

---

# PERFIL DE MERCADO PIÑA



Abril 2009

---

---

# Índice

## Sumario

1. Introducción .....	1
1.1. Descripción del producto.....	1
1.2. Partidas arancelarias .....	1
1.3. Metodología .....	2
2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas.....	3
3. Principales mercados importadores en el mundo .....	4
4. Principales competidores.....	6
5. Tendencias en el mercado .....	8
5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento .....	8
5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento.....	8
5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio .....	9
5.4. Tendencias en los segmentos .....	10
5.5. Desarrollo de los precios.....	11
6. Tendencias en el producto.....	11
6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación .....	11
6.2. Tendencias en las especificaciones de producto .....	12
6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado.....	13
7. Puntos críticos de acceso a mercados .....	14
7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP.....	14
7.2. Trazabilidad .....	14
7.3. Requisitos generales para todos los productos.....	15
7.4. Requisitos específicos para la piña .....	15
8. Oportunidades .....	15
9. Ferias y sitios de comercio virtual.....	16
9.1. Ferias.....	16
9.2. Sitios de comercio virtual.....	16
Fuentes de información .....	17
Fuentes fotográficas.....	17

---

---

## Sumario

El presente estudio hace un análisis del comercio internacional de la piña así como también de las principales tendencias en los mercados mundiales para este producto y las oportunidades que éstos ofrecen para la piña.

- La piña tropical proviene de Sudamérica, concretamente de Brasil donde la encontraron los colonizadores españoles y portugueses. Es el fruto de la planta conocida como "ananá", los portugueses continúan manteniendo este nombre originario que para los indígenas significa "fruta excelente".
  - El principal país importador de piñas frescas o secas a nivel mundial es Estados Unidos de América con una participación del 24% en las importaciones mundiales de este producto.
  - El principal país exportador de piñas frescas o secas es Costa Rica con una participación de 33% en las exportaciones mundiales de este producto en el año 2007, abarcando un tercio del comercio mundial.
  - El principal país importador de piñas en conserva es Estados Unidos de América con una participación del 30% en las importaciones mundiales de este producto para el año 2007.
  - El principal país exportador de piñas en conserva es Tailandia con una participación del 49% en las exportaciones mundiales de este producto para el año 2007.
  - Las tendencias actuales en los consumidores muestran su intención de adoptar un estilo de vida más sano y un interés creciente en experimentar nuevos sabores; es por eso que se están inclinando por el consumo de fruta fresca en general y en el consumo de piña particularmente.
  - La mayoría de las piñas son importadas por unos cuantos países de la UE. Los puertos de Antwerp en Bélgica y Róterdam en los Países Bajos son los puntos de entrada más importantes de la UE.
-

---

# 1. Introducción

La crisis financiera mundial que se generó a mediados del año 2008 impacta de manera negativa al comercio internacional; en el presente estudio, las estadísticas de importaciones y exportaciones figuran datos oficiales al 2007, por lo que las tendencias que puedan generarse a partir de ese periodo hasta el 2008 pueden verse afectadas en mayor o menor medida por la crisis que se dio en los últimos dos trimestres del 2008, dependiendo del tipo de producto en cuestión.

En el caso específico del comercio de frutas, las piñas junto con la papaya, el mango, la sandía, los melones y los cítricos son las frutas que tienen más demanda en los mercados europeos y estadounidenses; pero con la crisis mundial ninguna fruta es inmune a sufrir una disminución en su demanda.

## 1.1. Descripción del producto

La piña pertenece a la familia de las Bromeliáceas, que comprende unas 1.400 especies de plantas, casi todas herbáceas, de hoja perenne y con flores muy llamativas.

La piña tropical proviene de Sudamérica, concretamente de Brasil donde la encontraron los colonizadores españoles y portugueses. Es el fruto de la planta conocida como "ananá", los portugueses continúan manteniendo este nombre originario que para los indígenas significa "fruta excelente".

La piña baby, es una piña enana procedente de Sudáfrica, muy aromática y con las mismas propiedades de la piña pero corregidas y aumentadas.

Se conocen tres variedades botánicas de piña tropical: Sativus (sin semillas), Comosus (forma semillas capaces de germinar) y Lucidus (permite una recolección más fácil porque sus hojas no poseen espinas).

Los principales países productores son China, Estados Unidos, Brasil, Tailandia, Filipinas, Costa Rica y México.

Podemos disponer de esta preciada fruta en cualquier época del año, dado que su cultivo se realiza en distintos países muy distantes geográficamente.

La pulpa es muy aromática y de sabor dulce. Las piñas pequeñas suelen tener un sabor más delicado que las grandes. La piña baby tiene las propiedades gustativas de la piña tropical, corregidas y aumentadas.

La fruta está madura cuando cambia el color de la cáscara del verde al amarillo en la base de la misma. Las piñas son frutas no climatéricas, por lo que se deben cosechar cuando estén listas para consumirse, ya que no maduran después de su recolección.

Un contenido mínimo de sólidos solubles de 12% y una acidez máxima del 1% asegurarán un sabor mínimo aceptable a los consumidores.

