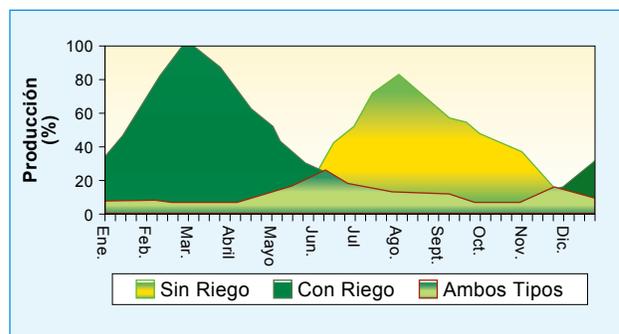
Existen diferentes usos para las variedades de jocote. El jocote de verano y el jocote de azucarón se utilizan principalmente para elaborar conserva, y en menor grado se consume en fresco y se exporta congelado. El jocote de corona se consume principalmente fresco y es el de mayor exportación congelado, incluso es el producto congelado más popular. El precio promedio del ciento de jocote de azucarón pasó de un mínimo de \$0.64 la semana del 12 de abril a un máximo de \$0.87 el 26 del mismo mes. Este corto periodo de venta se debe a una mayor venta informal al público (ventas en la calle). El precio promedio del ciento de jocote de corona paso de un máximo de \$5.90 la semana del 1 de septiembre a un mínimo de \$2.29 la semana del 1 de diciembre. Es importante notar que la época de venta en el mercado, no siempre es la misma que la estacionalidad de una fruta, ya que la estación de la misma fruta importada desde otro país puede ser diferente.

El jocote esta disponible durante más tiempo en el mercado formal, debido a la importación del producto de Guatemala, un gran productor de jocote. Además, es posible sustituir el jocote local con el de Guatemala de manera positiva porque ambos tienen diferentes estacionalidades. El precio promedio de la libra de jocote de azucarón paso de un mínimo de \$0.90 a un máximo de \$1.10. El precio promedio de la libra de jocote de corona grande pasó de un máximo de \$1.50 a un mínimo de \$0.60.

LIMÓN PÉRSICO

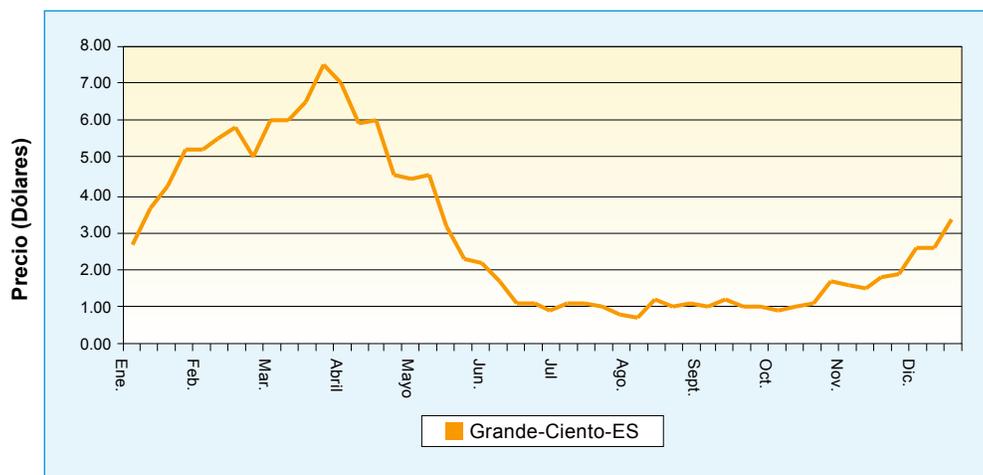
El limón pérsico, al igual que otras frutas, tiene la propiedad de desplazamiento de su producción a través de prácticas de manejo como riego, podas y fertilización. El periodo normal de producción es de junio a noviembre (verde claro en la gráfica), aunque sigue produciendo el resto del año, pero los volúmenes son muy bajos. Con riego y podas, el periodo de producción se desplaza de diciembre a mayo (verde oscuro en el gráfico 15), permitiendo de esta forma producir de manera constante todo el año (aunque la producción desplazada no producirá al 100%).

Gráfico 15:
Estacionalidad del limón pérsico



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 16:
Precio del limón pérsico, mercado La Tiendona, año 2004



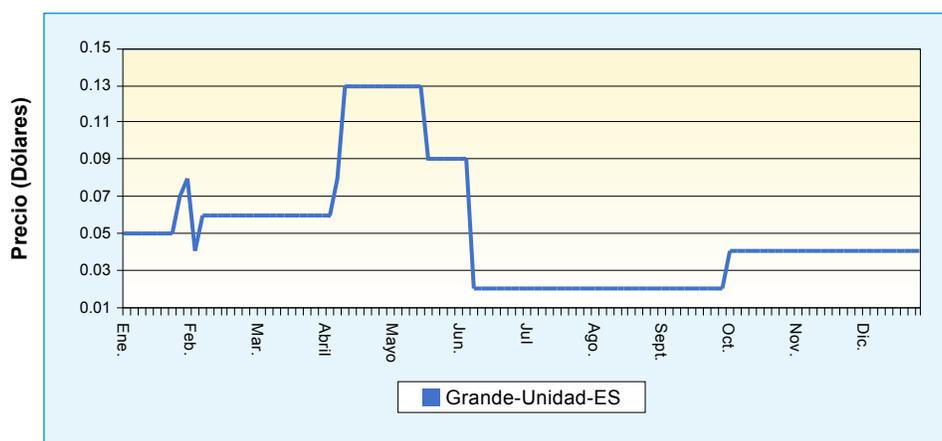
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

El Limón Pérsico, debido a la posibilidad de mover su producción, tiene un rango de precios muy variado. La mayoría de la producción se da durante el invierno, por lo que los precios son muy bajos, incluso en ocasiones debajo de los costos de producción. Sucede al revés durante el verano, pues pocos productores tienen condiciones de riego, que faciliten la producción en verano, por lo que hay poca producción pero precios muy altos. El promedio de ciento de limón pérsico pasa de un máximo de \$7.44 la semana del 22 de marzo a un mínimo de \$0.73 la semana del 09 de agosto.

El precio del Limón Pérsico depende de su estacionalidad, siendo una unidad más valiosa cuando existe escasez general del producto. El precio promedio del limón pérsico pasa de un máximo de \$0.13 a un mínimo de \$0.02 en el mercado formal.

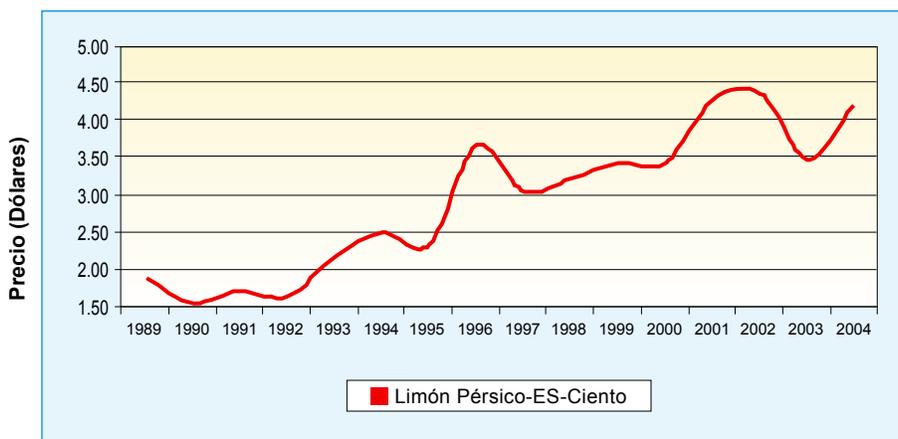
En términos comparativos, y de \$0.20 el ciento a \$1.30 el ciento en el mercado formal, lo que supera por casi un 100% el precio obtenido en el mercado formal e informal.

