

La producción de pimienta en nuestro país es un proceso en el que participa la agricultura tradicional y los sistemas más sofisticados del comercio mundial. En el primer eslabón, intervienen los productores que tienen un fruto ocasional de traspatio y en el mejor de los casos como cultivo alterno.

El crecimiento y desarrollo de los árboles se efectúa sólo bajo la supervisión de la naturaleza, ya que en ninguno de los estados productores se dispone de un paquete tecnológico para incrementar los rendimientos, disminuir enfermedades o para la creación de áreas compactas destinadas a la producción comercial.

Sin efectuar mayores inversiones, los agricultores de pimienta cortan el fruto de los árboles, en algunos casos le agregan un proceso de secado únicamente con la ayuda del sol y entregan su producto a organismos del sector privado o del social, recibiendo por ello un pago casi inmediato, que representa un ingreso adicional a sus actividades principales.

Dichos organismos cuentan con un amplio conocimiento del mercado nacional e internacional de esta especia, y por lo tanto, determinan los precios de compra al productor y los de venta a los intermediarios, es decir, dirigen el proceso de comercialización.

El otro eslabón son las grandes corredurías, que enlazan a los compradores que confluyen al mercado de Rotterdam en Holanda, Nueva York en Estados Unidos, y en general, a 53 países distribuidos en los cinco continentes.

*Nos encontramos ante un proceso muy **sui generis** conformado por dos clases de actores, en esencia diferentes: en un extremo, los agricultores de traspatio, trabajando con su familia, utilizando como herramientas sus manos y el sol, y en el otro extremo, a los representantes de corredurías internacionales, quienes trabajan con impresionantes estructuras marítimas y portuarias, empleando técnicas sofisticadas de comercio internacional.*

La modernidad, la tradición y la falta de tecnología, conviviendo con la globalización de los mercados. Todos ellos activados en torno a una especia milenaria.

DIRECTORIO

Revista mensual producida y editada por Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, fundado en 1991.

Director en Jefe:

Lic. Francisco J. Mayorga Castañeda

Coordinadores Generales:

Fernando Zendejas Barroeta
Act. Juan Antonio Fernández Ortiz

Editor Responsable:

Dr. Omar Musalem López

Director de Difusión de la Información:

Juventino Olvera González

Colaboradores:

J. Roberto Sánchez Robles
Raúl Ochoa Bautista
Francisco Rodríguez Cruz
Julián Roque Zavaleta
César Ortega Rivas
Héctor Palacios Flores
Carlos Cortez López

Se reciben colaboraciones cuyo contenido e ideas no necesariamente coinciden con los de la Institución. La responsabilidad de los trabajos firmados es exclusiva de los autores y no de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, excepto cuando exista una indicación expresa que así lo demuestre.

Distribución exclusiva por suscripción. Se puede reproducir el material de esta revista siempre y cuando se cite la fuente, salvo en libros de distribución comercial, para lo cual se requerirá de autorización escrita por ASERCA.

Todo lo relacionado con esta publicación deberá dirigirse a:
Revista "Claridades Agropecuarias",
José María Ibararán No. 84, 5to. piso,
Col. San José Insurgentes
México, D. F. C. P. 03900
Tel. 5626-07-48 y 83 Fax. 5663-34-51
Certificado de reserva de Derecho al uso Exclusivo No.2116-102 expedido por la Secretaría de Educación Pública.
Certificado de Licitud de Título No. 7639, Certificado de Licitud de Contenido No. 8646
expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, Secretaría de Gobernación.

<http://www.infoaserca.gob.mx>
aalvarez@sagar.gob.mx

CONTENIDO

Editorial **Pag.** **1**

De nuestra cosecha **3**

La pimienta una especia milenaria en un mercado especial

El presente artículo hace un análisis de la evolución que ha tenido la producción de pimienta en Tabasco y Veracruz. Asimismo, se estudian aspectos de comercialización del producto, destacando sus fortalezas y debilidades en su proceso.

Más allá de nuestro campo **18**

La pimienta: una de las especias más cotizadas en el mercado mundial

Dentro de la producción mundial de especias, la pimienta tiene un papel destacado, ya que se trata de una de las más demandadas en el mundo. En este artículo se analizan los aspectos más relevantes de la producción y comercio mundial, así como el comportamiento de los precios de la pimienta en el mercado estadounidense.

Canasta Agropecuaria

Anexo estadístico.

Suplemento

Perspectiva del mercado de granos, Maíz, Sorgo y Trigo.

Impresión: Talleres Gráficos de México
Av. Canal del Nte. No. 80 Col. Felipe Pescador
Delegación Cuauhtémoc, C.P. 06280

Portada: Iñaki Echeverría

Fotografía: Bob Schalkwijk





LA PIMIENTA UNA ESPECIA MILENARIA, EN UN MERCADO ESPECIAL

Introducción

En la actualidad, las variedades que se producen en el mundo de pimienta son diversas, incluso, se han adaptado otras variedades que sin ser del género piper, presentan características de sabor y de contenido de esencias que las hacen ser altamente demandadas en el mercado mundial. Tal es el caso del árbol conocido como pimienta dioica, cuyo cultivo se ha extendido a toda mesoamérica. En nuestro país, es la variedad que se produce en diversos estados de la república, siendo Tabasco y Veracruz los más importantes.

El destino principal de la producción de pimienta dioica es el mercado internacional, ya que su consumo en nuestro país es prácticamente nulo, aunque se tienen noticias que los mismos agricultores preparan algunas bebidas y platos con la pimienta gorda, como se conoce en el interior de la república.

En el presente trabajo se presenta un panorama general de la producción y comercialización de pimienta, de acuerdo con los resultados obtenidos en el periodo 1993-2000.

En la historia de la humanidad, pocos artículos han promovido tanto dinamismo a la propia existencia, como lo hicieron las especias, y en particular la pimienta, de cuya historia se tienen noticias por lo menos desde el siglo IV a.C. Hay algunos escritos de Hipócrates, quien desde ese tiempo, la describe como un medicamento bueno para el estómago, como inductor del apetito y como un afrodisíaco.

La historia de la pimienta comienza a escribirse junto con las grandes conquistas. Alejandro "El Grande" de Macedonia (356 - 323 a.C.), al expandir su imperio hacia el este, iba en busca de "especias" y su lugar de origen, ocasionando que, por vez primera los europeos que le seguían comenzaran a familiarizarse con esos sabores, adquiriendo así el hábito de consumirlas. Con la idea de establecer ciudades que sirviesen de sitios de intercambio entre occidente y oriente y, especialmente al mercado de especias, Alejandro funda en el delta del Nilo la ciudad de Alejandría.

Siguiendo la fuerza motriz de la pimienta, su escasez y los altos precios pagados por ésta, fueron determinantes en la búsqueda de nuevas rutas por mar, cuyo objetivo principal era encontrar una ruta más corta a las islas del Medio Oriente para obtener las tan cotizadas especias, lo que finalmente dio como resultado el descubrimiento de América. Aunque Cristóbal Colón no encontró una nueva ruta hacia el oriente, ni las apreciadas especias, encontró una gran variedad de plantas nutritivas en América como la Vainilla (*Vanilla planifolia*) y el Chile (*Capsicum*), al que el propio Almirante, que iba en busca de la pimienta, bautizó con el nombre de pimienta.

Estas conquistas tan sólo son un ejemplo de las grandes aventuras que tuvo que vivir el hombre para obtener el llamado "oro negro". Las anécdotas y hechos históricos son innumerables y podría llevarnos muchas páginas más, para descubrir la importancia tan enorme que jugó la pimienta



en el mundo, hasta principios del siglo XX. Sin embargo, nuestro artículo se enfocará a otros aspectos relacionados con su comercialización en México.

¿Qué son las especias?

El hombre civilizado siempre ha realzado el sabor y el perfume de sus alimentos con la ayuda de las propiedades aromáticas de algunas plantas. Las virtudes culinarias de las especias, que son precisamente plantas aromáticas, son la de contribuir a la apetencia de los alimentos y a su digestibilidad. Tienen además de un sabor y un perfume característico, propiedades que realzan extraordinariamente el gusto de los platos. Suelen proceder de los frutos de árboles o arbustos exóticos, como es el caso de las diferentes pimientos negra, blanca y rosa, que son bayas.

Todas las especias, plantas aromáticas y condimentos que derivan de ellos tienen propiedades estimulantes para el apetito y la digestión. Las excreciones digestivas, incluso el peristaltismo, son favorecidos por el uso de estos ingredientes. Las especias perfumadas usadas en los platos de los países cálidos estimulan la sed, y por lo tanto la ingesta de bebidas, favoreciendo así la compensación de la pérdida de líquidos derivada del cli-

ma. Las especias y hierbas no pueden ser clasificadas como alimentos, porque sus valores nutritivos, son generalmente muy bajos; pero contribuyen a darle aroma y sabor agradables a las comidas.

El efecto de las especias sobre la salud se conoce desde tiempos remotos. Los griegos las utilizaban como medicamento para el estómago y les atribuían propiedades afrodisíacas. En Europa y el lejano oriente, se empleaban como fármacos con propiedades parecidas a los actuales antibióticos. La pimienta se utilizaba contra infecciones como escarlatina, disenteria, el cólera, la viruela, la peste bubónica, y otras enfermedades propias de la época. En nuestros días, se ha comprobado que las especias contribuyen a mejorar los problemas gástricos y la flatulencia, y contrarrestan la acción de los purgantes. Así mismo, son usados como expectorantes, pues mejoran la congestión de los bronquios, para eliminar toxinas o para bajar la fiebre.

No hay evidencia sobre algún efecto dañino de las especias y hierbas sobre la salud humana, en las cantidades que las consumimos. Más bien, tienen un efecto beneficioso sobre la digestión, pues estimulan la producción de saliva. Además, son muy útiles para las dietas bajas en sodio, ya

que aderezan los alimentos sin alterar el contenido de sodio, siendo recomendables para sustituir el consumo de sal.

De las plantas aromáticas, la que más ha sobresalido por sus propiedades como saborizante y aromatizante, desde la antigüedad hasta nuestros días, ha sido la pimienta.

Generalidades

Es conveniente señalar desde el inicio que en nuestra cultura y de manera general, en todo el mundo, las variedades de pimienta más conocidas pertenecen a la familia de las piperáceas, que son plantas perennes, originarias de la Costa de Malabar, situada al sur de la India, país que en la actualidad es el mayor productor de esta especia. Entre las 700 variedades diferentes se encuentran algunas que son tipo árbol, otras que tienen la forma de arbustos, rastreras, trepadoras y epifitas. Las que tienen importancia como especia son: **Pimienta negra** (*Piper Nigrum*) de la India, Malasia e Indonesia, **Pimienta bengalica** (*Piper longum L.*) de las estribaciones del Himalaya, **Pimienta de Java** (*piper retrofractum Vahl*) de Malasia e Indonesia, **Pimienta ashanti** (*piper guineense Schum. et Thonn*) de Afri-





ca tropical y **Pimienta cubeba** (*Piper cubeba* L.f.) de Indonesia y Malasia.