## 1.2. Partidas arancelarias

Las partidas arancelarias utilizadas en el presente estudio son las siguientes:

- 
- **08.04.30:** piñas frescas o secas
  - **20.08.20:** piñas conservadas o preparadas

Más específicamente para las exportaciones bolivianas se utilizaron las siguientes partidas:

- 08.04.30.00.00: piñas tropicales, frescas o secas
- 20.08.20.10.00: piñas tropicales (ananás) en agua con adición de azúcar u otro edulcorante, incluido el jarabe
- 20.08.20.90.00: las demás piñas tropicales (ananás) preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol

### **1.3. Metodología**

La metodología utilizada en el presente estudio está basada en un trabajo de investigación de fuentes secundarias como ser estadísticas, publicaciones, artículos de sitios Web relacionados con el comercio internacional y de manera más específica con el comercio de piñas. El estudio consta de dos partes importantes, una parte que corresponde al análisis cuantitativo y la otra al cualitativo.

En el análisis cuantitativo se muestran estadísticas de las exportaciones bolivianas en volumen y valor para el producto en cuestión según el país destino, luego se muestran los principales destinos de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial en volumen, valor y con el crecimiento relativo para un periodo de cinco años, del 2003 al 2007 en el caso de que existieran datos; con esto se hace referencia a los principales países importadores y a los países competidores directos de Bolivia.

En el análisis cualitativo se describen las principales tendencias en el mercado como ser comportamiento del consumidor, de la industria, la distribución, los segmentos, desarrollo de los precios, así como también tendencias en el producto, desarrollo de nuevos productos, especificaciones, procesamiento y una sección destinada a los requerimientos de acceso a mercados.

---

## 2. Principales destinos de las exportaciones bolivianas

Debido a que se cuenta con estadísticas actualizadas de las exportaciones bolivianas en sus diversas presentaciones, ya sea como fruta fresca, en conserva u otras preparaciones, se muestran los datos al año 2008 junto con la tasa de crecimiento correspondiente a la gestión 2007-2008, ya que en muchos casos no existen registros de exportaciones continuas para cinco gestiones.

En el siguiente cuadro, se muestran las exportaciones bolivianas de piñas frescas o secas para el año 2008.

**Cuadro 2.1**  
**Exportaciones bolivianas de piñas frescas o secas, según país destino**  
**Año 2008, expresado en dólares y kilogramos**

<b>Países importadores</b>	<b>Valor (USD)</b>	<b>Volumen (kg)</b>	<b>Crecimiento % (2007-2008)</b>
Argentina	196.655	1.303.370	-33
Chile	188.850	1.486.500	-8
Alemania	10.339	986	Nd
Paraguay	9.000	44.000	Nd

Nd: No disponible

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril 2009)

Como se puede apreciar, los principales destinos de exportación de piñas frescas bolivianas son Argentina y Chile, en menor medida se encuentran Alemania y Paraguay.

En el año 2008 para la partida 20.08.20.90.00 correspondiente a las demás piñas tropicales (ananás) preparados o conservados de otro modo, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante o alcohol, se registraron exportaciones a Italia por valor de USD73.893 equivalente a 6.242 kilogramos, con una tasa de crecimiento de 54% para los años 2007-2008. También se exportó a Costa Rica por valor de USD15.112 equivalente a 1.989 kilogramos y una tasa de crecimiento de -45% para la gestión 2007-2008.

Con la partida 20.08.20.10.00 correspondiente a piñas tropicales (ananás) en agua con adición de azúcar u otro edulcorante, incluido el jarabe, se exportó a la Argentina por valor de USD56.083 equivalente a 72.960 kilogramos; así como también a España por valor de USD221 equivalente a 103 kilogramos.

A continuación se muestra un cuadro resumen de las exportaciones bolivianas totales de piña en sus diversas presentaciones.

**Cuadro 2.2**  
**Exportaciones bolivianas de piñas tropicales (ananás) en sus diversas presentaciones,**  
**según país destino**  
**Año 2008, expresado en dólares y kilogramos**

<b>Países importadores</b>	<b>Valor (Miles de USD)</b>	<b>Volumen (kg)</b>	<b>Crecimiento % (2007-2008)</b>
Argentina	252.738	1.376.330	-26
Chile	188.850	1.486.500	-8
Italia	73.893	6.242	54
Costa Rica	15.112	1.989	-45
Alemania	10.339	986	Nd
Paraguay	9.000	44.000	260
España	221	103	Nd
<b>Total</b>	<b>550.153</b>	<b>2.916.150</b>	

Nd: No disponible

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INE

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril 2009)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, los principales destinos de las exportaciones bolivianas de piñas, ya sea como fruta fresca, en conserva o con adición de azúcar son Argentina y Chile, abarcando aproximadamente el 80% de las exportaciones bolivianas de piñas en las presentaciones mencionadas anteriormente.

### 3. Principales mercados importadores en el mundo

En el año 2007 el valor de las importaciones mundiales de piñas frescas o secas fue de un poco más de USD2.122 millones; equivalente a aproximadamente 2,6 millones de toneladas. A continuación se muestran los principales países importadores de este producto:

**Cuadro N° 3.1**  
**Principales países importadores en el mundo para piñas frescas o secas**  
**Año 2007, expresado en miles de dólares y toneladas**

<b>Países importadores</b>	<b>Valor (Miles de USD)</b>	<b>Volumen (t)</b>	<b>Crecimiento % (2003-2007)</b>
Estados Unidos de América	501.446	696.820	20
Bélgica	283.517	292.551	10
Alemania	176.709	167.416	26
Países Bajos	166.650	178.708	38
Italia	141.158	142.764	9
Reino Unido	137.475	116.954	35
España	109.274	117.702	15
Japón	93.381	165.825	8

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril 2009)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el principal país importador de piñas frescas o secas a nivel mundial es Estados Unidos de América con una participación del 24% en las importaciones mundiales de este producto. En segundo lugar se encuentra Bélgica con una participación del 13% en las importaciones mundiales de piñas frescas o secas en el año 2007. En tercer lugar está Alemania con una participación del 8%. Juntos, estos tres países abarcaron casi la mitad del comercio mundial de piñas frescas o secas en la gestión 2007.