Gráfico 17:
Precio del limón pérsico, mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 18:
Limón pérsico, precio promedio al consumidor,
La Tiendona y Mercado Central



Fuente: DGEA - MAG

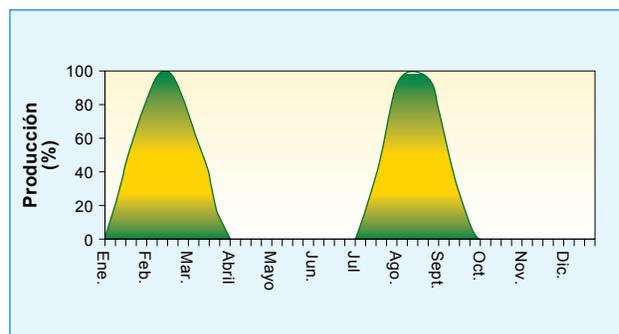
Como marco de referencia, se puede observar (gráfico 18) la tendencia del precio al consumidor del limón pérsico en el mercado informal en el periodo 1989-2004.

en enero y acaba en abril. La segunda, llamada “floración loca” por ser fuera del periodo normal, inicia en julio y acaba en septiembre.

AGUACATE HASS

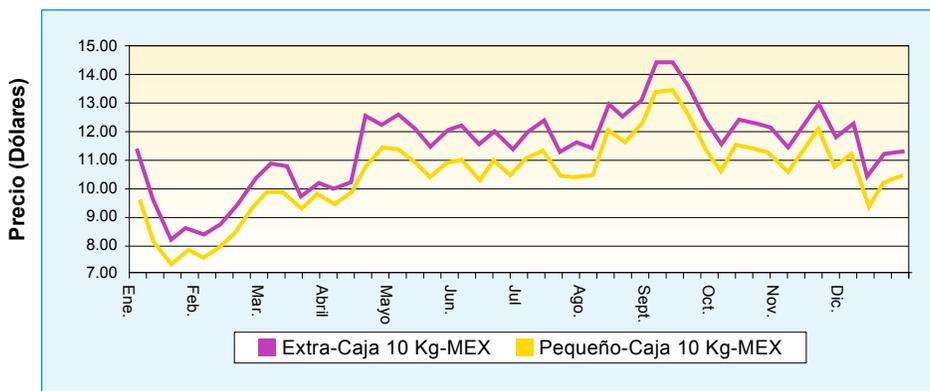
Debido a los requerimientos agroclimáticos de la variedad Hass (principalmente la altitud de siembra), esta fruta no puede ser cultivada tan extensivamente como otras variedades de aguacate. Esta variedad tiene dos floraciones al año, permitiendo dos producciones. Con manejo agronómico del cultivo, se puede aumentar la floración hasta cinco veces por año (México). La primera producción se inicia

Gráfico 19:
Estacionalidad del aguacate hass



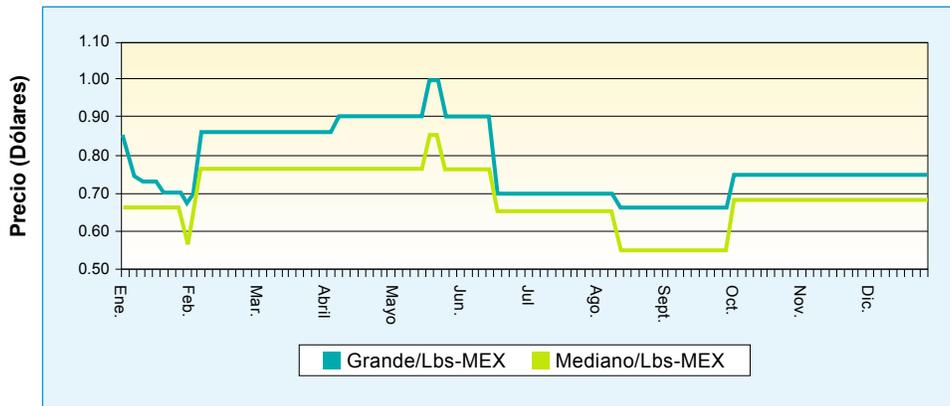
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 20:
Precio del aguacate hass, mercado la Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 21:
Precio del aguacate hass, mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

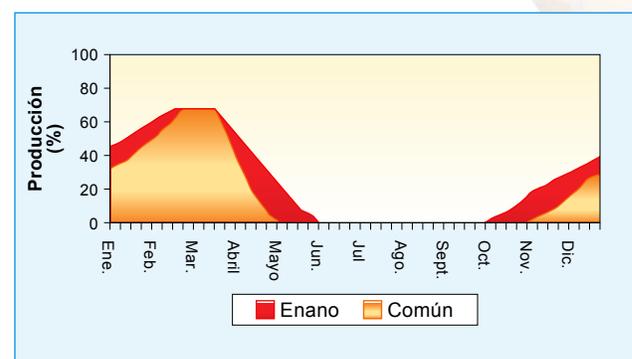
El precio del aguacate hass refleja su disponibilidad en el mercado. Su precio baja al principio del año, y sube durante su periodo de “floración loca”. La mayoría del producto comercializado en el país es producido en México, aunque la mayoría es transportada a través de intermediarios en Guatemala y no directamente. Esta variedad tiene mayor movimiento en el mercado por su disponibilidad todo el año y por la menor incidencia de plagas o enfermedades. El precio promedio de la caja de 10 Kg. paso de un mínimo de \$8.05 la semana del 19 de enero a un máximo de \$14.39 las semanas del 01 y 13 de septiembre. Es importante notar que los tamaños comercializados en el país, a pesar de ser clasificados entre “Extra” y “Pequeño”, son en realidad desde tercera clase mexicana hacia abajo. Esto se debe a que el producto de mejor calidad y tamaño mexicano es exportado en su totalidad hacia Estados Unidos y Europa, dejando el resto para los demás mercados.

Debido a su disponibilidad constante durante los periodos de producción principal, el precio del aguacate hass disminuye. Sin embargo, debido al efecto de la “floración loca”, existe más disponibilidad después de esta segunda floración, por lo que su precio se mantiene bajo más tiempo que después de su primera cosecha. El precio promedio de la libra de aguacate hass grande pasa de un máximo de \$1.00 a un mínimo de \$0.66.

MARAÑÓN

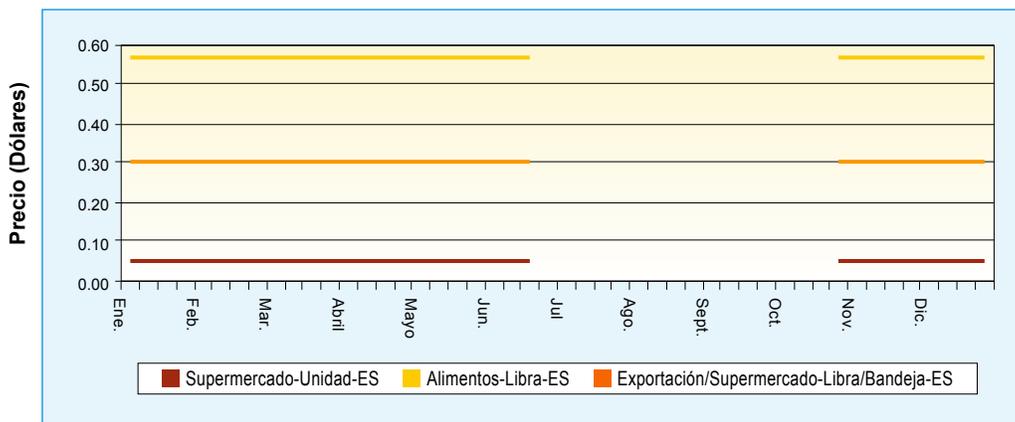
Las variedades de marañón Trinidad, Martínica y Argelino son las mejor conocidas en el país, las características principales son su astringencia y sabor dulce. Recientemente se introdujo a gran escala el tipo de marañón enano precoz, que es menos astringente, lo permite su venta en mayor volumen y una sensación más agradable al comerlo, por lo tanto se puede consumir con mayor frecuencia. El marañón común tiene un periodo estacional de diciembre a mayo (color amarillo en la gráfica 22), mientras que el enano precoz tiene un periodo más largo, llegando desde noviembre hasta junio (color rojo en la gráfica 22).