Las otras especias, que suelen denominarse también “Pimienta”, por ejemplo la pimienta roja, pimienta de Jamaica, pimienta malagueta (grano del paraíso) y las semillas del *Schinus molle* L., llamado árbol de pimienta que crece entre California y Chile, sólo se llaman pimienta por su aroma picante. Sin embargo, no pertenecen a la familia de los piperáceas.

Este es el caso de la Pimienta Gorda o *Pimienta dioica* que es un árbol perteneciente a la familia *Myrtaceae*, pero que por sus esencias y propiedades aromáticas está considerada como pimienta. A pesar de ser la de mayor

producción en nuestro país, sino es que la única, no cuenta con estudios serios actualizados acerca de su cultivo, cosecha y comercialización. Pareciera como si todos los involucrados dieran por hecho que sus experiencias son suficientes para mantener los actuales niveles de producción y, al parecer, prácticamente nadie en el país se ha dedicado a desarrollar una investigación seria, con relación a los aspectos de la cadena productiva de la pimienta.

La pimienta en México, cifras de producción

La **Pimienta Dioica** es la variedad que más se produce en México. En el interior de la República se conoce con diversos nombres como: Pimienta, Malagueta, Pimentón, Pimiento de Tabasco; Du-tedan (l. cuicatleca, Oax.); Patalolote (Oax.); U'cum, U'cum, U'cum (l. totonaca, región El Tajín, Ver.); Xococóchitl (l. nahuatl).

Es un árbol perennifolio de 6 a 10 m (hasta 30 m) de altura con un diámetro a la altura del pecho de 20 a 50 cm, de copa redondeada o irregular, densa, hojas simples, opuestas, decusadas; lámina de 4 a 16 cm de largo por 2 a 6 cm de ancho, elíptica, margen entero; haz oscuro, brillante, glabro, envés pálido, con numerosos puntos

glandulosos. Al estrujarlas emanan un olor a pimienta. Su tronco es derecho, ligeramente acanalado con ramas ascendentes. La corteza externa es lisa desprendiéndose en escamas muy delgadas y alargadas, pardo verdosa o amarillenta con manchas moreno rojizas. La corteza interna es color crema amarillento o rosado, quebradiza, de sabor amargo y olor muy fragante. Su flor crece en panículas axilares de 6 a 12 cm de largo, con las ramas cimosas, finamente pubescentes; pedicelos de 1 a 5 mm o flores sésiles; flores actinomorfas, fragantes, de 6 mm de diámetro; cáliz verde y pétalos blancos. El Fruto está compuesto por bayas negras de 10 por 5 mm, aplanadas en el ápice, verrucosas, con el cáliz persistente. Todo el fruto tiene un fuerte olor fragante. El fruto contiene 1 ó 2 semillas pequeñas de 5 a 6 mm de largo por 4.8 a 5.6 mm de ancho y 2.3 a 3 mm de grueso, verdosas y esféricas a hemiesféricas. El color de la semilla varía de color oscuro a café rojizo, contiene alrededor de 4.9 % de aceites esenciales. Su sexualidad es básicamente hermafrodita pero funcionalmente dioica; de ahí el nombre de esta variedad.

Esta variedad es nativa de Mesoamérica y ha sido cultivada ampliamente y naturalizada en varias partes del mundo. Se desarrolló en forma silvestre en las Antillas así como en varias partes del centro y sur de América: Cuba, Jamaica, sureste de México y se extiende desde Veracruz y Oaxaca a Chiapas, Guatemala, Belice, Honduras, Nicaragua y El Salvador.

Se encuentra preferentemente en la vertiente del golfo del norte de Puebla y Veracruz hasta el sur de la península de Yucatán y planicie costera del sureste. Se puede desarrollar en una altitud: de 0 a 500 m. La pimienta de mejor calidad crece por debajo de los 300 m. Requiere de una temperatura de 22 a 29 grados C y precipitaciones que oscilan entre 1,000 y 2,500 milíme-



tros anuales. Se desarrolla en climas de tipo cálido húmedo con lluvias todo el año, cálidos húmedos y subhúmedos con lluvias en verano. Prospera sobre suelos arcillosos derivados de margas calcáreas (Chiapas). Suelos: negro rocoso, profundo, lateríticos con textura migajón-arcilloso, arbumíferos y gley

Los Estados en los que se han encontrado plantaciones de Pimienta Doica son Campeche, Chiapas, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Veracruz y Yucatán, aunque sólo Tabasco y Veracruz y en menor medida Chiapas, la producen para el mercado.

La pimienta reproducida en forma dioica, inicia su producción a los dos años. Las cosechas más importantes son recogidas a partir del séptimo año de edad de la vida productiva de la planta. La producción promedio es de 20 a 25 kg por árbol hasta los 20 años, aunque es aconsejable renovar las plantaciones después de los 15.

La cosecha se realiza manualmente. Para pimienta negra, cuando el fruto presenta un color verde amarillento. El grano destinado a pimienta negra



produce aproximadamente el 33% de peso seco, con respecto al peso de la pimienta fresca. Esto significa que de cada kilogramo del fruto de la pimienta que se pone a secar, se obtienen aproximadamente 330 gramos de pimienta seca.

Según el momento de cosecha y su procesamiento, para efectos comerciales y a nivel internacional, se distinguen tres tipos de pimienta: Pimienta Blanca, Pimienta Negra y Pimienta Verde. En el caso de México, no se producen estos productos secundarios del procesamiento del fruto y sólo se considera la producción de pimienta negra, que es el resultado



de un proceso sencillo de aireación y secado.

Para la producción de pimienta negra se cosechan las espigas de la fruta en estado maduro, cuando las primeras frutas de la parte baja de la espiga empiecen a colorarse. Las espigas se van cortando por separado para limpiarlas de impurezas, todo ello antes de secarlas. La cosecha, se coloca en las áreas despejadas de las huertas de los productores y en el mejor de los casos, se distribuye en los asoleaderos ubicados en los centros de acopio que cuentan con superficies planas para que se seque al sol. Debido al secado la superficie de las pepas se arruga y el grano toma un color negro oscuro. Se deja secar aproximadamente durante tres días y posteriormente se recoge sometiéndola a un proceso de limpieza de hojas e impurezas. Una vez efectuada su venta, es embolsada en diferentes tamaños para ser entregada al comercializador.

Producción

A pesar de que se cuenta con datos de producción en diversos estados de la república, para el presente artículo consideramos sólo a dos estados: Veracruz y Tabasco, en virtud de que su producción la destinan para el mercado y a que han contribuido conjuntamente en el periodo 1993 - 2000 con aproximadamente el 95% del total producido en nuestro país. El 5% restante se produce en Oaxaca, Puebla y Chiapas, teniendo esta última entidad un promedio de producción por año de 200 toneladas, cifra que comparativamente es poco representativa, pero que refleja la importancia que puede adquirir un cultivo si se le atiende adecuadamente.

Para efectos de facilitar la comprensión estadística de nuestro estudio, hemos dividido el análisis de los principales indicadores de producción que

han mostrado Veracruz y Tabasco en el periodo 1993 - 2000.

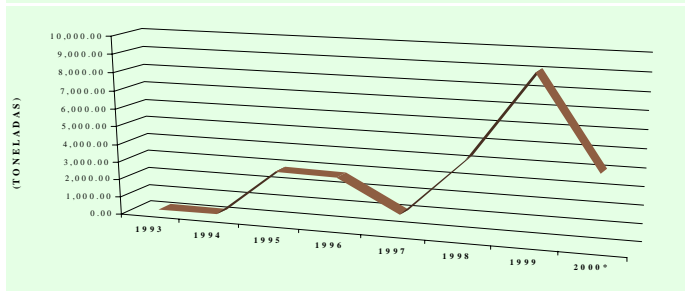
La producción y Comercialización de Pimienta en Veracruz

Las superficies dedicadas a la producción de pimienta comienzan a sembrarse de manera cautelosa nuevamente a principios de los 90, motivados principalmente por noticias de que en Tabasco era una buena alternativa para sembrar, ya que en los años anteriores se había abandonado su cultivo para fines comerciales. Así, en 1992 se retoma el corte de la planta, obteniendo resultados halagadores de forma inmediata, lo que provoca que la superficie sembrada pase de 58 hectáreas en 1992 a 1,600 en 1997, alcanzando un buen nivel en el 2000. El periodo de mayor actividad para el corte y recolección del producto es de junio a octubre, cuando el fruto alcanza la madurez para ser procesado.

Según reportes de SAGAR, que lleva los registros del fruto en verde, la superficie sembrada ha tenido variaciones constantes, en ambos sentidos. Después de un periodo de inactividad comercial de 1990 a 1992, se reinicia el registro de la superficie sembrada, contabilizando 58 hectáreas, a las que se van agregando, paulatinamente, superficies de diversas regiones, totalizando para el 2000, 1915 hectáreas.

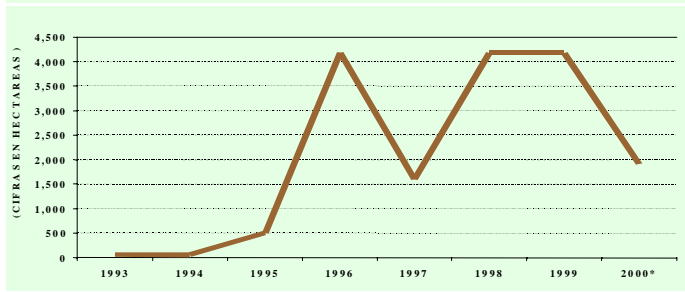
La variedad que más se utiliza es la ya mencionada pimienta gorda, que produce un rendimiento que se ha mantenido fluctuante en el estado, en un rango promedio de entre dos y tres toneladas por hectárea en el periodo 1993-2000, que representa un buen resultado si consideramos que la pimienta se produce prácticamente en forma silvestre y está clasificada dentro de los cultivos de régimen hídrico de temporal. Alrededor del 90% de la producción se obtiene en los municipios que controla el Distrito de Desarrollo

**PRODUCCION EN VERACRUZ 1993-2000
(PIMIENTA VERDE)**



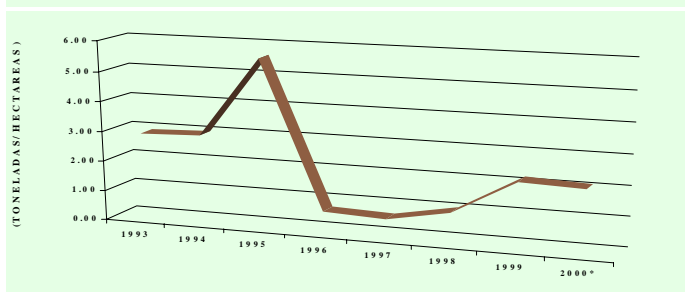
FUENTE: ASERCA con datos del Centro de Estadística Agropecuaria, SAGAR. * cierre preliminar

**SUPERFICIE SEMBRADA EN VERACRUZ DE PIMIENTA
1993-2000**



FUENTE: ASERCA con datos del Centro de Estadística Agropecuaria, SAGAR. * cierre preliminar

**RENDIMIENTO EN VERACRUZ 1993-2000
(PIMIENTA VERDE)**



FUENTE: ASERCA con datos del Centro de Estadística Agropecuaria, SAGAR. * cierre preliminar



Rural de Martínez de la Torre y sólo un 10% en el de Jaltipa.