Según datos del Trade Map -estadísticas de comercio para desarrollo empresarial internacional- para la gestión 2008, las importaciones de Estados Unidos de América - el principal importador de piñas en el mundo- fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD133,4 millones, en el segundo trimestre la cifra subió a USD146,6 millones, en el tercer trimestre hubo un descenso a USD129 millones y posteriormente en el último trimestre bajó a USD122,8 millones.

En el caso de Bélgica -el segundo importador de piñas más grande del mundo- las cifras fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD43,6 millones, en el segundo trimestre hubo un notable descenso a USD11,8 millones, en el tercer trimestre las importaciones subieron a USD72,6 millones y finalmente en el último trimestre del año 2008 las importaciones descendieron a USD62,6 millones.

En el caso de los Países Bajos -el tercer importador de piñas más grande del mundo- las cifras fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD52,6 millones, en el segundo trimestre la cifra aumentó a USD77,6 millones, en el tercer trimestre las importaciones bajaron a USD45,6 millones y finalmente en el último trimestre del año 2008 las importaciones descendieron a USD36,5 millones aproximadamente.

### Piñas en conserva

En el caso de las piñas conservadas o preparadas, las importaciones mundiales para el año 2007 de este producto fueron de aproximadamente USD1.000 millones, equivalentes a 1,2 millones de toneladas. En el siguiente cuadro se muestran a los principales países importadores de piñas conservadas o preparadas en el año 2007.

**Cuadro N° 3.2**  
**Principales países importadores en el mundo para piñas conservadas o preparadas**  
**Año 2007, expresado en miles de dólares y toneladas**

Países importadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Estados Unidos de América	295.748	351.115	5
Alemania	92.585	118.685	-1
España	63.810	56.230	13
Reino Unido	46.179	47.654	5
Japón	37.961	42.188	-2
Francia	36.692	50.018	6
Países Bajos	35.473	36.380	19
Federación de Rusia	30.844	83.843	23

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril 2009)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el principal importador de piñas conservadas o preparadas es Estados Unidos de América con una participación del 30% en las importaciones mundiales de este producto para el año 2007; en segundo lugar se encuentra Alemania con una participación del 9% y en tercer lugar está España con una participación del 6% en las importaciones mundiales de piñas conservadas o preparadas.

Según datos del Trade Map para la gestión 2008, las importaciones de Estados Unidos de América -el principal importador de piñas conservadas o preparadas el mundo- fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD93,6 millones, en el segundo trimestre la cifra bajó a USD76,2 millones, en el tercer trimestre se incrementó a USD87,8 millones y posteriormente en el último trimestre subió a USD94 millones.

En el caso de Alemania -el segundo importador de piñas conservadas o preparadas- las cifras fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD27,4 millones, en el segundo trimestre subió a USD38,8 millones, en el tercer trimestre las importaciones descendieron a USD28,8 millones y finalmente en el último trimestre del año 2008 las importaciones descendieron nuevamente a USD27,2 millones.

En el caso de España -el tercer importador de piñas conservadas o preparadas más grande del mundo- las cifras fueron las siguientes: en el primer trimestre importó valor de USD22,6 millones, en el segundo trimestre la cifra aumentó a USD26,1 millones, en el tercer trimestre las importaciones bajaron a USD25,5 millones y finalmente en el último trimestre del año 2008 las importaciones descendieron notablemente a USD18 millones aproximadamente.

## 4. Principales competidores

En el año 2007 el valor de las exportaciones mundiales de piñas frescas o secas fue de un poco más de USD1.494 millones, equivalente a aproximadamente 2,9 millones de toneladas. A continuación se muestran los principales países exportadores de este producto:

**Cuadro N° 4.1**  
**Principales países exportadores en el mundo para piñas frescas o secas**  
**Año 2007, expresado en miles de dólares y toneladas**

Países exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Costa Rica	486.860	1.353.027	26
Bélgica	272.243	267.293	14
Países Bajos	166.121	156.603	32
Estados Unidos de América	88.526	89.269	13
Ghana *	65.599	49.531	-4
Filipinas	58.849	277.122	12
Panamá	42.855	61.210	80
Costa de Marfil	38.761	96.558	-6

\* Datos espejo

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE (abril 2009)

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el principal país exportador de piñas frescas o secas es Costa Rica con una participación de 33% en las exportaciones mundiales de este producto en el año 2007, abarcando un tercio del comercio mundial. Lo sigue de lejos Bélgica con el 18% de participación y en tercer lugar se encuentran los Países Bajos con el 11%.

Según datos del Trade Map para la gestión 2008, las exportaciones de Costa Rica para el primer trimestre del año 2008 fueron de USD139,7 millones y no existen registros de las exportaciones de Costa Rica para los restantes tres trimestres del año 2008.

En el caso de Bélgica -el segundo exportador más grande de piñas en el mundo- las cifras son las siguientes; en el primer trimestre del año 2008 las exportaciones fueron por valor de USD62,2 millones, en el segundo trimestre la cifra subió a USD68,6 millones aproximadamente, en el tercer trimestre hubo un descenso a USD54,7 millones y posteriormente en el último trimestre las exportaciones subieron a USD62,8 millones.