Gráfico 22:
Estacionalidad del marañón



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

Gráfico 23:
Precio del marañón, mercado formal, año 2004

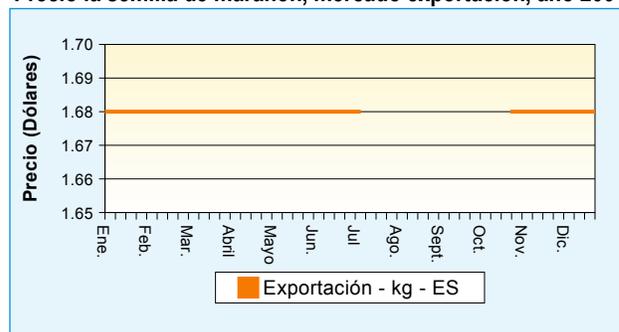


Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

El marañón se distingue por ser una de las pocas frutas que puede comercializarse en varias presentaciones y formas. En la gráfica 23, se observa el caso del falso fruto; este se comercializa en los mercados informales desde hace mucho tiempo, pero los mercados formales siempre han contado con una presencia limitada por las pocas áreas de cultivo a escala comercial sembradas con vocación para falso fruto. Con el apoyo del Programa FRUTALES, se han creado nuevas y extensas áreas, lo que permite el abastecimiento de marañón de buena calidad localmente. Actualmente en el supermercado, el falso fruto se comercializa a granel y en bandejas de tres unidades. El marañón a granel tiene un valor de \$0.05 por unidad, mientras que la bandeja se vende a \$0.30. Restando el costo de los materiales de empaque, el valor es de \$0.25, es decir \$0.083 por marañón, lo que indica que los consumidores y compradores prefieren el producto bien presentado y fácil de manejar. El precio del marañón a empresas de alimentos llega hasta \$0.57 por libra (más IVA). Sin embargo, estas empresas consumen muy poco volumen, por lo que el beneficio es limitado. Por último, el precio del falso fruto para su exportación en presentación congelado es de \$0.30 (más IVA) por libra. (En la grafica 24, el precio del supermercado en bandeja y de exportación es representado por la misma línea debido a que tienen el mismo precio).

El otro producto del marañón que se puede comercializar es la nuez (para comercializar el falso fruto, no siempre se puede retirar la nuez). La nuez puede venderse en bruto, o procesarla en semilla horneada o saborizada. La mayor parte de la exportación nacional es de nuez en bruto hacia procesadores ubicados en la India (los productores nacionales venden su producción a una filial local de la comercializadora, y esta envía el producto a los procesadores). Esto representa más de 90% del volumen de las exportaciones. El precio depende en gran parte de la situación mundial de la semilla de marañón, ya que si los grandes países productores han tenido buenas cosechas, el precio disminuirá, pero si las cosechas son malas, los precios subirán. Los precios promedio del 2004 fueron de \$1.68 por kg., lo que es un alza en el precio comparado al año anterior.

Gráfico 24:
Precio la semilla de marañón, mercado exportación, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

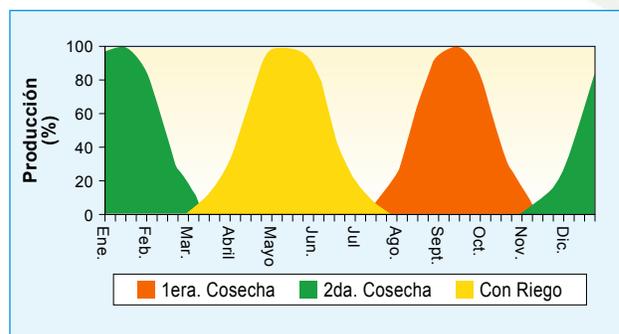
MANDARINA

La mandarina es otro cítrico cuya cosecha puede ser desplazada por medio de riego, poda y fertilización. La primera cosecha, de agosto a octubre (amarillo con anaranjado oscuro en la gráfica 25), y la segunda cosecha, de diciembre a febrero (anaranjado oscuro con amarillo en la grafica 25) ocurren naturalmente, pudiéndose incrementar el rendimiento con riego y fertilización. Es posible obtener una cosecha de abril a junio a través del mismo procedimiento que el limón pérsico.

La mandarina esta disponible en el mercado informal principalmente durante su época de producción normal. Fuera de esa época, no tiene mucho movimiento en el mercado informal. La curva de

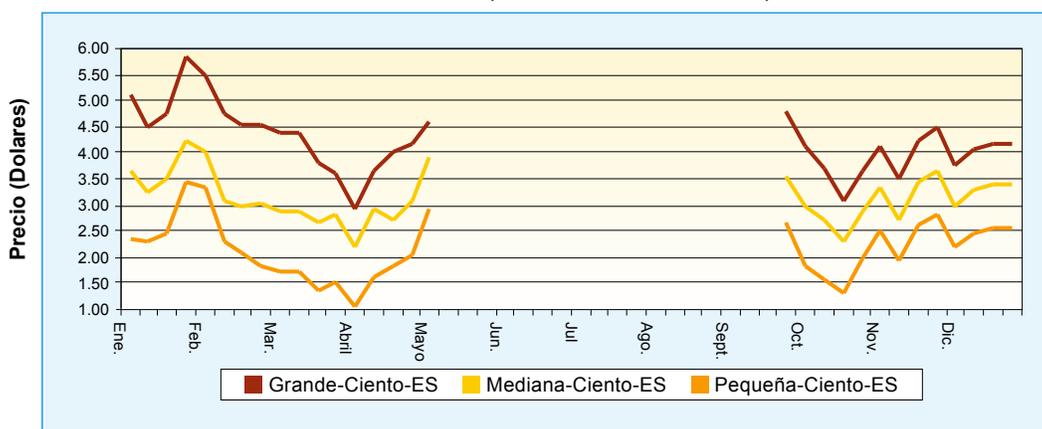
precios es relativamente estable durante la primera cosecha, pero luego de la segunda tiende a disminuir. El precio promedio del ciento de mandarina grande pasa de un máximo de \$5.85 durante la semana del 26 de enero a un mínimo de \$2.93 la semana del 5 de abril.