A pesar de ser un cultivo altamente rentable, la producción de pimienta se obtiene en su totalidad de áreas cultivadas como cercas de colindancia, como cultivo alterno o circunstancial, entendiéndose a este último como aquél que crece aleatoriamente en los terrenos dedicados a otros cultivos. Con toda esa ausencia de paquetes tecnológicos, la producción de pimienta en Veracruz ha mostrado un ritmo de crecimiento sumamente acelerado, ya que de haber obtenido 168 toneladas en 1993, al término del periodo de análisis, se han logrado obtener más de 4, 000 toneladas. Esto significa un crecimiento importante en un periodo relativamente corto, que responde a la fuerte demanda en el plano internacional de la variedad mexicana.

De esta producción aproximadamente el 95% se destina para la exportación y sólo el 5% se deja para el consumo doméstico, probablemente de los mismos productores, ya que no se cuenta con datos de su uso. A pesar de ser un producto orientado principalmente para la exportación, actualmente en el Estado no existen ni paquetes tecnológicos para incrementar los rendimientos y/o la producción, ni se laboran áreas compactas desti-

nadas exclusivamente a la producción de esta especia, con excepción de dos o tres superficies de una hectárea mencionadas por un comercializador, pero que no se pudieron ubicar.

No obstante, el crecimiento de la producción se ha ido reforzando año con año y esto se debe fundamentalmente a los precios pagados por este producto, que se vende a los beneficiadores - privados o de organizaciones- prácticamente como es recolectado de los árboles, es decir, pimienta verde.



El precio medio rural, ha mostrado también un comportamiento marcadamente ascendente, incluso por arriba de la inflación ocurrida en el periodo de nuestro análisis, ubicándose sobre el precio obtenido de los cultivos comerciales primarios de la región, como son la copra y la naranja.

En cuanto a la comercialización, se da con la intervención de pocos agentes en la cadena: Productor - Unión y/o sector privado - Empresas Exportadoras.

La recolección del fruto se realiza casi en todos los casos por el mismo productor y su familia, quienes realizan las labores de corte y traslado del pro-

ducto hacia los centros acopiadores que han sido designados por las uniones de productores que existen en diversos municipios, o también, los productores pueden entregar a empresas del Sector Privado (SPR, SCPR, etc.), quienes se encargarán posteriormente de aplicar el proceso de beneficio.

Las Uniones y/o Sector Privado, llevan a cabo la función de acopio y venta del producto, esquema que se repite en casi todas las zonas productoras. En nuestro caso, fuimos auxiliados por la Unión de Auténticos Productores Indígenas Totonacas, quienes se han mantenido en el comercio de la pimienta por muchos años, y que, en la actualidad, son uno de los canales de comercialización mejor establecidos en la región de Papantla. La Unión obtuvo financiamiento desde el gobierno salinista, quien les concedió un importante crédito que ha servido, desde entonces, para que los socios obtengan recursos inmediatos, por la venta de su producto.

Esto es, los productores que son socios, al presentar su cultivo en los centros de acopio, que pertenecen a la propia Unión, una vez que les revisan que se cumpla con las características mínimas de calidad, reciben el pago en efectivo y de contado. Corresponde a la Unión continuar con



los procesos sucesivos, absorbiendo ésta última los gastos financieros y de almacenaje en que incurren hasta la venta y traslado de la pimienta. Como puede apreciarse el productor no “arriesga” en el proceso, ya que recibe inmediatamente el pago del producto en verde.

Las organizaciones de productores, así como los organismos privados, cuentan con patios que sirven como asoleadero para secar la pimienta, cuando las condiciones climáticas lo permiten. Cuando las circunstancias son adversas, se utilizan las secadoras que la Unión ha adquirido, con sus propios recursos, para dar el tratamiento de deshidratación necesario para la venta, proceso que se puede realizar en día y medio, pero que implica un costo adicional, que en la mayoría de los casos los comercializadores no están dispuestos a pagar, o bien porque hay una mayor preferencia por el proceso de secado natural.

Una vez sometida al proceso de secado, la pimienta se limpia y se almacena en espera de ser vendida a una empresa exportadora de producto en seco. Los términos de las operaciones pueden ser variados, según lo comentado con la Sociedad de Producción Rural de Productores Unidos de Pimienta de Papantla de Olearte. Su gerente general tuvo a bien orientarnos en el proceso de comercialización, indicándonos que se manejan contratos Libre a Bordo Puerto Nacional o del tipo CIF hasta el lugar de destino. Asimismo, las operaciones pueden cerrarse de manera directa con las empresas en el extranjero, o a través de un broker.

El broker cumple su función de enlace entre la Unión y/o organismo privado y las empresas consumidoras en el extranjero, asesorando a las primeras sobre los trámites necesarios, obteniendo cartas de crédito, etc y vigi-

lando que las segundas cumplan con los compromisos en tiempo y forma de la liquidación del producto, que puede ser al recibir el pedido total o con anticipos al recibir vía fax la documentación de embarque. En algunas ocasiones, adquiere pimienta mexicana para él mismo, y especula su venta, de acuerdo a las condiciones del mercado.

En cualquier caso, la pimienta será exportada a diversos países, cuya ubicación trataremos en el apartado de Exportaciones e Importaciones.

La producción y Comercialización de Pimienta en Tabasco

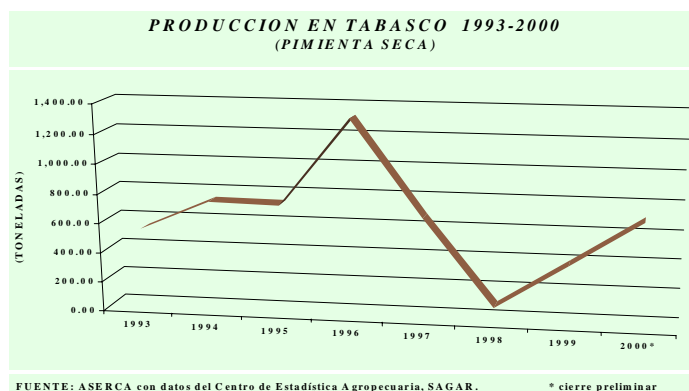
La producción de pimienta se practica en el Estado aproximadamente desde los años 70, con el establecimiento de la Unión Regional de Productores de Pimienta, pero es hasta los 90, que el cultivo adquiere mayor importancia comercial, coincidiendo con el cambio de administración de la actual mesa directiva de la Unión.

A pesar que no se cuenta con un análisis técnico, la pimienta producida en Tabasco también es conocida como Pimienta Gorda y es muy apreciada por las esencias que contiene. Las franjas productoras se localizan principalmente en dos zonas, la Sierra y la

Costa. La zona Sierra comprende los municipios de Jalapa, Teapa y Tlacotalpa, mientras que la zona Costa abarca los municipios de Centla, Paraíso, Comacalco, Jalpa de Méndez, Huimanguillo y Sánchez Magallanes. La principal época de cosecha se presenta entre el 15 de julio y el 15 de octubre, siendo agosto la etapa de mayor abundancia del fruto del pimentero.

Al igual que en Veracruz, es un cultivo alterno, principalmente con copra y cacao y también es utilizado por sectores ganaderos como “cercos vivos”. Tampoco se cuenta con investigación tecnológica, costos de producción, parcelas uniformes y en general, con ninguna infraestructura especialmente dedicada al cultivo de la pimienta, obteniéndose en forma silvestre, sin ninguna labor cultural aplicada.

Numéricamente la superficie sembrada no ha sufrido modificaciones y durante todo el periodo se han reportado 1,191 hectáreas sembradas con pimienta. No obstante, se han llevado a cabo labores de depuración de los árboles, sembrando unidades nuevas, como en 1995, y dando de baja aquellos que evidentemente habían sufrido estragos climatológicos que afectaron la producción del árbol. Por ser un cultivo que prácticamente se ob-



tiene en forma silvestre, no se han reportado daños de consideración en las plantaciones, con excepción de 1998, año en el que la sequía estropeó un buen porcentaje de los frutos de los árboles dedicados al cultivo de esta especia.

Según estimaciones de la SAGARPA, el rendimiento en el estado se ha mantenido entre los 500 y 600 kilogramos de pimienta seca por hectárea. Por ser un cultivo que depende absolutamente de las condiciones de la madre naturaleza, el rendimiento ha variado en función del clima. Así, en 1996, año en el que hubo un buen esparcimiento de las lluvias, se lograron rendimientos muy por encima del promedio estatal, ubicándose en 1.113 ton/ha. que significó un nivel récord en los 90. En contraste, en 1998, al producirse sequías en la mayor parte de las zonas productoras, los árboles lo resintieron y dejaron de producir sus frutos. El rendimiento en ese año cayó a su nivel más bajo de la década, colocándose en tan sólo 0.101 ton/ha.

El control estadístico de la producción se realiza en producto "en seco", que más o menos representa un tercio de la producción del fruto en verde. Ante esta consideración, encontramos que al igual que los rendimientos, el mejor año de producción fue en 1996, año en el que se obtuvo la producción más alta en la década, que fue de 1,326 toneladas y su mayor declive en 1998, año en el que sólo se contabilizaron 97 toneladas.

Los canales de comercialización son muy similares a los de Veracruz, es decir, Productor - Unión - Exportador, con excepción de dos diferencias: a) los productores venden pimienta seca, ya que son ellos mismos quienes realizan el corte con ayuda de su familia -y en el menor de los casos pagan por esa labor- posteriormente la desgranan la ponen a secar en sus propios patios cerca de tres días, ob-

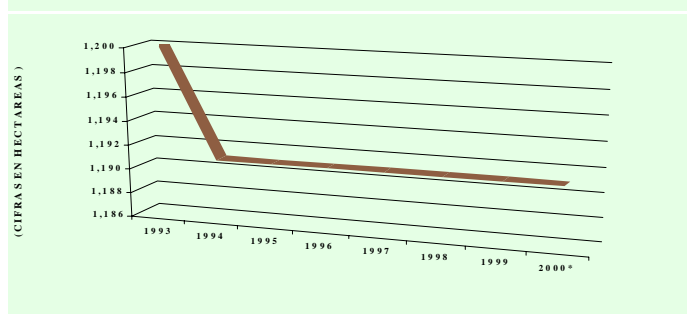
teniendo así la pimienta en seco; b) una sola Unión es la encargada de dirigir la comercialización: la Unión Regional de Productores de Pimienta del estado de Tabasco. Esta organización, que ya tiene muchos años trabajando con pimienta y otros cultivos, tiene, entre otras funciones, la responsabilidad de considerar los factores que influyen en la oferta y demanda, con lo que determina el precio al que se pagará el producto cada año. La Unión, integrada por 7 Asociaciones locales, compra directamente del productor, liquida de contado al precio pactado, para posteriormente encargarse de aplicar el proceso de limpieza y embolsado, corriendo con los gastos financieros que ello origina. Establece contacto con los compra-

dores tradicionales y realiza sondeos en otras ciudades para colocar la pimienta almacenada en sus propios centros de acopio.