En el caso de los Países Bajos -el tercer exportador más grande de piñas en el mundo- las cifras son las siguientes; en el primer trimestre del año 2008 las exportaciones fueron por valor de USD54,8 millones, en el segundo trimestre la cifra subió a USD64,2 millones aproximadamente, en el tercer trimestre hubo un descenso a USD43,3 millones y posteriormente en el último trimestre las exportaciones subieron a USD46,9 millones.

Cabe destacar que en el caso de Bélgica y de los Países Bajos se tratan en su mayoría de re-exportaciones.

### Piñas en conserva

En el caso de las piñas conservadas o preparadas, las exportaciones mundiales para el año 2007 de este producto fueron de aproximadamente USD857 millones, equivalentes a aproximadamente 1,2 millones de toneladas. En el siguiente cuadro se muestran a los principales países exportadores de piñas conservadas o preparadas en el año 2007.

**Cuadro N° 4.2**  
**Principales países exportadores en el mundo para piñas conservadas o preparadas**  
**Año 2007, expresado en miles de dólares y toneladas**

Países exportadores	Valor (Miles de USD)	Volumen (t)	Crecimiento % (2003-2007)
Tailandia	420.656	568.416	11
Filipinas	122.423	242.314	10
Indonesia	57.989	91.092	-1
Kenya	55.805	71.164	1
China	46.866	80.900	12
Alemania	34.654	27.145	10
Países Bajos	17.230	11.183	23
Bélgica	15.925	10.229	3

Fuente: Trade Map

Elaboración: Instituto Boliviano de Comercio Exterior – IBCE (abril 2009)

---

Como se puede apreciar en el cuadro anterior, el principal exportador de piñas conservadas o preparadas es Tailandia con una participación del 49% en las exportaciones mundiales de este producto para el año 2007; en segundo lugar se encuentra Filipinas con una participación del 14% y en tercer lugar está Indonesia con una participación del 7% en las exportaciones mundiales de piñas conservadas o preparadas.

Según datos del Trade Map para la gestión 2008, las exportaciones de Tailandia -el principal exportador de piñas conservadas o preparadas el mundo- fueron las siguientes: en el primer trimestre exportó valor de USD153,7 millones, en el segundo trimestre la cifra subió a USD169,8 millones, en el tercer trimestre hubo un descenso a USD108 millones y posteriormente en el último trimestre subió a USD144,2 millones.

Hasta la finalización del presente estudio no se registraron datos actualizados de las exportaciones de este producto para el año 2008 para Filipinas e Indonesia -el segundo y tercer exportador de piñas conservadas o preparadas- respectivamente.

## **5. Tendencias en el mercado**

### **5.1. Tendencias en el consumidor y comportamiento**

Las tendencias actuales en los consumidores muestran su intención de adoptar un estilo de vida más sano y un interés creciente en experimentar nuevos sabores; es por eso que se están inclinando por el consumo de fruta fresca en general y en el consumo de piña particularmente.

Esta tendencia está influida por la conveniencia, ya que muchas personas gustan de la piña fresca pero les resulta incómodo el tener que cortarla en porciones aptas para consumo. Por lo que los consumidores buscan productos de piña fresca pre-cortados y listos para comer.

En el caso de la UE, el consumo de piñas está en aumento en los nuevos países de la UE también, aunque los niveles de consumo en muchos de estos países es bajo comparado con los países miembros de la UE más grandes, el mercado es potencialmente muy grande. Los consumidores en estos países están interesados en productos nuevos y exóticos.

### **5.2. Tendencias en la industria y el comportamiento**

En la industria de la piña se pueden distinguir seis tipos de piñas en el mundo que son bastante conocidos; varían ampliamente en tamaño, color, textura y sabor. Éstos son ampliamente comercializados a nivel mundial, poseen características diferentes según el uso que se les vaya a dar, ya sea para consumo fresco, para envíos de exportación a lugares distantes o para su industrialización.

- Hilo: es compacta, de aproximadamente entre 2 y 3 libras (900 gramos – 1,4 kilogramos). Es la variante hawaiana de la piña Smooth Cayenne. La fruta se asemeja a un cilindro y tiene un sabor agrio.
- Kona Sugarloaf: pesa aproximadamente entre 5 y 6 libras (2,3 y 2,7 kilogramos). La pulpa es blanca y no tiene núcleo en el centro. También tiene forma cilíndrica con alto contenido de azúcar pero sin ácido. Este es uno de los tipos de piña más deliciosos.