Gráfico 25:
Estacionalidad de la mandarina



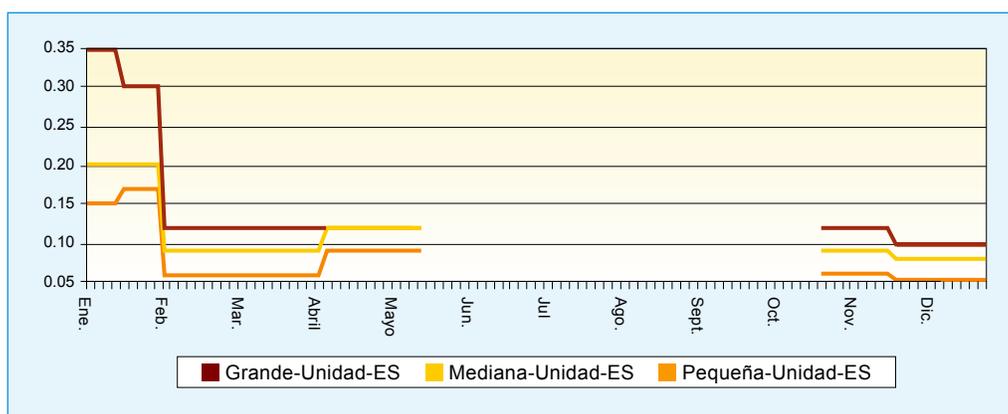
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 26:
Precio de la mandarina, mercado La Tiendona, año 2004



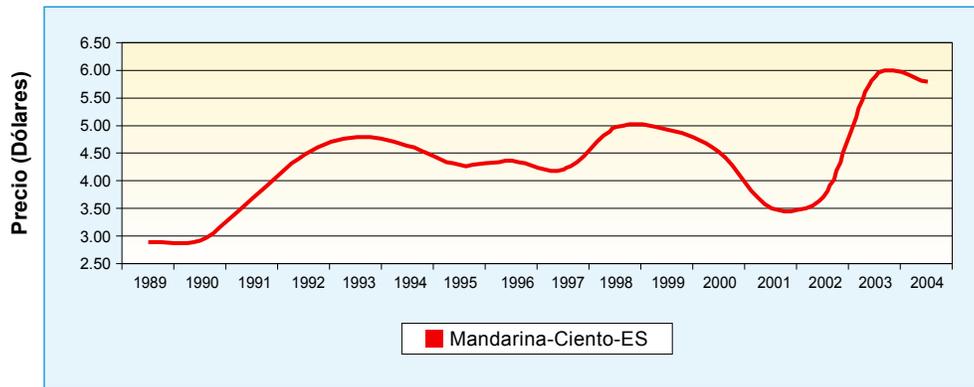
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 27:
Precio de la mandarina, mercado informal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 28:
Mandarina, precio promedio al consumidor, La Tiendona y Mercado Central



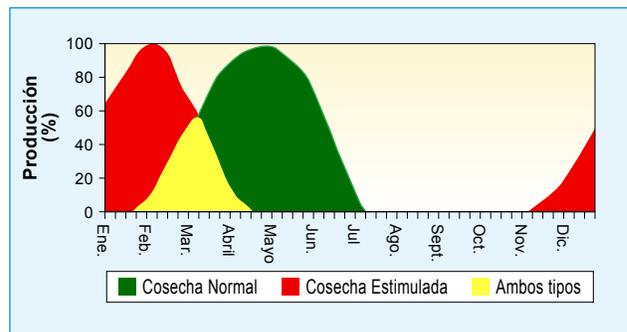
Fuente: DGEA - MAG

La presencia de la mandarina en el mercado formal es similar que en el mercado informal, indicando una oportunidad amplia para proveer producto al mercado en su época de escasez. El precio promedio de la mandarina grande pasa de un máximo de \$0.35 a un mínimo de \$0.10.

Como marco de referencia, se observa (gráfico 25) la tendencia del precio al consumidor de la mandarina en el mercado informal durante el periodo 1989-2004.

aunque hacerlo con el mango indio depende mucho si se desea obtener mango verde, sazón o maduro. La cosecha normal empieza en febrero y termina en junio (verde con rojo en la grafica. La cosecha estimulada empieza en diciembre y termina en abril (rojo y verde en la gráfica).

Gráfico 29:
Estacionalidad del mango (Criollo y Tommy Atkins)

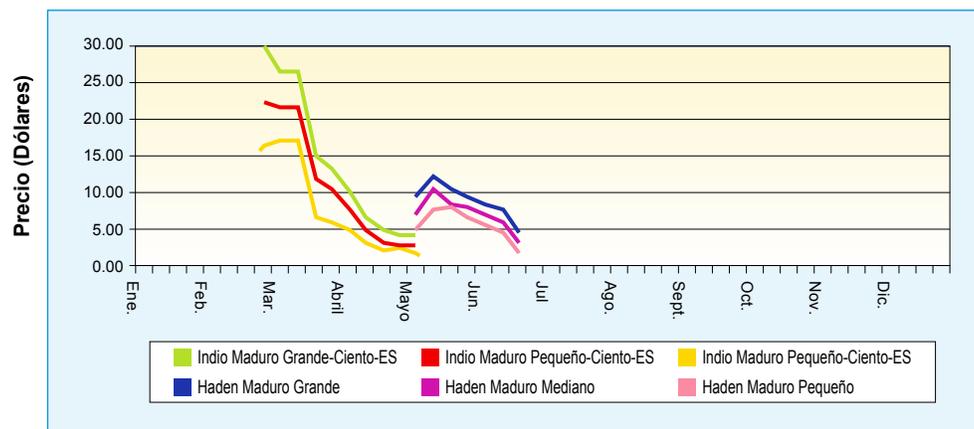


Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

MANGO

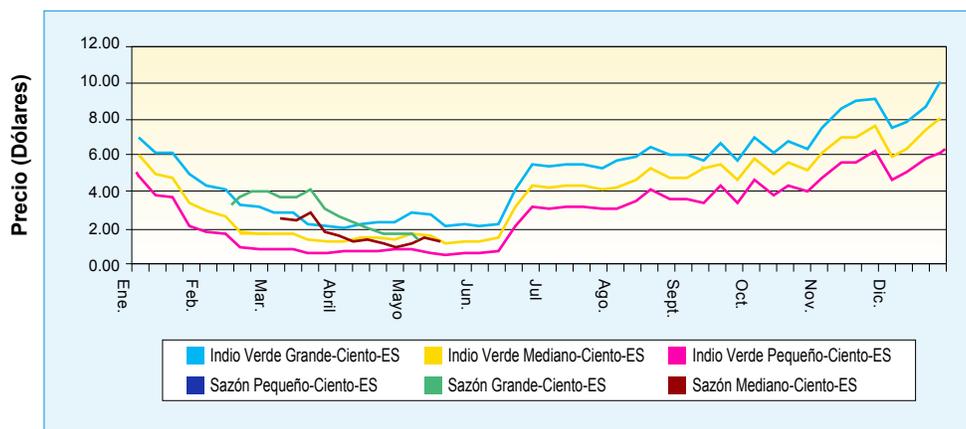
Existen una gran variedad de mangos en El Salvador, la variedad india es la más común seguido por Tommy, Haden, Panades y otros. La cosecha del mango indio y Tommy Atkins pueden ser estimuladas,

Gráfico 30:
Precio del mango (indio maduro y Haden), mercado La Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 31:
Precio del mango (indio sazón e indio verde), mercado La Tiendona, año 2004

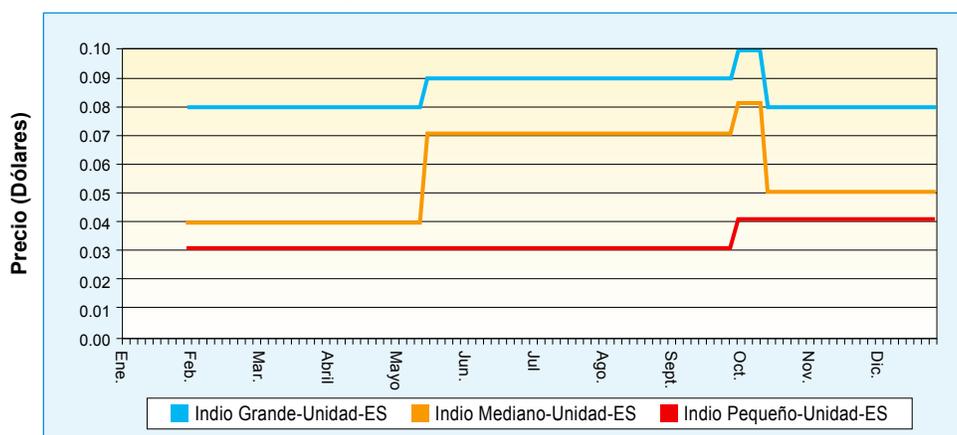


Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

Debido al gran número de variedades de mango, se examinarán por separado. En el gráfico 27 se puede observar la tendencia del mango indio maduro y el mango haden, ambas variedades con un precio relativamente alto. Sin embargo, debido a la disminución en el precio del mango maduro, eventualmente es más rentable cosechar el mango sazón o verde, ya que se obtienen precios similares a un menor tiempo y costo. El precio promedio del ciento de mango indio maduro grande, paso de un máximo de \$29.78 durante la semana del 23 de febrero, a un mínimo de \$4.18 durante la semana del 3 de mayo. El ciento de mango haden grande, paso de un promedio máximo de \$12.58 durante la semana del 10 de mayo, a un mínimo de \$4.80 durante la semana del 14 de junio.