Al igual que en Veracruz, se establecen operaciones directamente con las empresas extranjeras, o colocándolas a través de una correduría.

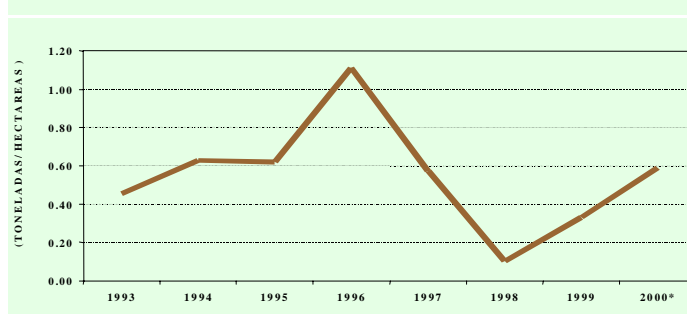
El esquema, repetido durante muchos años en el estado, fue de pronto entorpecido por la irrupción de representantes de las empresas en las zonas productoras. El año pasado, en lugar de esperar a tratar con la Unión, las empresas establecieron centros de compra en diversos lugares e iniciaron la compra directamente con el productor, atrayéndolos con el anzuelo

SUPERFICIE SEMBRADA EN TABASCO DE PIMIENTA 1993-2000



FUENTE: ASERCA con datos del Centro de Estadística Agropecuaria, SAGAR. * cierre preliminar

RENDIMIENTO EN TABASCO 1993-2000 (PIMIENTA SECA)



FUENTE: ASERCA con datos del Centro de Estadística Agropecuaria, SAGAR. * cierre preliminar

PRODUCCION DE PIMIENTA SECA EN TABASCO

	SUPERFICIE (HAS)		RENDIMIENTO TON./HAS.)	PRODUCCION (TON.)
	SEMBRADA	COSECHADAS		
1993	1,200	1,200	0.455	546
1994	1,191	1,191	0.627	747
1995	1,191	1,191	0.619	737
1996	1,191	1,191	1.113	1,326
1997	1,191	1,191	0.573	683
1998	1,191	957	0.101	97
1999	1,191	1,191	0.332	396
2000	1,191	1,191	0.590	703

Fuente: SAGAR. Delegación Estatal Tabasco, Subdelegación de Agricultura

de un precio muy por arriba del que había establecido la Unión. Los productores, ávidos de mayores recursos, acudieron en tropel, costal en mano y vendieron a precios muy elevados, si consideramos que el rango de precios pagados al productor se había movido, en los últimos años, entre 10 y 20 pesos por kilogramo, pero en el 2000 obtuvieron hasta 30 pesos por su producto en verde.

Pero el gusto duró poco, porque así como llegaron los representantes, de la misma manera repentinamente se retiraron, dejando a los productores y a la propia Unión con muchas toneladas todavía por comercializar. Con ello en los últimos meses de la cosecha el precio cayó hasta menos de 10 pesos por kilogramo. Se dice que fue una maniobra de las empresas extranjeras

para responder a una baja de la oferta internacional temporal, pero que una vez subsanada, decidieron regresar a sus países de origen. Otros opinan que se trató de desestabilizar a la Unión para que pudieran entrar otros comercializadores. La realidad fue que en el último cuarto del 2000, las cotizaciones en el mercado de físicos de Nueva York mostraron una marcada tendencia alcista, que ocasionó que los exportadores trataran de realizar un mayor volumen de ventas, en un periodo más corto.

Este ensayo repercutió en los inventarios de pimienta, que está trascendiendo en la comercialización del presente ciclo, en el que los precios y volúmenes comercializados se encuentran por debajo de los niveles alcanzados en otros años, previéndose



una caída en el ingreso del productor en el ámbito general.

Lo sorprendente de todo este desarrollo, es que los productores, en ambos estados, prácticamente no invirtieron recursos económicos para obtener ganancias por la venta de la pimienta y sólo utilizaron su propio tiempo y trabajo, incluyendo el de su familia, para elaborar un producto de exportación. Paradójicamente, un cultivo que se obtiene en forma silvestre, que no requiere de grandes inversiones para su proceso, que se cultiva como cerco vivo y como cultivo alterno, es exportado a un gran número de países en los cinco continentes. Igualmente admirable, es el manejo de la comercialización de pimienta, tanto por las Uniones como por los organismos del sector privado, quienes se mueven en un mercado de clase internacional. Es decir la modernidad respalda a lo autóctono. La falta de tecnología conviviendo con la globalización de los mercados.

Importancia de las Uniones

Vale la pena hacer un alto para destacar el papel fundamental que juegan las Uniones en la comercialización de la pimienta. A diferencia de otros cultivos en los que el papel de las Uniones está orientado a proveer de información y otros servicios básicos de sus agremiados, en el caso de las de pimienta, son organizaciones que dirigen el proceso de comercialización *de facto*. Al ser sujetos de crédito, las Uniones han adquirido por cuenta de sus socios, la infraestructura para beneficiar el fruto maduro y contribuyen a absorber los gastos financieros que se derivan del beneficio y almacenaje de la pimienta, procesos que el productor por separado no podría soportar.

Sin embargo su importancia va más allá de la infraestructura y financiamiento. Las Uniones realmen-

te coordinan los procesos de mercadeo, obteniendo precios de venta en Centrales de Abasto, cotizaciones internacionales, volúmenes producidos, colocación de producto embolsado, transporte a puertos de embarque y otras más. Así se constituyen en verdaderos representantes de sus socios, situación que les ha permitido construir un mercado exportador, que año tras año, se fortalece.

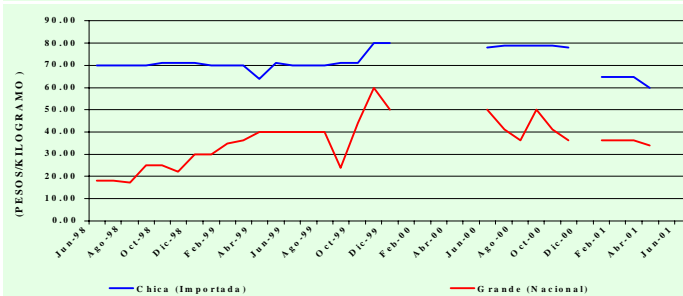
Precios

Los datos estadísticos del precio medio rural nos hablan por sí solos del valor que ha adquirido en el mercado en los últimos años. De acuerdo con cifras proporcionadas por la Delegación Estatal de la SAGARPA en Tabasco, el precio no ha mostrado una sola caída de consideración en el periodo 1993-2000. Inicia en un nivel moderado en 1993 de 3,300 pesos, por tonelada, por producto en seco y se mantiene relativamente estable al año siguiente. En 1995, inicia una carrera ascendente, que ya no se detiene, logrando un incremento de alrededor del 90% de 1995 a 1999 y un disparo en sus cotizaciones en el 2000, ocasionado por la presencia de los compradores en las zonas productoras, quienes trataban de responder a los movimientos del mercado internacional, lo cual fue descrito en la parte de comercialización de Tabasco.

Ahora bien, recordemos que en Tabasco la pimienta es un cultivo alterno, que en ocasiones ni ese mérito alcanza porque crece descuidadamente entre otros plantíos, como el cacao y el cocotero. Sin embargo, comparado con el precio medio rural de las zonas productoras en Tabasco, de 1993 al 2000, el precio recibido por los productores ha superado al de los cultivos primarios de la región.

Por ejemplo, con excepción de 1997, el precio de la pimienta ha superado al del cacao en todo el periodo. Su míni-

COMPARATIVO DE PRECIOS DE PIMIENTA (sin triturar) EN CENTRAL DE ABASTO DEL D.F.



FUENTE: ASERCA con datos de CEDA

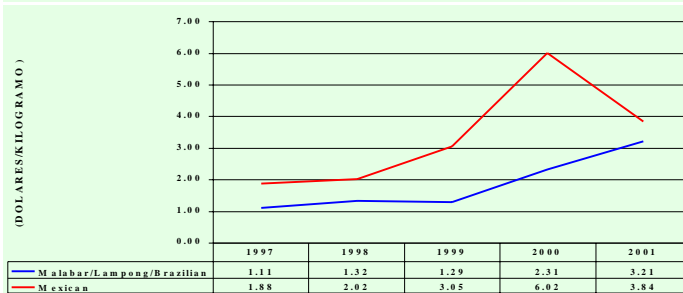
ma diferencia se obtuvo en 1998 que fue tan sólo del 4% y la máxima en el 2000, cuando el precio de la pimienta superó 2.5 veces al del cacao. Con relación al del cocotero, ni que decir, en el mismo lapso 93-00, el promedio de las cotizaciones de pimienta ha sido aproximadamente tres veces mayor que el del coco.

Por otro lado, si observamos la gráfica del comportamiento de los precios al mayoreo de la central de abasto, del Distrito Federal, podemos observar que, a pesar de que ha mostrado algunos altibajos, su tendencia es marcadamente a la alza, ubicándose en promedio por arriba de los 40 pesos por kilogramo. Ello nos da una idea de los márgenes de ganancia que

va teniendo en el proceso de comercialización.

Hablemos ahora del comportamiento del precio en el mercado internacional de la "Mexican Pimento", -que es como se le conoce a la pimienta gorda en el comercio mundial. Pocos cultivos pueden mostrar una gráfica como la que se crea con el comportamiento histórico de las cotizaciones. De 1997 una tendencia marcadamente alcista, con sus mayores crestas en el 2000, superando incluso en ese año a las cotizaciones de la Malabar/Lampong/Brazilian, que es un producto triturado y con valor agregado, además de ser la de mayor consumo en el ámbito mundial y la que históricamente ha recibido los mejores precios. Es decir,

COMPARATIVO DE PRECIOS DE PIMIENTA EN NUEVA YORK PIPPER INTERNACIONAL Y DOICA MEXICANA



FUENTE: ASERCA con datos del USDA

nuestro producto en bruto, cultivado de manera silvestre, está compitiendo con los grandes exportadores poseedores de paquetes tecnológicos para la producción de variedades del género piper.

En el mismo plano, y ahora comparando nuestra pimienta con nuestros competidores de Centroamérica, encontramos que las cotizaciones muestran el mismo comportamiento que las de sus similares, pero no olvidemos, que ellos cuentan con áreas compactas destinadas a la producción comercial de pimienta.