- 
- Natal Queen: es una piña dorada de pulpa amarilla que pesa aproximadamente entre 2 y 3 libras (900 gramos – 1,4 kilogramos), tiene una textura de papa frita y un delicado sabor templado protegida por unas hojas espinosas. Esta piña está adaptada al consumo fresco y se mantiene bien después de madurar.
  - Pernambuco (Eleuthera): es una piña que pesa entre 2 y 4 libras (900 gramos y 1,8 kilogramos), tiene una pulpa que va desde amarilla pálida a blanca y también tiene unas hojas espinosas. Es excelente cuando se la come fresca debido a su dulzura. No es buena para envíos porque no está adaptada para ello.
  - Red Spanish (roja española): es una piña que pesa entre 2 y 4 libras (900 gramos y 1,8 kilogramos), de pulpa amarilla pálida con un agradable aroma. Es de forma cuadrada, tiene hojas espinosas y está adaptada para envíos a mercados distantes.
  - Smooth Cayenne: es una piña que pesa aproximadamente entre 5 y 6 libras (2,3 y 2,7 kilogramos), tiene una pulpa que va desde amarilla pálido a amarillo. Su forma es cilíndrica y tiene un alto contenido de azúcar y de ácido. Las hojas no tienen espinas y es la mejor para enlatar y procesar. Esta variedad es oriunda de Hawai y es la que se encuentra comúnmente en las tiendas de abarrotes en los Estados Unidos de América.
  - Enanas o Baby: la piña baby, es una piña enana procedente de Sudáfrica muy aromática y con las mismas propiedades de la piña pero corregidas y aumentadas. Pesa entre 300 y 700 gramos.

Según la guía del cultivo de la piña de la Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Puebla en México, para un buen desarrollo la piña requiere de climas cálidos, de entre 25° C y 32° C además de una humedad relativa que oscile entre 75 y 85%.

Además se requiere de por lo menos 1.500 mm de lluvia al año, pero con un buen drenaje, suelos medios arenosos y ricos en materia orgánica.

El cultivo de la piña necesita la luz directa del sol para producir frutos de buena calidad con buen contenido de azúcares. El suelo debe de ararse a una profundidad de 60 cm y hacerse camas de manera que tenga buen drenaje.

La variedad más comercial es la cayena lisa, champaca, cayena y sugarloaf entre otras.

Cuando alcance entre 12 y 14° Brix (gramos de azúcar por cada 100 gramos de solución), ya está lista para la cosecha, la cual se realiza de manera manual y con el auxilio de una carretilla para evitar daños en la fruta.

La piña debe manejarse con gran cuidado evitando los golpes, ya que éstos merman la calidad de la misma.

### **5.3. Tendencias en la distribución y la estructura de comercio**

La mayoría de las piñas son importadas por unos cuantos países de la UE. Los Puertos de Antwerp en Bélgica y Róterdam en los Países Bajos son los puntos de entrada más importantes de la UE.

Ambos Puertos sirven como importantes Puertos europeos de tránsito para el comercio de piñas. Tienen modernos almacenes de enfriamiento y están muy bien conectados por agua y carretera para el posterior transporte a los destinos dentro de la UE.

---

Otros países de la UE que tienen puertos también sirven como punto de entrada para las piñas pero lo hacen en menor medida.

Los grandes vendedores minoristas en la UE llevaron a un notable aumento en el consumo de piña al introducirlas en su gama de productos hace años atrás. La piña enlatada ha sido un producto común en la venta al detalle por mucho tiempo. La introducción de piña fresca en los supermercados más grandes llevó a que un grupo más amplio de consumidores se familiaricen con este producto y se incrementen las ventas.

Los grandes minoristas han estructurado cadenas de abastecimiento con las empresas agro-multinacionales siendo sus principales proveedores.

Sin embargo, los supermercados no son el único punto de venta para las piñas. Las tiendas de abarrotes y los mercados callejeros todavía tienen una buena participación en las ventas de frutas exóticas en muchos países de la UE. Otra forma de llegar al mercado es a través del canal de restaurantes y catering.

Los supermercados pequeños e independientes, las tiendas de abarrotes, mercados callejeros y servicios de catering también venden o utilizan piñas. Principalmente compran las piñas a través de importadores o agentes quienes son los socios comerciales potenciales más importantes para los exportadores de los países en desarrollo. Tienen el conocimiento y la experiencia del mercado internacional y relaciones fuertes con los proveedores y compradores.

Se les recomienda a los exportadores tomar contacto y cooperar con importadores especializados para encontrar la manera de distribuir sus productos.

#### **5.4. Tendencias en los segmentos**

Las piñas son frutas apreciadas por personas de todas las edades, en todos los países de la UE. Se ha vuelto un producto común en muchos supermercados, especialmente en las áreas urbanas. Los países de Europa occidental que tienen un ingreso alto tienen los niveles más altos de consumo; sin embargo, los países de Europa Oriental que tienen ingresos más bajos se están acoplando a la tendencia de patrones de consumo de los países europeos occidentales, por lo que están demandando más frutas exóticas como ser las piñas.

En el caso de Estados Unidos de América, según la Junta del Panorama Agrícola Mundial, el mercado estadounidense para las piñas está muy bien establecido. La mayoría de la demanda para piñas frescas en los Estados Unidos de América viene de sus consumidores. La creciente población de inmigrantes de la nación ha influenciado la demanda de fruta fresca tropical. Los gustos de los consumidores también han cambiado en el mercado de hoy y han sido influenciados por los productos frescos.

El cambio en el mercado se debe a la creciente población de inmigrantes en los Estados Unidos de América, ya que ellos compran productos frescos y traen sus nuevas y diferentes preferencias alimentarias a este país. Las poblaciones que están creciendo más rápido son las de Latinoamérica y las del Sudeste Asiático; estas dos regiones consumen alimentos frescos.

Estados Unidos de América es incapaz de producir suficiente piña para satisfacer la demanda de sus consumidores. Debido a que las áreas de clima tropical en ese país

---

son limitadas, la mayoría del mercado de la fruta tropical de Estados Unidos de América es importado.