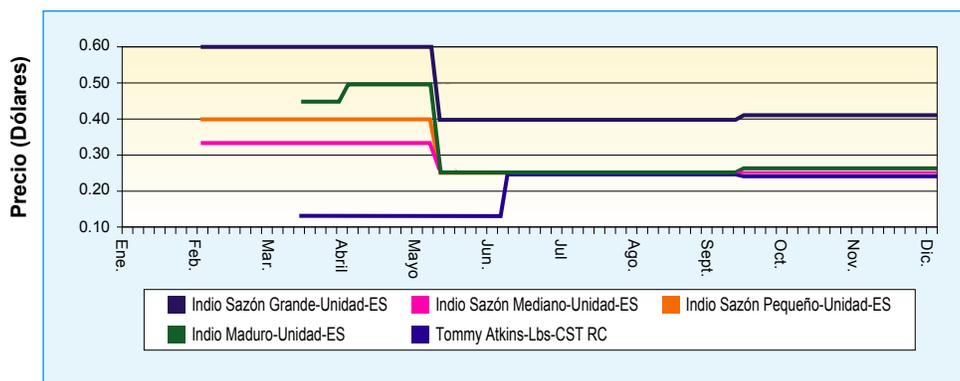
El mango verde esta presente en el mercado informal nacional todo el año, pero en el gráfico 28 se observa que, su precio aumenta conforme se aleja de sus épocas de cosecha. Esto tiene varias causas. Primero, el mango indio puede ser traído de otro país si hay escasez en el mercado local. Y segundo, existen varias variedades muy similares que son agrupadas dentro de la variedad india, por lo cual algunas de ellas producen fuera de la época normal de producción. El precio promedio del ciento de mango indio verde grande, paso de un mínimo de \$2.09 durante la semana del 5 de abril, a un máximo de \$10.06 durante la semana del 27 de diciembre. El precio promedio del ciento de mango indio sazón grande, paso de un máximo de \$4.15 durante la semana del 5 de abril, a un mínimo de \$1.62 durante la semana del 17 de mayo.

Gráfico 32:
Precio del mango (indio verde), mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTALES

Gráfico 33:
Precio del mango (indio sazón, maduro y Tommy Atkins),
mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

El mango verde esta disponible en el mercado formal durante todo el año. Al igual que en el mercado informal, su precio sube a medida que la producción baja, específicamente durante la segunda mitad del año; luego baja al final del año hasta que termina la temporada normal de cosecha. El precio promedio del mango verde grande paso de un mínimo de \$0.08 a un máximo de \$0.10.

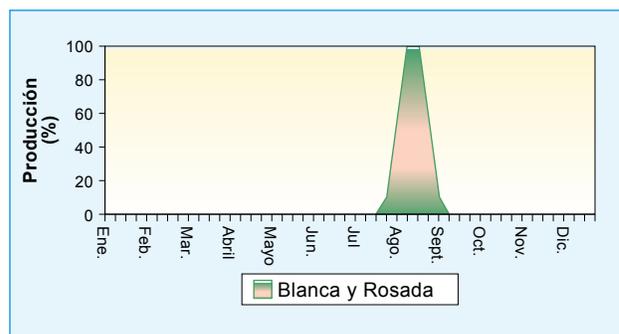
El mango indio sazón y maduro están disponibles en el mercado formal a través del año, porque obtienen un mayor precio en este mercado con respecto al informal, justificando el costo extra de venta. Esto es evidente, ya que el precio promedio del mango sazón grande pasa de un máximo de \$0.60, a un mínimo de \$0.40 por unidad; el mango maduro pasa de un máximo de \$0.50, a un mínimo de \$0.26. El mango Tommy Atkins, solamente obtiene un precio alto cuando existe escasez de otros tipos de mango, en parte por su deficiencia en sabor comparado con los demás. El precio promedio por libra del mango Tommy Atkins pasa de un mínimo de \$0.13, a un máximo de \$0.25. Cabe resaltar que un mango Tommy es más grande que un mango indio, por lo tanto su peso mayor, esto explica su precio relativamente bajo por libra.

ANONA

La anona es una de las frutas en el país con la estación más marcada, solo se produce de agosto a septiembre, lo que limita su oferta e incrementa la demanda. Esto, junto con las pocas áreas comerciales de producción, hace de la anona una fruta muy apta para el procesamiento.

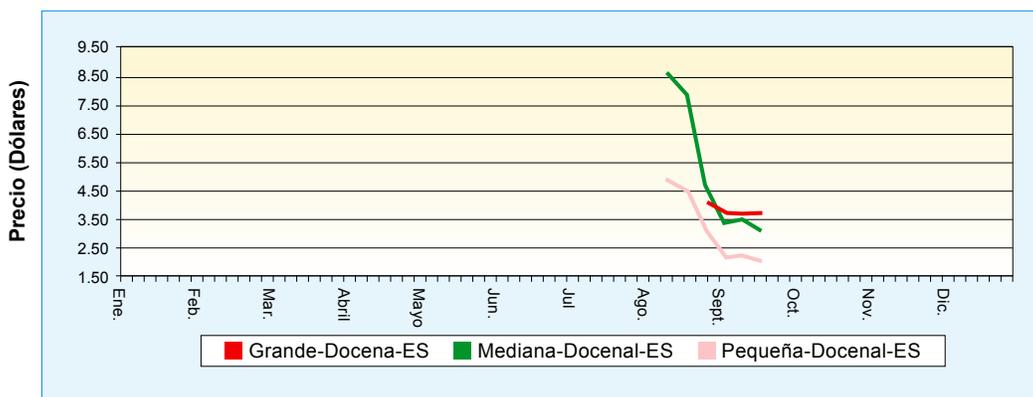
Por su estacionalidad, la anona tiene un precio muy alto al iniciar la temporada, pero cae rápidamente al entrar totalmente la cosecha. Por lo tanto, cualquier avance en el tiempo de la cosecha puede mejorar considerablemente su precio. El precio promedio de la docena de anona mediana, paso de un máximo de \$8.62 durante la semana del 9 de agosto, a un mínimo de \$3.05 durante la semana del 20 de septiembre.