A manera de resumen del comportamiento de las cotizaciones, y sobre todo como un indicador de los márgenes de utilidad que obtienen los agentes que intervienen en el proceso, construimos la gráfica que muestra los tres tipos de precio de la pimienta mexicana. Esto es, el precio medio rural, que significa el precio de venta del productor, el precio medio de las exportaciones, que representa el precio al que los comercializadores exportan el producto y el precio del mercado de físicos, que nos indica el precio al que los consumidores finales adquieren el producto.

Derivado de este breve análisis podemos inferir que estamos frente a un

producto que por contar con pocos elementos en la cadena de comercialización, permite a todos ellos participar en el mercado con atractivas ganancias por su intervención.

¿Márgenes de utilidad? Para el productor: todo. El 100%. Cada año de 10 a 20 pesos por kilogramo, con excepción del presente, en que su precio cayó por debajo de 10 pesos, pero que sigue siendo un ingreso adicional libre para el productor, que insistimos y reiteramos, no le cuesta más que su propio trabajo para obtenerlo de la naturaleza y además, no necesita esperar ni hacer mayores trámites para que le sea liquidado su producto, contando así con recursos económicos sin incurrir en inversiones de dinero.

¿Para las Uniones? El necesario para adquirir o mantener su infraestructura operativa y administrativa; así ocurre con las que se han administrado correctamente. Aquellas que quebraron o están a punto de hacerlo no ha sido por problemas con la comercialización de la pimienta. Su comercio ha permitido obtener mayores ingresos unitarios por venta de pimienta que por la de otros productos de las propias Uniones. Las que actualmente dirigen el mercado, son las que han tenido una visión empresarial, para beneficio de sus socios.

¿Para los organismos privados? Se estima cercano al 50%, dependiendo del nivel del precio internacional y del tipo de contrato pactado. Si es por venta directa, el margen se puede estimar con la diferencia del precio rural y el precio medio de las exportaciones. Si es a través de un broker, comparando el precio del mercado de físicos de Nueva York, con el precio medio de exportaciones. En cualquier caso, los márgenes son sumamente atractivos.

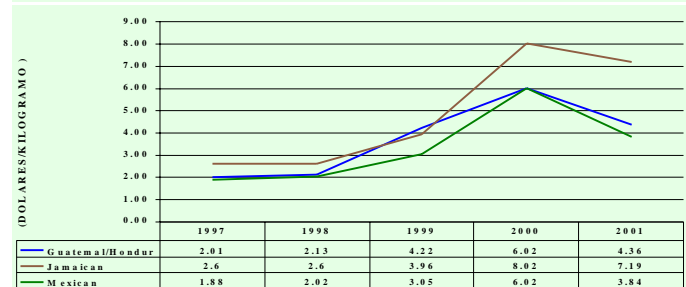
Es decir, como en el juego de la pirinola: TODOS GANAN.

Exportaciones e Importaciones

Bien hacían los hombres de la antigüedad al atribuirle propiedades misteriosas a la pimienta y en la edad media al referirse a ella como el "oro negro". Resulta que de acuerdo con cifras de la actual Secretaría de Economía, la "Mexican Pimento", se exporta a 55 países, distribuidos, como ya mencionamos, en los cinco continentes. En América la adquieren en Estados Unidos, a quien le enviamos alrededor del 15% de nuestro aromático comercio, y en la república Dominicana, con quien comerciamos el 5%. Asimismo, llegamos hasta Argentina, no sin antes pasar por Centroamérica, y Colombia y otros países.

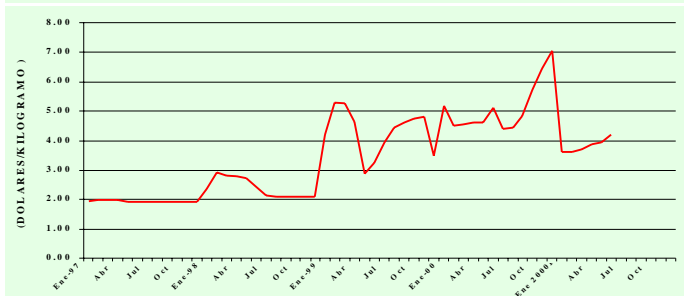


COMPARATIVO DE COTIZACIONES DE PIMIENTO DE CENTROAMERICA EN EL MERCADO DE FISICOS DE NUEVA YORK



FUENTE: ASERCA con datos del USDA

COTIZACIONES DE LA PIMIENTA MEXICANA EN EL MERCADO DE FISICOS DE NUEVA YORK



FUENTE: ASERCA con datos del USDA

En Oceanía estamos presentes en Australia. En África, la vendemos a Marruecos, Egipto y Argelia, por mencionar sólo tres países. En Asia, entregamos producto en Israel, Japón, Rusia y otros. En Europa, comercializamos alrededor del 33% de nuestras exportaciones totales con Holanda, el 8% con Alemania y el 4% con Gran Bretaña e Irlanda.

Empezamos poco a poco, enviando arriba de dos mil toneladas en 1993. Se hizo un esfuerzo y se superaron las tres mil toneladas en 1995. Y en concordancia con el disparo en la producción de 1996 y el repunte de los precios internacionales de ese mismo año, logramos superar las cuatro mil toneladas, y a pesar de que tuvimos

un tropiezo en 1998, nos recuperamos al siguiente año. Ya para el 2000, con un conocimiento más amplio del mercado internacional, exportamos la mayor cantidad de toneladas en la década, 4,499 toneladas.

El volumen total de las exportaciones está directamente relacionado con el nivel internacional de las cotizaciones de la especia, mismo que ha mostrado un crecimiento constante y acelerado en el periodo de nuestro análisis. Se obtuvo su máxima cotización en el 2000. Sin embargo, para el presente año y a la fecha de escribir el presente artículo, se tienen noticias de una estrepitosa caída del precio internacional, originado por una sobreoferta en el mercado, que está incidiendo en los

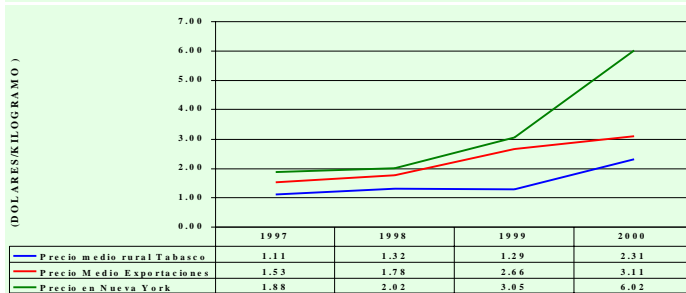


volúmenes comercializados en nuestro país, aunque aun no se dispone de datos precisos de los niveles de precios.

En el rubro de las importaciones, hay que destacar que la pimienta que traemos del extranjero es del género "pipper", que se comercia en mucho mayor escala en el mercado internacional, y es más de uso comestible. Su destino es primordialmente para el sector de producción de alimentos, por lo que relativamente son datos "distintos" a los de exportación, pero para efectos de su comercio, la clasificación arancelaria es similar. Al elaborar la balanza comercial de este cultivo, encontramos resultados positivos, ya que el volumen exportado supera por mucho al que introducimos al país.

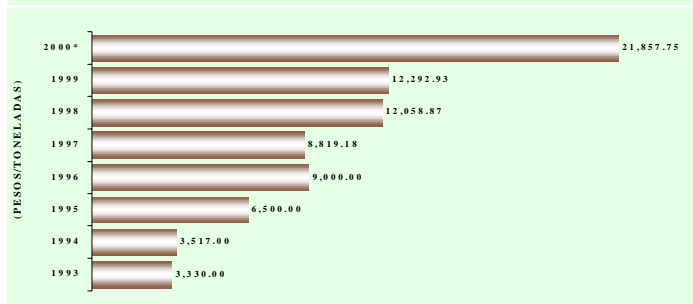
El principal origen de las importaciones es Brasil, de donde hemos traído alrededor del 70% del producto que nuestra industria necesita, aunque este porcentaje se ha reducido en los últimos tres años, ya que algunos países como Vietnam, Indonesia y la propia India, principal productor de pimienta en el mundo, están ofreciendo esta especia a precios muy accesibles, lo que ha provocado que nuestros importadores prefieran traerla del continente asiático.

COMPARATIVO DE PRECIOS DE PIMIENTA DE MÉXICO



FUENTE: ASERCA con datos de SAGAR, THE WORLD TRADE ATLAS Y USDA

PRECIO MEDIO RURAL EN TABASCO 1993-2000



FUENTE: ASERCA con datos de la Delegación Estatal Tabasco, SAGAR. * Preliminar



El volumen total de las importaciones ha crecido a partir de 1997 a un ritmo aproximado del 20% por año y se espera que en el presente se mantenga esa tendencia. Esto indica una mayor preferencia por el uso de la pimienta en algunos platillos elaborados en México, sobre todo de alta cocina. En cuanto al precio medio, se ha mantenido fluctuando en ambos sentidos año tras año, pero de manera general, se nota una tendencia alcista que lo ha ubicado alrededor de los cuatro dólares en los últimos años, muy por arriba de su cotización media de 1993, que fue de 1.08 dólares por kilogramo.

Perspectivas

La primera impresión que uno tiene al terminar de analizar la comercialización de la pimienta en nuestro país, es que todo marcha bien y prácticamente no

hay mucho por hacer. Para qué invertir recursos si un producto silvestre se puede exportar casi sin valor agregado y los productores reciben un ingreso adicional seguro cada año. Dejemos pues que Veracruz y Tabasco se las arreglen como puedan, así lo han hecho en la presente década y han creado un mercado de más de 14 millones de dólares.

Sin embargo, la realidad es que hay mucho por hacer. Los resultados arriba descritos, efectivamente, se han logrado sin grandes inversiones en investigación e infraestructura. Pero, ¿qué pasaría si se desarrollan paquetes tecnológicos y se aplican en áreas compactas destinadas, exclusivamente, para la comercialización de pimienta?. Según estimaciones de personal entrevistado de las Uniones, los rendimientos podrían duplicarse con la

sola aplicación de labores culturales sencillas como fertilización, poda y manejo de técnicas de riego elementales. Entonces, ¿por qué no duplicar la producción y salir a ofrecerla al mercado internacional? puesto que contamos con gente capacitada y experiencia en el mercado.

Eso suena bien, pero no es así de fácil. La verdad es que al inundar el mercado de pimienta, las fuerzas de la oferta y la demanda empujarían a la cotización de esta especia hacia un fuerte deslizamiento y nos encontraríamos en una situación de producir más y recibir menos. Por lo tanto la solución no es por ahí.