### 5.5. Desarrollo de los precios

La oferta y demanda en el mercado mundial son los factores principales que influyen en los precios de exportación de fruta fresca. Por lo tanto, los precios pueden fluctuar en el tiempo. La variedad, la calidad y el origen son otros factores determinantes del precio. Los requerimientos de calidad varían ampliamente pero son generalmente altos en la mayoría de los mercados de la UE.

Según datos del Informe Nacional de Venta al Detalle de Frutas y Vegetales del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América (USDA), el precio de la piña la semana del 10 de abril es de USD3,06 por unidad, obtenido del promedio de 11.415 tiendas. El rango de precios en los que oscila la piña es de USD1,97 y USD3,99 en todo Estados Unidos de América.

En Europa un contenedor de 10 kilogramos dependiendo de cuantas piñas entren en dicho contenedor, generalmente oscila entre 5 y 10 piñas, los precios oscilan entre USD9,87 y USD14,48 por contenedor.

Lo mismo ocurre en el caso de Estados Unidos de América, todo depende de la cantidad de piñas que entre en los contenedores y el Puerto de donde se encuentre.

Para mayor información sobre los precios tanto en Estados Unidos de América como en Europa, dirigirse al Sitio Web de Today's Market Prices: <http://www.todaymarket.com>, donde podrá encontrar información precisa sobre los precios en las diferentes terminales por producto y por origen.

## 6. Tendencias en el producto

### 6.1. Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación

El principal producto derivado de la piña son los enlatados, se puede encontrar la fruta enlatada en su jugo, enlatada en almíbar o enlatada junto a otras frutas como cóctel de frutas. Nuevos desarrollos derivados de la piña que están obteniendo bastante éxito en Estados Unidos de América y Europa son los empaques de frutas frescas y las ensaladas listas para comer, respectivamente. Algunos productos industrializados de la piña son:

- **Piña deshidratada:** se obtiene de la eliminación controlada de la mayor parte del agua libre de la piña. Por lo general ésta se prepara en trozos o rodajas enteras para tener una mejor presentación y facilitar el proceso. La humedad final llega a ser cercana al 5% y esto permite su conservación por un tiempo prolongado siempre y cuando se empaque apropiadamente (bolsa plástica y caja de cartón) y se mantenga en lugares frescos.
- **Jugo:** el jugo se obtiene a partir de una trituración de trozos de fruta, seguida de una separación de las partes sólidas por algún método de filtración adecuado. El jugo debe ser pasteurizado y empacado para lograr prolongar su vida útil, utilizando alguna barrera contra la descomposición como puede ser el uso de algún tipo de preservante o bien mantenerlo en refrigeración.
- **Pulpa:** es el producto que se obtiene del proceso básico que se le da a la piña, el cual es la trituración de trozos de piña sin cáscara. Éste puede ser conservado por

---

tratamiento térmico, con preservantes y empaques adecuados en pequeñas presentaciones, o bien puede envasarse a granel para ser vendido a otras plantas procesadoras que elaboran otros tipos de productos como purés o mermeladas.

- **Pulpa concentrada congelada:** es el producto que se obtiene de aplicar calor a la pulpa y eliminar como mínimo el 50% del agua inicial. Los procesos de concentrado y congelación se aplican para conservar el producto por períodos muy largos de tiempo. Este producto es estable sin uso de aditivos químicos, siempre y cuando se mantenga la cadena de frío. Cuando ésta pulpa es reconstituida (adición de agua según proporción eliminada) deben presentarse las mismas características de la pulpa original.
- **Jugo concentrado congelado:** este producto se obtiene por la aplicación de calor al jugo de piña, de modo que se baja su contenido de humedad y se tiene mayores facilidades de conservación. Los métodos de conservación son los mismos que se aplican para la pulpa concentrada de modo que se obtiene un producto sin aditivos químicos.
- **Mermeladas:** este producto entra dentro del grupo de conservas de frutas las cuales se definen como un producto semisólido preparado a partir de la mezcla de 45 partes de frutas lista para procesar con 55 partes de azúcar. Esta mezcla debe ser cocinada hasta que llegue a un contenido final de sólidos que puede ir de 65 a 68%. La consistencia final es semifluida y no de gel como la jalea. Por su alto contenido de azúcar y el llenado en caliente, este tipo de producto tiene una vida útil relativamente alta. Su estabilidad se mantiene usando un empaque adecuado y manteniéndolo en refrigeración una vez abierto. Para asegurar que se podrá conservar bien se pueden añadir aditivos químicos como preservantes, principalmente para combatir hongos.

## 6.2. Tendencias en las especificaciones de producto

En lo que se refiere a especificaciones sobre la piña, existe la norma del Codex Alimentarius (CODEX STAN 182-1993, REV. 1-1999, EMD. 1-2005), la cual se aplica a las variedades comerciales de piñas obtenidas de la especie Ananás comosus (L.) Merr., de la familia Bromeliaceae, que habrán de suministrarse frescas al consumidor, después de su acondicionamiento y envasado. Se excluyen las piñas destinadas a la elaboración industrial.

Los requisitos mínimos exigidos para todas las categorías de piñas, salvo disposiciones especiales para cada categoría, indican que las piñas deberán estar:

- Enteras con la corona o sin ella.
- Sanas y exentas de podredumbre o deterioro que hagan que no sean aptas para el consumo.
- Limpias y prácticamente exentas de cualquier materia extraña visible.
- Prácticamente exentas de plagas que afecten al aspecto general del producto.
- Prácticamente exentas de daños causados por plagas.
- Exentas de humedad externa anormal, salvo la condensación consiguiente a su remoción de una cámara frigorífica.
- Exentas de cualquier olor y/o sabor extraños.
- Con un aspecto fresco, incluidas en su caso las coronas, que deberán estar exentas de hojas muertas o secas.
- Exentas de daños causados por bajas y/o altas temperaturas.
- Exentas de manchas oscuras internas.
- Exentas de manchas pronunciadas.