Gráfico 34:
Estacionalidad de la anona



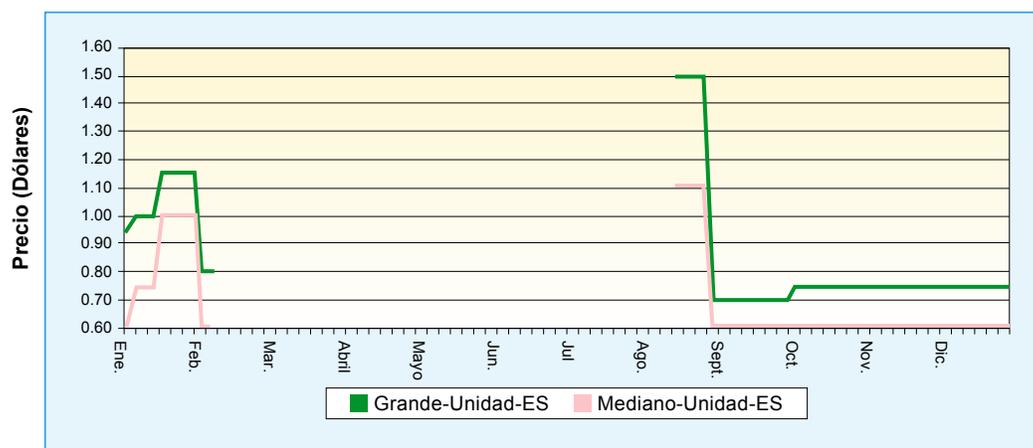
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 35:
Precio de la anona, mercado La Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 36:
Precio de la anona, Mercado Formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

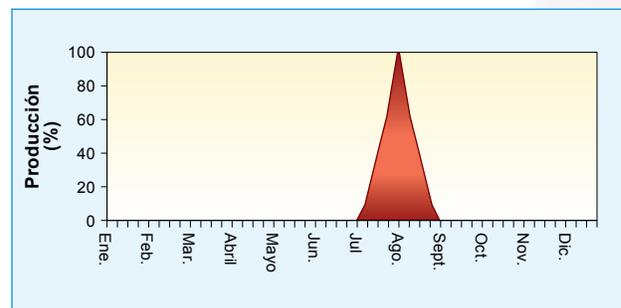
El precio de la anona al comienzo de su estación es muy sensible, si un productor logra llegar antes que los demás, puede lograr un muy buen precio por unidad. Sino, deberá competir fuertemente con base en la sanidad y apariencia de la fruta. La disponibilidad en el mercado informal se alarga porque otros países tienen una estacionalidad diferente, logrando extender la estación hasta febrero. El precio promedio de la anona grande pasó de un máximo de \$1.50 a un mínimo de \$0.70.

CIRUELA

La ciruela es otra de las frutas con época de cosecha corta, y además, con requisitos agroclimáticos muy

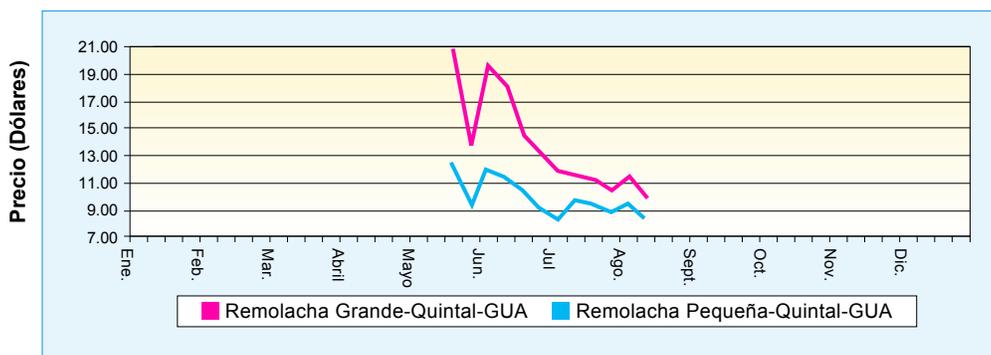
rigurosos. Por estas razones, su desarrollo local es limitado. Sin embargo, existe muy poca oferta, y la fruta comercializada en el país proviene en su totalidad de Guatemala. Su cosecha es de julio a agosto.

Gráfico 37:
Estacionalidad de la ciruela



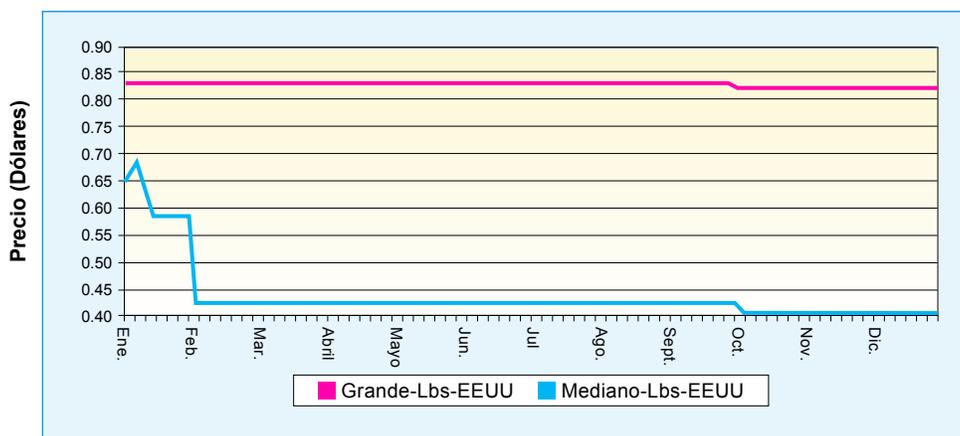
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 38:
Precio de la ciruela, Mercado la Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 39:
Precio de la ciruela, mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

El precio de la ciruela baja a medida que su cosecha entra en vigor. El precio promedio del quintal de Ciruela grande, paso de un máximo de \$21.16 durante la semana del 17 de mayo, a un mínimo de \$9.85 durante la semana del 9 de agosto.

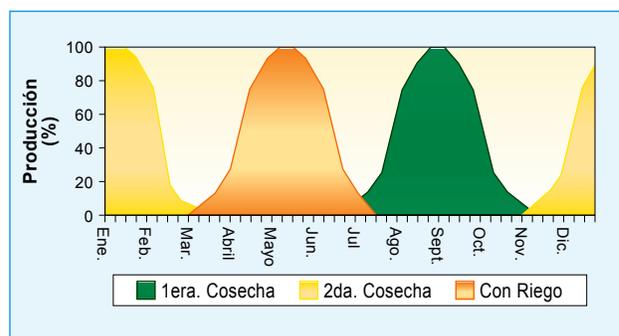
La ciruela está disponible a lo largo del año en el mercado formal gracias a la importación de este producto de los Estados Unidos. Esto permite un precio muy estable, omitiendo la falta de producto ocasional. El precio promedio de la libra de ciruela grande paso de \$0.83 a \$0.82.

octubre, una segunda cosecha de diciembre a febrero, y la posibilidad de una cosecha diferida con poda, fertilizante y riego de abril a junio. Esto le permite permanecer en el mercado a lo largo de todo el año.

NARANJA

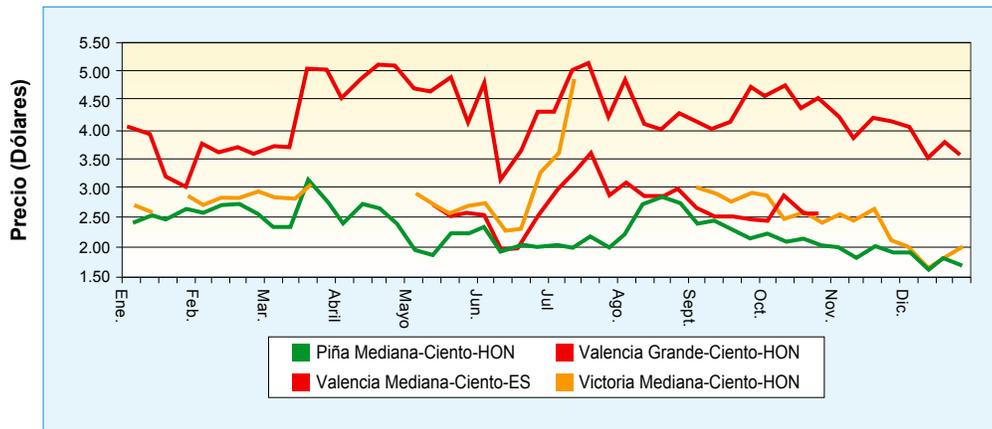
La estacionalidad de la naranja es similar a la mandarina, con una cosecha normal de agosto a

Gráfico 40:
Estacionalidad de la naranja



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 41:
Precio de la naranja, mercado La Tiendona, año 2004