Creemos que lo primero que hay que trabajar es la unificación de criterios y comenzar la construcción de una Unión Nacional de Productores de

PRECIOS DE MEXICAN PIMENTO EN EL MERCADO DE NUEVA YORK

Dls/Kg

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1997	1.94	1.98	1.98	1.98	1.94	1.94	1.94	1.94	1.94	1.94	1.94	1.94
1998	2.36	2.93	2.82	2.80	2.72	2.42	2.13	2.09	2.09	2.09	2.09	2.09
1999	4.21	5.30	5.28	4.64	2.86	3.26	3.94	4.46	4.62	4.75	4.81	3.49
2000	5.19	4.51	4.54	4.62	4.62	5.12	4.40	4.44	4.84	5.72	6.45	7.04
2001	3.63	3.63	3.71	3.87	3.96	4.21						

Fuente: USDA

PAISES DE DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE PIMIENTA SIN TRITURAR NI PULVERIZAR
(Tons)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
PAISES BAJOS	610	580	1,110	830	1,830	948	1,755	1,725
ESTADOS UNIDOS	232	291	305	624	875	1,134	414	586
ALEMANIA	320	471	273	380	260	166	75	383
G. BRETAÑA E IRLANDA	110	70	137	60	130	110	270	260
REP. DOMINICANA	4	175	225	330	80	200	210	174
OTROS	1,027	1,016	1,043	1,948	920	903	1,235	1,371
TOTAL	2,303	2,603	3,093	4,172	4,095	3,461	3,959	4,499

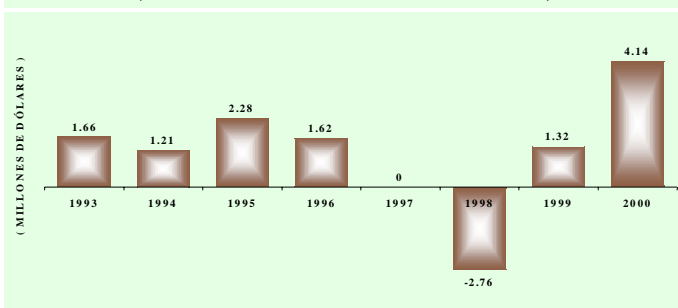
FUENTE: ASERCA con datos de THE WORLD TRADE ATLAS SECOFI

Pimienta, que recabe recursos y se de a la tarea importantísima de realizar estudios de mercado que le permitan contar con un diagnóstico real de hacia donde se deben orientar los esfuerzos. Un estudio que responda a las preguntas de qué producir, cómo producirlo y en que mercado lo comercializaremos.

Tenemos el caso de la construcción de una planta agroindustrial en Tabasco, mencionado al principio de este artículo, en la que se hicieron fuertes inversiones en su desarrollo, contando incluso con la participación de la Universidad Autónoma de Tabasco y el gobierno del Estado.

El qué producir deberá indicarnos si aumentamos exportaciones o sustituimos importaciones. Porque como ya se habrá apreciado, las importaciones representan en la actualidad alrede-

BALANZA COMERCIAL DE PIMIENTA 1993-2000
(EXPORTACIONES - IMPORTACIONES)



FUENTE: ASERCA con datos de THE WORLD TRADE ATLAS SECOFI

dor de 10 millones de dólares que podrían evitarse si la pimienta para uso alimenticio se produjera en México, en vez de traerla del exterior. El estudio deberá indicarnos sobre la factibilidad de producirla no sólo para consumo local, sino para el propio mercado norteamericano, el cual es uno de los prin-

cipales consumidores de pimienta procesada para alimentos.

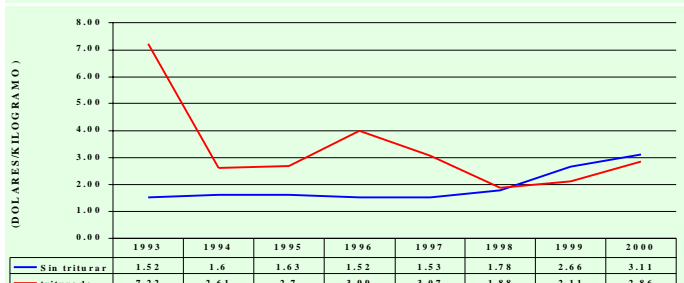
El cómo producirlo requiere de la colaboración de organismos gubernamentales y privados para determinar variedades, paquetes tecnológicos, zonas económicas y ecológicamente

PAISES DE ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES DE PIMIENTA SIN TRITURAR NI PULVERIZAR
(Tons)

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
BRASIL	1,023	922	769	1,474	1,111	968	540	909
ESTADOS UNIDOS	19	28	10	9	98	275	285	461
VIETNAM	0	0	0	0	0	27	445	393
INDIA	5	0	0	23	53	119	237	175
INDONESIA	3	2	12	43	25	58	51	90
OTROS	1	8	6	16	26	93	160	144
TOTAL	1,051	960	797	1,565	1,313	1,540	1,718	2,172

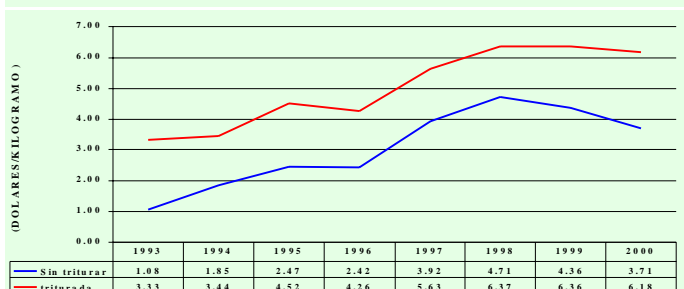
FUENTE: ASERCA con datos de THE WORLD TRADE ATLAS SECOFI

**PRECIO MEDIO DE LAS EXPORTACIONES DE MEXICO
1993 - 2000**



FUENTE: ASERCA con datos de THE WORLD TRADE ATLAS, SECOFI

**PRECIO MEDIO DE LAS IMPORTACIONES A MEXICO
1993 - 2000**



FUENTE: ASERCA con datos de THE WORLD TRADE ATLAS, SECOFI

probables, tanto para elevar la producción de la variedad actual, como para la aclimatación de variedades traídas de la India. Es decir, el estudio responderá a las siguientes cuestiones ¿producimos en mayor escala Pimienta Gorda? ó ¿producimos una variedad traída de la India para reducir, y si es posible eliminar, las importaciones?.

A quien le vamos a vender es el factor de mayor importancia. ¿Produciremos para el mercado interno?, ¿Para el mercado internacional?, Además de Holanda, ¿qué otro país nos interesa para exportar pimienta y a quien le vamos a quitar ese mercado?.

Es evidente que hay muchas interrogantes que responder antes de decidir el futuro de la comercialización de esta especia. Nosotros sólo hemos señalado las principales características que encontramos en nuestra breve intrusión a un sector poco estudiado. Las propuestas concretas deben provenir de los propios agentes involucrados en la cadena de la comercialización. En nuestro papel de comunicadores, nos gustaría hacer un llamado a las autoridades relacionadas con este cultivo para que se le dé mayor importancia y se destinen mayores recursos para apoyar las actividades propias del sector pimentero.

A los inversionistas, nos gustaría comentarles que están ante un cultivo cuyo precio de venta en el 2000 fue aproximadamente mayor que el de los cítricos, tres veces más que el cacao y diez veces mayor que el de la copra. Que tienen ante ellos un mercado con mucho potencial que puede redituales atractivas ganancias si lo saben administrar.

Y a los productores, el consejo sería que revisaran sus registros y analizaran los beneficios que actualmente obtienen por la venta de sus cultivos principales, comparándolos con los que reciben por la venta de pimienta. Tal vez encontrarán que están equivocados en cuanto a su elección del cultivo más rentable.

De manera general, debemos tener claro que la posición que actualmente ocupamos en el mercado internacional de la pimienta Dioica es todavía frágil pero se puede mejorar y se tiene que mejorar. No hay que olvidar que las experiencias de nuestra agricultura nos hablan de otros nichos de mercado que se han perdido por no haber previsto que nuestros competidores también pueden superarse.

Así pues, hay que dar el primer paso hacia una consolidación de este sector, que puede convertirse en un gigante del mercado internacional, con la debida implementación de tecnología de producción, fortaleciendo la operación de las Uniones y de los comercializadores, quienes son los pilares de la exportación de pimienta dioica en nuestro país.



LA PIMIENTA: UNA DE LAS ESPECIAS MÁS COTIZADAS EN EL MERCADO MUNDIAL

Introducción

A lo largo de los años las especias han jugado un papel importante dentro del comercio mundial. Los países productores en su cultivo involucran a un amplio sector de su población, el cual obtiene sus ingresos por la venta de las mismas. Dentro de las principales especias que se producen y comercializan en el mundo está la pimienta, ya sea blanca o negra, la cual tiene presencia en los cinco continentes. En el presente artículo se analiza la situación de la producción mundial. Se destaca además la evolución del comercio mundial y el comportamiento de las cotizaciones del producto, se brinda aspectos relevantes del cultivo en algunos países productores.

Más allá de nuestro campo

Panorama internacional

Las especias han jugado un papel importante en el comercio mundial a lo largo de los años. Muchos países, especialmente asiáticos, han puesto gran interés en su cultivo, ya que en, prácticamente, todo el mundo son ampliamente demandadas.

Dentro del amplio mundo de especias cultivadas, la pimienta es la más importante. Su valor comercializado mundial hacia finales de la década de los noventa superó los mil millones de dólares.

Según las investigaciones realizadas, la pimienta es un producto perenne. Se estima que es originario de India. Sin embargo, y gracias a la amplia demanda que existe por este producto se puede localizar en una gran cantidad de países.

El producto nativo de India fue llevado, en plantas, a Indonesia por los colonizadores hindúes y posteriormente se expandió hacia otras naciones asiáticas como Malasia.

Los europeos también se interesaron en el producto y fue a través de sus intercambios comerciales con la India como los comercializadores españoles, franceses, portugueses, ingleses, entre otros, llevaron el producto a Europa y posteriormente a América.

Cristóbal Colón salió de España en búsqueda de una mejor ruta para llegar a las Indias, viaje cuyo objetivo era ampliar el intercambio comercial entre Europa y las Indias. Uno de los productos principales de este comercio, eran las especias.

Si bien es cierto que Colón no llegó a las Indias, sí propició la llegada a

Agosto 2001

América de nuevos productos nunca antes vistos en este continente, gracias a los viajes posteriores que realizaron los colonizadores.

Con el paso de los años, la pimienta fue tomando importancia en algunos países latinoamericanos, sobre todo aquellos que reunían las condiciones climáticas adecuadas para su cultivo. Tal fue el caso de Costa Rica, Guatemala, Honduras, México y Brasil. Sin embargo, el más importante ha sido por años, este último.