---

Cuando tengan pedúnculo, su longitud no deberá ser superior a 2cm, y el corte deberá ser transversal, recto y limpio. El fruto deberá ser fisiológicamente maduro, es decir, no presentar señales de falta de madurez (opacidad, falta de sabor, pulpa demasiado porosa) o de madurez excesiva (pulpa demasiado traslúcida o fermentada).

### **6.3. Tendencias en el procesamiento, acabado de productos, embalado, tamaño, material y etiquetado**

Según la norma establecida en el Codex Alimentarius de la piña, ésta deberá haberse recolectado cuidadosamente y haber alcanzado un grado apropiado de desarrollo y madurez, de conformidad con los criterios peculiares de la variedad y/o tipo comercial y la zona en que se producen.

El desarrollo y condición de las piñas deberán ser tales que les permitan soportar el transporte y la manipulación de manera de poder llegar en estado satisfactorio al lugar de destino.

#### **Envasado**

Las piñas deberán envasarse de tal manera que el producto quede debidamente protegido. Los materiales utilizados en el interior del envase deberán ser nuevos, estar limpios y ser de calidad tal que evite cualquier daño externo o interno al producto. Se permite el uso de materiales, en particular papel o sellos, con indicaciones comerciales, siempre y cuando estén impresos o etiquetados con tinta o pegamento no tóxico. Las piñas deberán disponerse en envases que se ajusten al Código Internacional de Prácticas Recomendado para el Envasado y Transporte de Frutas y Hortalizas Frescas (CAC/RCP 44-1995, Emd. 1-2004).

Los envases deberán satisfacer las características de calidad, higiene, ventilación y resistencia necesarias para asegurar la manipulación, el transporte y la conservación apropiados de las piñas. Los envases deberán estar exentos de cualquier materia y olor extraños.

#### **Envases destinados al consumidor**

Además de los requisitos de la Norma General del Codex para el Etiquetado de Alimentos Preenvasados (CODEX STAN 1-1985, Rev. 1-1991), se aplicarán las siguientes disposiciones específicas:

Si el producto no es visible desde el exterior, cada envase deberá etiquetarse con el nombre del producto y, facultativamente, con el de la variedad y/o tipo comercial. Deberá indicarse la ausencia de la corona.

#### **Envases no destinados a la venta al por menor**

Cada envase deberá llevar las siguientes indicaciones en letras agrupadas en el mismo lado, marcadas de forma legible, indeleble y visible desde el exterior, o bien en los documentos que acompañan el envío. Además deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Nombre y dirección del exportador, envasador y/o expedidor
- Código de identificación
- Nombre del producto si el contenido no es visible desde el exterior
- Nombre de la variedad o tipo comercial (facultativo)

- 
- Deberá indicarse la ausencia de la corona
  - País de origen y facultativamente, nombre del lugar, distrito o región de producción

Para mayor información sobre requisitos establecidos en el Codex Alimentarius dirigirse a: <http://www.codexalimentarius.net>

## 7. Puntos críticos de acceso a mercados

Como un exportador boliviano que se está preparando para acceder a mercados extranjeros, debe conocer los requerimientos de acceso a mercado de sus socios comerciales y de los gobiernos extranjeros.

Los requerimientos son exigidos a través de la legislación y a través de etiquetas, códigos y sistemas de administración. Estos requerimientos están basados en el medioambiente, la salud y seguridad del consumidor y las preocupaciones sociales, lo cual va diferir de acuerdo al producto y al país.

Para el sector de alimentos, los requerimientos más importantes que exige la Unión Europea son la Trazabilidad y el Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control, conocido por sus siglas en inglés como HACCP.

### 7.1. Análisis de Peligros de los Puntos Críticos de Control – HACCP

El sistema de HACCP, que tiene fundamentos científicos y carácter sistemático, permite identificar peligros específicos y medidas para su control con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos.

Es un instrumento para evaluar los peligros y establecer sistemas de control que se centran en la prevención en lugar de basarse principalmente en el ensayo del producto final. Todo sistema de HACCP es susceptible de cambios que pueden derivar de los avances en el diseño del equipo, los procedimientos de elaboración o el sector tecnológico.

En lo que se refiere a higiene, todas las medidas necesarias para garantizar la seguridad y la confiabilidad de los alimentos y bebidas durante la preparación, procesamiento, tratamiento, empaquetado, transporte, distribución y mercadeo.

Los riesgos que existen pueden ser de cuatro tipos:

- **Físicos:** partes plásticas en una lata de vegetales
- **Químicos:** detergentes en jarras
- **Microbiológicos:** sopa de pescado deteriorada
- **Macrobiológicos:** ratones

### 7.2. Trazabilidad

Bajo la Ley europea, "trazabilidad" significa la habilidad para rastrear cualquier alimento, animal productor de alimento o sustancia que será usada para el consumo a través de todas las etapas de producción, procesamiento y distribución.

Significa también rastrear los alimentos a través de la cadena de producción y distribución para identificar y dirigirse a los riesgos y proteger la salud pública (de

---

enfermedades transmisibles y la presencia de químicos por encima de los límites aceptados).