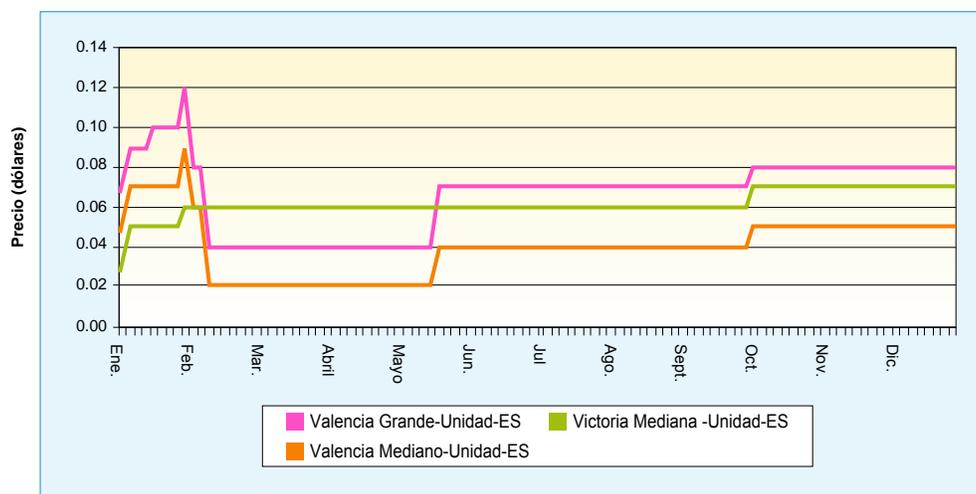
Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Si la naranja se cultiva en un clima cálido y no es afectada por frío durante el crecimiento de la fruta, retendrá su color verde aún durante el periodo de maduración. Esto causa una baja en su precio, ya que su apariencia no es la de una naranja típica. Esto puede ajustarse con el proceso llamado desverdizado. La producción nacional de naranja expone de manera muy particular ciertos problemas típicos de la fruticultura salvadoreña: el mal manejo de la plantación y el robo de la fruta. Por este motivo, la mayoría de la fruta comercializada en el país es de origen extranjero. La fruta nacional con mayor movimiento es de la variedad valencia.

El precio de los diferentes tipos de naranja es estable con leves alzas durante el año. El precio promedio de la naranja valencia grande pasa de \$0.12 a \$0.04, el de la valencia mediana pasa de \$0.02 a 0.09, y el de la victoria mediana pasa de \$0.03 a \$0.07.

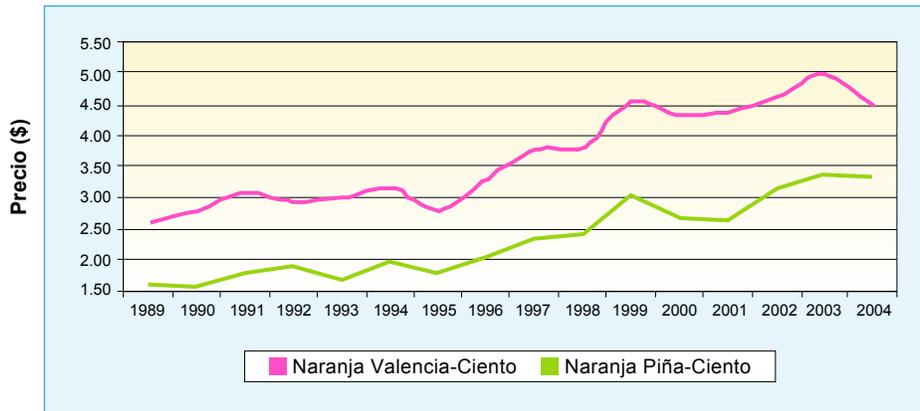
El gráfico 41 sirve de referencia para observar la tendencia del precio al consumidor de la naranja Valencia y Piña en el mercado informal en el periodo 1989-2004.

Gráfico 42:
Precio de la naranja, mercado formal, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 43:
Naranja, precio promedio al consumidor,
La Tiendona y Mercado Central



Fuente: DGEA - MAG

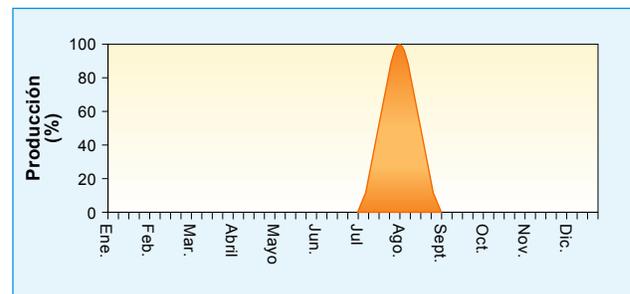
MELOCOTÓN

El melocotón es una fruta de clima fresco, necesita una altitud importante para su desarrollo pleno. Por esta razón, no existen suficientes áreas disponibles para el cultivo de esta fruta en el país. Por estas restricciones, su estacionalidad es relativamente limitada, siendo desde el mes de julio a septiembre.

La disponibilidad de melocotón en el mercado, refleja su estación, la cual inicia de junio y termina en noviembre. Esta prolongación se debe a la importación de producto de Guatemala, donde la temporada cosecha se puede extender, ya que cuenta con condiciones climáticas adecuadas. Su precio incrementa durante su estación, reflejando la alta demanda que

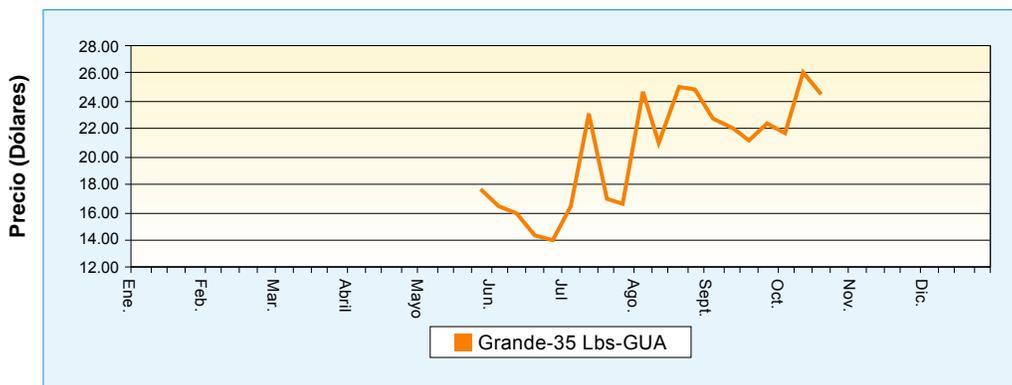
tiene. El precio promedio de la jaba de 35 libras de melocotón grande, paso de un mínimo de \$13.89 durante la semana de 21 de junio, a un máximo de \$26.02 durante la semana del 11 de octubre.