Hoy el uso de la pimienta es tan amplio que son muchos los países que la emplean para el procesamiento de sus alimentos. Algunos de los nombres con los cuales se conoce a la pimienta son:

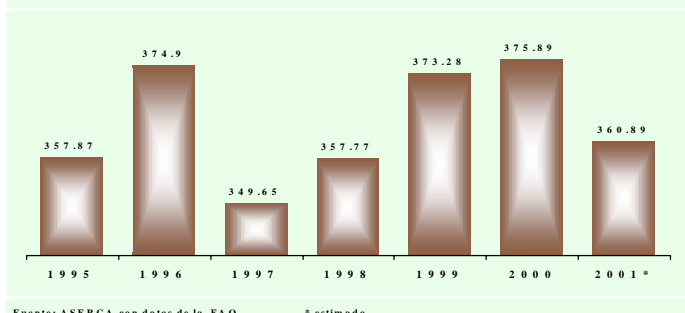
IDIOMA	NOMBRE
Árabe	Filfil
Danés	Peber
Aleman	Pfeffer
Indonesio	Merica
Japonés	Koshou
Ruso	Pjerets
Chino	Hu-chiao, Woo jiu
Francés	Poivre
Griego	Pipéri
Italiano	Pepe
Portugués	Pimenta
Turco	Biber

Fuente: www.ang.kfunigraz.ac.at

Del fruto de la pimienta se pueden obtener dos presentaciones: la pimienta negra, donde la fruta entera es secada para obtener su color y la blanca, donde la fruta madura es fermentada para quitarle la cáscara y los granos que quedan son secados para obtener el producto final.

De las diferentes variedades de pimienta que existen en el mundo, no

SUPERFICIE MUNDIAL CULTIVADA CON PIMIENTA NEGRA Y BLANCA (miles de hectáreas)



todas ellas son atractivas para su comercialización, ya que no arrojan los rendimientos deseados.

De las variedades más rentables que son cultivadas, destacan la Kudarivalli y Belantung que se cultivan en Sumatra, la Balamkota variedad que se produce actualmente con fines comerciales. La que se produce en Singapur: la Kiching, se caracteriza por ofrecer altos rendimientos. Otras variedades que se cultivan en otras partes del mundo son la British Indian

(Malabar, Costa de la India), Cambodia (Indochina) y Atjeh (Sumatra). De estas últimas variedades la British Indian es la de mayor calidad.

Con el paso de los años la pimienta ha ido tomando gran importancia dentro de la fabricación de alimentos, ya que este producto puede ser encontrado desde la comida árabe, pasando por el mole mexicano, la comida francesa, italiana y estadounidense. La demanda de la pimienta blanca o negra, depende del tipo de platillo

SUPERFICIE CULTIVADA MUNDIAL DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA (miles de has)							
PAÍS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001*
India	193.30	198.10	180.00	182.00	190.00	190.00	193.58
Indonesia	71.50	76.69	75.51	79.80	80.00	80.00	73.25
Brasil	18.55	18.24	12.04	11.18	13.22	15.75	16.97
Malasia	10.33	9.93	10.29	11.07	12.00	12.00	10.06
Sri Lanka	26.50	26.50	26.50	27.00	27.00	27.00	26.43
Otros	37.68	45.44	45.31	46.72	51.06	51.14	40.61
Mundo	357.87	374.90	349.65	357.77	373.28	375.89	360.89

FUENTE: ASERCA CON INFORMACIÓN DE LA FAO * estimado



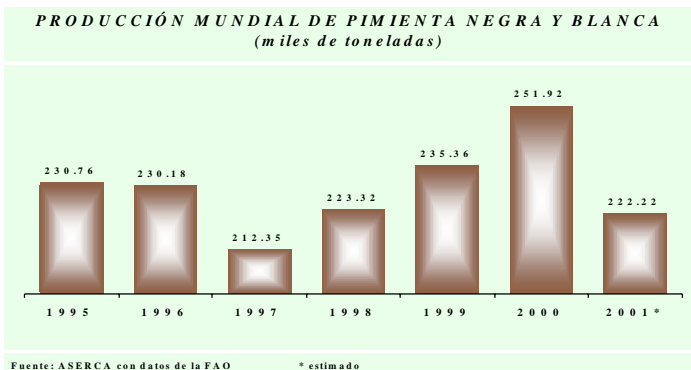
elaborar. Si se desea preparar una salsa suave, lo más seguro es que se utilice la pimienta blanca.

La pimienta no sólo tiene importancia como condimento en la elaboración de alimentos, sino que también se le ha encontrado una amplia variedad de usos en diversos sectores, sobre todo en el campo de la medicina, ya que sus propiedades ayudan a combatir enfermedades que padece el ser humano como es el caso del cáncer. Es útil para controlar hemorragias, problemas del hígado, entre otros males.

A nivel mundial se formó la International Pepper Community -IPC- (Comunidad Internacional de la Pimienta), la cual agrupa a los productores más importantes. Destaca entre ellos India, Indonesia, Malasia, Brasil, Sri Lanka y Tailandia, los cuales en conjunto aportan cerca del 80% de la producción mundial de este producto.

Además de los países antes señalados se encuentra Vietnam, el cual en los últimos años ha presentado un importante crecimiento en su producción, que lo ha llevado a mantener pláticas con los miembros de la IPC para formar parte de ella.

De acuerdo con la información de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO, por sus siglas en inglés), India

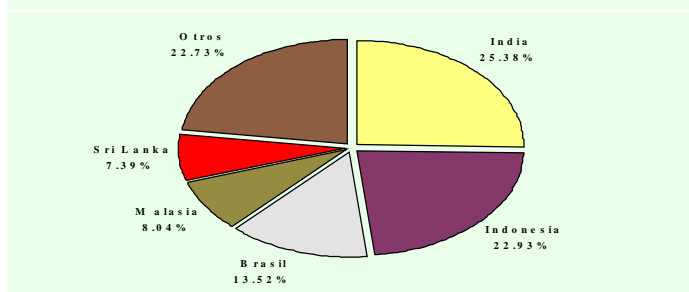


PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA
(miles de tons)

PAÍS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001*
India	60.70	61.58	56.00	57.00	58.00	58.00	57.00
Indonesia	58.96	52.17	49.66	52.19	52.19	52.19	55.12
Brasil	33.68	34.46	22.36	23.14	27.76	45.73	28.28
Malasia	15.77	16.28	18.17	19.09	21.00	21.00	16.06
Sri Lanka	16.00	16.89	17.27	17.81	17.27	17.00	17.81
Otros	45.65	48.80	48.89	54.09	59.14	58.00	47.95
Mundo	230.76	230.18	212.35	223.32	235.36	251.92	222.22

FUENTE: ASERCA CON INFORMACIÓN DE LA FAO * estimado

DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN MUNDIAL DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA



Fuente: ASERCA con datos de la FAO

es el principal productor de pimienta del mundo. Aporta cerca del 25.4% de la producción total mundial.

Durante la segunda mitad de la década de los años noventa, la superficie cultivada con pimienta en este país asiático se ubicó, en promedio anual, en 188.9 mil hectáreas, con una tasa de crecimiento negativa del 1.7% entre 1995 y 2000.

La menor superficie cultivada, aunado con la estabilidad en los rendimientos del cultivo, provocó un descenso en la producción de la especia en este país, al pasar ésta de 60.7 mil toneladas en 1995 a 58 mil en el 2000. Ello representó una contracción de 4.45% entre un año y otro.

La principal zona productora de pimienta en India se localiza en la parte

sur, y ha sido por más de dos mil años una región que ha generado grandes derramas de dinero por la producción de la misma.

Una de las regiones donde se produce la pimienta es Malabar. Su cercanía con los puertos para el embarque del producto ha permitido su transportación hacia otros destinos, lo que sin duda disminuye los costos del mismo. Esa gran virtud la observaron los árabes y venecianos, quienes mantuvieron el monopolio de la pimienta, por muchos años.

En segundo lugar se encuentra Indonesia país que aporta cerca del 22.9% de la producción mundial de pimienta. Lo anterior de acuerdo con las estadísticas de la FAO.

Contrario a lo que sucede en India, la superficie destinada al cultivo de pimienta presentó, durante el periodo señalado, un crecimiento constante, observándose una alza del 11.9% entre 1995 y 2000.

RENDIMIENTO MUNDIAL DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA
(ton/has)

PAÍS	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001*
India	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.31	0.29
Indonesia	0.82	0.68	0.66	0.65	0.65	0.65	0.75
Brasil	1.82	1.89	1.86	2.07	2.10	2.90	1.67
Malasia	1.53	1.64	1.77	1.72	1.75	1.75	1.60
Sri Lanka	0.60	0.64	0.65	0.66	0.64	0.63	0.67
Otros	1.21	1.07	1.08	1.16	1.16	1.13	1.18
Mundo	0.64	0.61	0.61	0.62	0.63	0.67	0.62

FUENTE: ASERCA CON INFORMACIÓN DE LA FAO * estimado

El incremento en el área de cultivo de pimienta no ha permitido que la producción siga el mismo camino, debido al descenso que se observa en los rendimientos de los árboles. Entre 1995 y 2000, la productividad de las plantaciones indonesas de pimienta ha ido en constante descenso, con una tasa negativa de crecimiento del 20.9% en este periodo.

La situación anterior no ha permitido que la producción crezca, pese a que año con año se ha incrementado el número de árboles plantados. Así, entre 1995 y 2000 la producción de pimienta en Indonesia cayó en 11.48%, el descenso más notorio de los países aquí analizados.

Durante los últimos cinco años Brasil se ha convertido en uno de los países

productores más importantes de pimienta. Si bien es cierto que contribuye con sólo el 13.5% de la producción total mundial, se ha observado un crecimiento constante en su productividad, pese a la contracción en la superficie cultivada.

Según las estimaciones de la FAO, la superficie cultivada con pimienta cayó en 15.1% entre 1995 y 2000. Sin embargo, los rendimientos de sus plantaciones crecieron en cerca del 60%, lo que ha facilitado el crecimiento en su producción en 35.8%, en el mismo lapso.

La pimienta Brasileña ha ganado gran aceptación en el mundo que lo ha llevado a desarrollar todo un mercado interno, y además a que su producto cotice en los principales mercados

internacionales como el de Nueva York, sirviendo así como referencia para el producto de otras procedencias.

Las principales variedades de pimienta brasileña que se negocian en el mercado, tanto brasileño como internacional, son las del siguiente cuadro.

En cuarto lugar se ubica Malasia cuya producción representa aproximadamente 8% del total mundial. El cultivo de pimienta se realiza principalmente en el estado de Sarawak, del cual se obtiene más del 90% de la producción, y además se encuentran plantaciones en otros estados como Sabah y Johor. La pimienta de Malasia es conocida en el mercado internacional como

NOMBRE	CARACTERÍSTICA	HUMEDAD	MATERIA EXTRAÑA
Brazil Black Asta	Pimienta Negra en Grano	Max 14.0%	Max. 1.0%
Brazil Black 1	Pimienta Negra en Grano	Max. 15.0%	Max. 2.0%
Brazil Black 2	Pimienta Negra en Grano	Max. 16.0%	Max. 5.0%
Brazil White Asta	Pimienta Blanca en Grano	Max. 14.5%	Max. 0.51%
Brazil White 1	Pimienta Blanca en Grano	Max. 15.0%	Max. 1.0%

Fuente: www.peppertrade.com



Agosto 2001

SARAWAK PEPPER, por el estado donde se obtiene, además que cerca del 90% de la producción obtenida en éste, se exporta.