La trazabilidad es una herramienta de administración de riesgo que permite a los operadores en el negocio de los alimentos o autoridades que retiren o recuerden a los productos que hayan sido identificados como no seguros.

La trazabilidad es la piedra angular de la política de seguridad alimentaria de la UE. La Ley General de Alimentos de la UE entró en vigencia en el año 2002 y hace que la trazabilidad sea obligatoria para todas las empresas del rubro de los alimentos.

### **7.3. Requisitos generales para todos los productos**

Los requisitos generales que se deben cumplir para la exportación de cualquier producto son los siguientes:

- Factura comercial
- Documentos de transporte
- Lista de carga
- Declaración del valor en aduana
- Seguro de transporte
- Documento Único Administrativo (DUA)

### **7.4. Requisitos específicos para la piña**

En el caso específico de la piña, los requisitos adicionales a los anteriores que se deben cumplir los siguientes:

- Control sanitario de los productos alimenticios de origen no animal
- Etiquetado de productos alimenticios
- Control fitosanitario
- Productos de producción ecológica

Estos requisitos son a manera de referencia los que exigen en la UE, sin embargo cada país tiene sus requisitos específicos para los productos que se deseen exportar a dichos mercados.

Para mayor información sobre requisitos específicos de exportación a un país destino específico, puede dirigirse al Sitio Web Export Helpdesk para Países en Desarrollo [http://exporthelp.europa.eu/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/index_es.html)

Por otra parte, también puede dirigirse al Sitio Web del Departamento de Agricultura de Estados Unidos de América: <http://www.usda.gov>

## **8. Oportunidades**

- Existe una tendencia creciente de los consumidores tanto europeos como estadounidenses de consumir fruta fresca, en especial aquellas frutas exóticas como la piña.
- Los mercados importadores más grandes de frutas frescas como ser Estados Unidos de América y la Unión Europea buscan proveerse de frutas frescas tropicales de

---

países en desarrollo, debido a la alta demanda interna que tienen y que no pueden satisfacer con su producción propia.

- Las piñas son frutas apreciadas por personas de todas las edades, en todos los países de la UE. Se ha vuelto un producto común en muchos supermercados, especialmente en las áreas urbanas.
- Los consumidores no solo les interesa obtener los beneficios de la piña fresca sino también buscan a este producto con diversos grados de valor agregado, ya sea piña enlatada, piña pre-cortada lista para el consumo y en diversos grados de industrialización como ser pulpas, mermeladas, jugos de piña, etc.

## 9. Ferias y sitios de comercio virtual

### 9.1. Ferias

A continuación se muestra una lista de ferias y eventos para la industria de la fruta:

- Auma: Asociación de la Industria Alemana de Ferias Comerciales - <http://www.auma.de>
- Fruitlogistica: frutas y verduras <http://www.fruitlogistica.com>
- United Fresh Fruit & Vegetable Produce Expo & Conference: <http://www.uffva.org>
- IFE Americas: <http://www.americasfoodandbeverage.com>
- SIAL Montreal: <http://www.sialmontreal.com>
- ANUGA: <http://www.anuga.com>
- Food Ingredients: <http://www.fi-events.com/>

### 9.2. Sitios de comercio virtual

A continuación se muestra una lista de sitios de comercio relacionados a la industria de los alimentos, especialmente a la industria de las frutas:

- Bud Holland (the Netherlands) - <http://www.bud.nl>
- FTK (the Netherlands) - <http://www.ftk.nl>
- Atlanta Gruppe (Germany) - <http://www.atlanta.de>
- Cobana Fruchtring (Germany) - <http://www.cobana-fruchtring.com>
- ExoFarm (France) - <http://www.exofarm.com>
- FreshPlaza (the Netherlands) - <http://www.freshplaza.com>
- German Association of fruit and vegetables traders DFHV - <http://www.dfhv.de>
- Fresh Produce Consortium (UK) - <http://www.freshproduce.org.uk>
- Rungis (France) - <http://www.rungisinternational.com>
- Europages - <http://www.europages.com>
- Agro Market Place - <http://www.agromarketplace.com>
- Fresh info - <http://www.freshinfo.com>
- Food Market Exchange: <http://www.foodmarketexchange.com>
- Fruchthandel - <http://www.fruchthandel.de>
- Agra-Net- <http://www.agra-net.com>

---

## Fuentes de información

- Consumer Eroski - Frutas  
<http://frutas.consumer.es>
- Codex Alimentarius  
<http://www.codexalimentarius.net>
- International Trade Centre UNCTAD/WTO (ITC) - The United States Market for Pineapples  
<http://www.intracen.org>
- Export Helpdesk para Países en Desarrollo  
[http://exporthelp.europa.eu/index\\_es.html](http://exporthelp.europa.eu/index_es.html)
- Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas – Trade Map  
<http://www.trademap.org>
- Today's Market Prices  
<http://www.todaymarket.com>
- Industria alimenticia  
<http://www.industriaalimenticia.com>
- Guía del cultivo de la piña – Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Puebla  
<http://148.235.138.11/cadenas/windowUsers.php>
- Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América  
<http://www.usda.gov>
- El mercado de la piña en la UE – CBI  
<http://www.cbi.eu>

## Fuentes fotográficas

- <http://www.sxc.hu>
- <http://www.elconfidencial.com>
- <http://img.vitonica.com>