Gráfico 44:
Estacionalidad de la melocotón

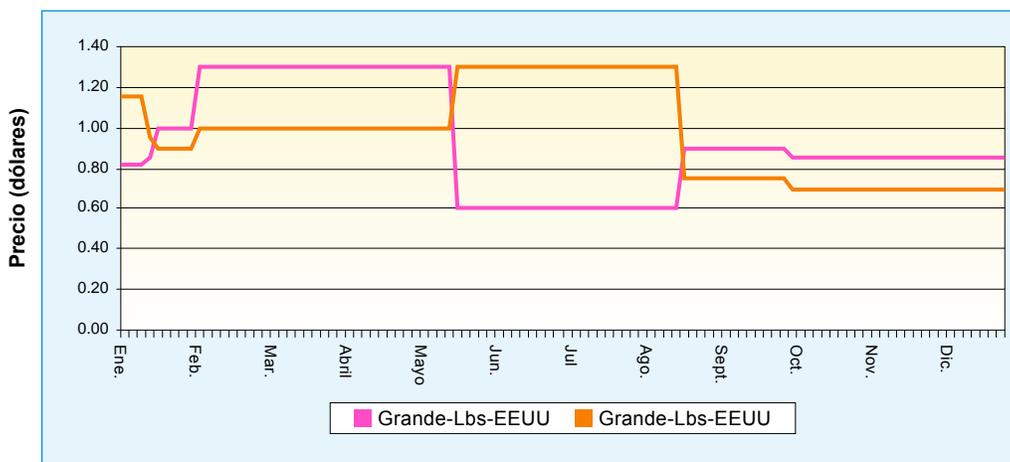


Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 45:
Precio del melocotón, mercado La Tiendona, año 2004



Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

Gráfico 46:
 Precio del melocotón, mercado formal, año 2004


Fuente: Elaboración MAG - FRUTAL ES

A diferencia del mercado informal, el melocotón está disponible todo el año en el mercado formal. Los principales proveedores son Estados Unidos y Guatemala, aunque el producto proveniente de Guatemala por lo general tiene otro origen. Estos proveedores aprovechan al máximo la imposibilidad de producir melocotón en la región fuera de la

estacionalidad local. Estados Unidos tiene la ventaja de la alta calidad de su producto sobre Guatemala, pues aún durante la estación de cosecha, EEUU obtiene mejores precios. El precio promedio de la libra de melocotón grande paso de un máximo de \$1.30 a un mínimo de \$0.60.

Conclusiones

Actualmente El Salvador es un importador neto de frutas, exportando en promedio una fruta por cada cincuenta que importa. Aunque se debe de tomar en cuenta que muchas de las frutas importadas no se pueden cultivar en el país, las demás son de clima tropical o sub-tropical y teóricamente las importaciones podrían ser sustituidas parcialmente por cultivos nacionales. Sin embargo, las áreas limitadas aptas para la fruticultura y la poca inversión en la infraestructura frutícola (formación, asociatividad, infraestructura rural) no permiten un desarrollo adecuado de todas las especies frutícolas, se deben seleccionar ciertos cultivos con mayor potencial.

Las exportaciones están concentradas casi exclusivamente en las frutas congeladas, con énfasis en los pocos mercados a los cuales se exporta (en su mayoría mercados étnicos y de nostalgia), y en la falta de procesos fitosanitarios adecuados para

poder enviar la fruta fresca. Esto significa que los productores deberán aumentar sus esfuerzos en mejorar la calidad e invertir en procesos que permitan garantizar la seguridad fitosanitaria de la fruta a los países importadores (ejemplo, con procesos hidrotérmicos, radiación, etc.). De esta manera, se puede enviar fruta fresca a los mercados ya abastecidos, y entrar con mayor facilidad a los mercados tradicionales.

En el mercado local, el más importante siguen siendo el informal, a pesar de la gran diferencia de precios entre estos y los formales. Parte del problema es la falta de tenacidad de los productores por la fuerte exigencia de calidad y constancia del mercado formal, y la falta de una conciencia empresarial que les permita ver las ventajas por encima de los retos. Aunque el pago es al crédito y existe la posibilidad de devoluciones, el mercado formal tiende a compensar el esfuerzo con mejores precios,

permanencia a lo largo del año, y un mejor posicionamiento del producto y su marca.

Entre las frutas producidas localmente, las que tienen mayor potencial, por su valor sustitutivo, y por su fuerte demanda interna y externa, son el coco, jocote, limón pérsico, y marañón.

El coco se limita al mercado nacional. El crecimiento del consumo en los últimos años ha incrementado las importaciones, porque la mayoría de las plantaciones nacionales son viejas y producen menos cada año. Los nuevos cultivos compensan la producción de los viejos cultivos, pero solamente un aumento constante de nuevas áreas podrá incrementar la producción para satisfacer la demanda sin tener que aumentar las importaciones.

En el caso del jocote (de verano y de corona), representa el mayor rango de las frutas congeladas exportadas, aunque no se ha desarrollado al máximo, ya que existe una deficiencia marcada de la oferta con respecto a la demanda. Como producto congelado, se puede preservar aún fuera de su estación, por lo que técnicamente no debe haber problemas de abastecimiento durante el año. Pero los precios suben rápidamente después de su estación, pues casi toda la producción se vende en los primeros meses. Si se incrementa el área, y se logra una calidad pre y poscosecha aceptable (el transporte se dificulta, porque el jocote debe estar en un estado avanzado de maduración para congelarlo sin problema, por lo que se vuelve más frágil), se podrá aumentar el nivel de ventas a los exportadores, y los exportadores podrán ofrecer su producto de manera continua sin problemas de abastecimiento.

La fruta de mayor exportación nacional en fresco es el limón pérsico. El problema en este caso no necesariamente es el volumen de producción, que es relativamente adecuado, sino la falta de desplazamiento de las cosechas. El mejor precio para el limón pérsico a nivel local y de exportación, se logra entre diciembre y mayo, que es la temporada seca en el país. La temporada seca coincide con la temporada seca en varias regiones del mundo,

creando una escasez general del producto durante ese tiempo. Si se invierte en riego y manejo del cultivo, se puede desplazar una parte importante de la producción hacia la época de escasez, aprovechando los mejores precios que se obtendrían y disminuyendo la sobreproducción de la época lluviosa, cuando gran parte de la fruta no se logra vender y se desperdicia.

La fruta con mayor potencial de crecimiento es el marañón. El consumo en el país del falso fruto todavía es reducido, esto se debe a que el marañón nunca se ha considerado seriamente como un cultivo comercial, sino como un frutal utilizado para extraer su nuez. Por esta razón la calidad del falso fruto nunca ha sido sobresaliente. Aunque el procesamiento de la nuez no es muy recomendable (por el número y tamaño de los grandes procesadores mundiales, que tienen economías de escala y bajos precios), se puede optar por varias alternativas. La primera es simplemente incrementar la calidad de los cultivos para vender el falso fruto en fresco, lo cual ha tenido éxito con algunos de los productores vinculados al Programa **FRUTAL ES**. La segunda es especializarse en la producción de semilla de marañón orgánica. Esta alternativa es probablemente la más costosa y difícil de implementar, porque necesita varias condiciones especiales. La tercera es desarrollar productos derivados del marañón, como el néctar, concentrado, marañón pasa, y otros. Sin embargo, se debe de hacer un estudio detallado antes de iniciar este tipo de negocio, pues por ser un producto nuevo, su aceptación no es automática.

Con base en esta información se pueden identificar dos estrategias generales a ejecutar. La primera es la sustitución de la importación. Esta estrategia solo es posible con aquellas frutas que se pueden cultivar en el país, de manera eficiente y a un costo similar que los productores internacionales (diferenciándose como producto nacional y por precio gracias a la reducción del costo de transporte). La segunda es la focalización de las exportaciones, concentrando las inversiones en las frutas con un mercado internacional fuerte y en expansión, como el del limón pérsico y la fruta tropical congelada.

OTRAS PUBLICACIONES Y DOCUMENTOS DEL PROGRAMA MAG-FRUTAL ES



Estas publicaciones se encuentran disponibles en
www.agronegocios.gob.sv y en www.camagro.com/frutales



PROGRAMA NACIONAL DE FRUTAS DE EL SALVADOR



SERVICIOS QUE SE OFRECEN

- **Provisión de Materiales Genéticos**
- **Capacitación y Asistencia Técnica en:**
 - Viveros
 - Manejo de Plantaciones
 - Agroindustria y Poscosecha
 - Organización y Mercadeo
- **Apoyo a la Gestión Financiera**
- **Divulgación de Información**



INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA

Avenida Manuel Gallardo y Final 1a. Av. Norte, Santa Tecla, El Salvador, C.A. Apto. Postal 1-69, Santa Tecla.

Teléfonos: (503) 2241-1550 • Fax: (503) 2241-1566 • e-mail: iicaelsalvador@iica.org.sv

Web: www.agronegocios.gob.sv • www.camagro.com/frutales