La superficie cultivada con pimienta en Malasia superó las 12 mil hectáreas en los últimos dos años, de las cuales alrededor de 10 mil se localizan en Sarawak. La característica de las plantaciones es que son pequeñas propiedades y suelos fértiles. Las condiciones climáticas son, sin duda, un factor importante para el desarrollo del cultivo. La etapa de cosecha inicia en el mes de abril y termina por septiembre, con la etapa más fuerte entre mayo y junio.

En este país se creó, en 1972, el Mercado de Ocmerio de Pimienta (Pepper Marketing Board –PMB-), organismo que se encarga de fomentar el desarrollo del sector. Ahí se estimula la producción, el desarrollo de nuevos productos derivados de la pimienta (tal es el caso de las salsas que ya existen en el mercado, pimienta en escabeche. Estos dos productos representan un gran potencial tanto en el mercado interno como externo) se buscan mercados externos, perfumes de pimienta, dulces de pimienta, entre otros. En resumen, el organismo ha creado un sector industrial eficiente, el cual brinda una amplia variedad de productos, tanto a su mercado interno como externo, con altos estándares de calidad.



Las cifras de la FAO arrojan un comportamiento positivo en la superficie cultivada con pimienta, con una tasa de crecimiento del 16.13% entre 1995 y 2000, lo que aunado al alza en sus rendimientos (14.7% en el mismo lapso), se incrementó la producción en 33.2% en la segunda mitad de la década de los noventa.

Al igual que en Brasil, el organismo regulador de la pimienta en Malasia ha logrado clasificar el producto según la calidad del mismo, con lo cual se pueden detectar los siguientes tipos de pimienta:

Finalmente se encuentra Sri Lanka, país cuya superficie cultivada ha registrado un ligero incremento en los últimos años, siendo éste del 1.9% entre 1995 y 2000. Por su parte los rendimientos también han crecido, con una tasa del 4.3%, en el mismo lapso, situación que ha permitido que la producción aumente en 6.3%.

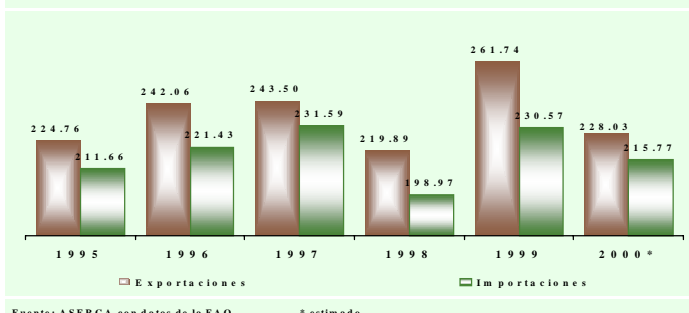
Intercambio comercial

Los principales países productores como Brasil y Malasia han creado organismos cuya función esencial entre otras, es estimular el comercio

NOMBRE	CARACTERÍSTICA	HUMEDAD
Standard Malaysia Black Pepper 1	Pimienta Negra Estándar	Max. 12.0%
Sarawak Special Black	Pimienta Negra Estándar	Maz. 14.5%
Sarawak FAQ Black	Pimienta Negra Calidad Media	Max. 15.0%
Standart Malaysia White Pepper 1	Pimienta Blanca en Grano	Max. 12.0%
Sarawak Special White	Pimienta Blanca en Grano	Max. 15.0%
Sarawak FAQ White	Pimienta Bca. en Grano Calidad Media	Max. 16.0%

Fuente: www.peppertrade.com

COMERCIO MUNDIAL DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA
(miles de toneladas)



de su pimienta en los mercados internacionales.

En el caso de Malasia la función de estimular el comercio internacional, así como certificar la calidad del producto, recae en el Pepper Marketing Board (PMB), el cual garantiza y certifica en los puertos, la calidad del grano que sale de ese país. Dicha certificación la realiza a través de tomar muestras aleatorias del grano, que son inspeccionadas en cuanto a su contenido de humedad, tamaño, y la cantidad de impurezas que contiene.

Con el fin de mantener los niveles de calidad de la pimienta, el organismo de Malasia exporta el producto bajo dos presentaciones principales: sacos de yute (doce sacos representan una tonelada de pimienta negra y 14 sacos representan una tonelada de pimienta blanca) y sacos de otro material, así como en bolsas de papel, donde el peso de éstas pueden ser inferiores a los 50 kilogramos. Asimismo, el PMB supervisa que los materiales del empaque no provoquen daños en la salud de los consumidores.

Uno de los elementos que ha cuidado el PMB es el de ofrecer productos con mayor valor agregado en los mercados internacionales. Esta sin duda, representa mayores ingresos para los productores, a la vez que se les ofrece mayor variedad de productos a los consumidores de otros países.

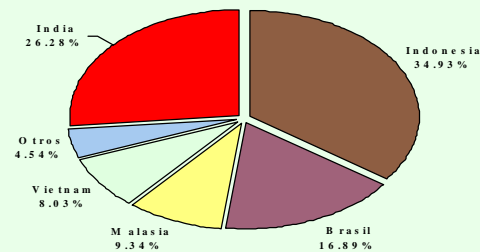


IMPORTACIONES MUNDIALES DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA
(miles de tons)

PAÍS	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
Estados Unidos	40.90	48.49	52.05	43.30	56.46	43.05
Singapur	17.12	27.32	31.15	21.19	29.37	21.56
Alemania	17.49	16.24	19.38	14.81	19.55	16.95
Países Bajos	12.35	13.77	17.31	15.51	19.42	12.49
Francia	8.86	8.59	8.33	8.08	8.57	8.71
Otros	114.94	107.03	103.37	96.07	97.19	113.01
Mundo	211.66	221.43	231.59	198.97	230.57	215.77

FUENTE: ASERCA CON INFORMACIÓN DE LA FAO * estimado

DISTRIBUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PIMIENTA EN ESTADOS UNIDOS



Fuente: ASERCA con datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos



Dentro de las funciones que en materia de comercialización tiene el PMB están:

- Proveer mercados alternativos a los productores, para que éstos puedan vender la pimienta y subproductos, a precios competitivos
- Buscar nuevos mercados para los productos
- Desarrollar los mercados para productos con valor agregado y
- Comercializar la pimienta en formas alternativas de empaque.

Sin duda que han sido grandes los logros que el PMB ha tenido en materia de comercialización de pimienta, ya que en la década de los setenta eran pocos los países donde se vendía el producto. Hacia finales de la década de los noventa, sumaban más de 40 países que compraban pimienta de Malasia. Además de sus mercados tradicionales de Singapur, Europa Occidental y Japón, la pimienta de Malasia se puede encontrar en mercados de Europa del Este, África del Norte, Medio Este y Lejano Oeste, América del Norte y la Cuenca del Pacífico.

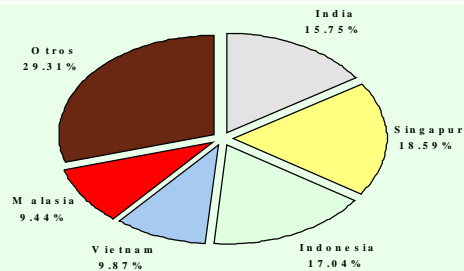
Así, después de que en 1995 las exportaciones de pimienta de Malasia se ubicaron por arriba de las 14.9 miles de toneladas. Para 1997 éstas ya habían alcanzado las 29 mil, es decir, casi se duplicaron en dos años.

EXPORTACIONES MUNDIALES DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA
(miles de tons)

PAÍS	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
India	25.27	47.21	35.40	32.86	47.00	31.73
Singapur	46.83	38.40	48.91	41.71	45.68	44.11
Indonesia	57.78	36.85	33.39	38.72	36.29	48.83
Vietnam	17.90	25.30	24.71	15.00	34.80	18.84
Malasia	14.87	28.12	29.00	18.72	21.80	21.61
Otros	62.11	66.17	72.09	72.88	76.17	62.92
Mundo	224.76	242.06	243.50	219.89	261.74	228.03

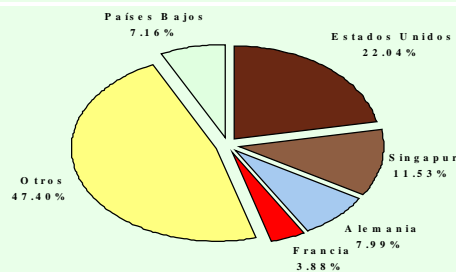
FUENTE: ASERCA CON INFORMACIÓN DE LA FAO * estimado

DISTRIBUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA



Fuente: ASERCA con datos de la FAO

DISTRIBUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE PIMIENTA NEGRA Y BLANCA



Fuente: ASERCA con datos de la FAO



Otros países exportadores son India, Singapur, Indonesia y Vietnam, los cuales junto con Malasia aportan cerca del 80% del volumen total exportable en el mundo.

De estos países India, Vietnam y Malasia son los únicos que registraron un comportamiento positivo en sus ventas al exterior durante la segunda mitad de la década de los noventa. Su tasa de crecimiento, entre 1995 y 1999, fue de 85.9%, 94.4% y 46.6%, respectivamente. Por su parte Singapur e Indonesia presentaron descensos en sus ventas al exterior de 2.5% y 37.2%, en el mismo periodo.

Por el lado de los demandantes de pimienta, Estados Unidos, Singapur, Alemania, Países Bajos y Francia, cuyas compras al exterior representaron cerca del 50% en la segunda mitad de la década de los noventa, son los países principales importadores.

Sin duda que la participación más importante como importador de pimienta, es Estados Unidos. De acuerdo con los reportes de la FAO, las compras de pimienta en el mercado internacional registraron un incremento del 38% entre 1995 y 1999, su demanda fue alrededor del 22% del total mundial.

Recientemente el Departamento de Comercio de Estados Unidos dio a conocer el volumen importado de pimienta por este país durante el año 2000, y en él se establece que sus compras al exterior superaron los 46 mil toneladas de pimienta, de ellos 43 mil correspondieron a pimienta negra.

La estructura porcentual de las compras estadounidenses de pimienta realizadas, en el año 2000, se observa fuertemente concentrada en un grupo de países. Destacan Indonesia con 34.9%, India con 26.3%,



Brasil con 16.9%, Malasia con 9.34% y Vietnam con 8.0%. Como podrá verse, los cinco países le vendieron a Estados Unidos aproximadamente 95% de la pimienta que este país importó.

El valor mundial de las importaciones de pimienta negra descendió durante el año 2000 en 4.5%, respecto a 1999, caída que obedeció a las menores compras realizadas (éstas disminuyeron en 8.6% en el mismo periodo), pero no por un descenso en el precio del producto.

Finalmente, para conocer la importancia que la pimienta tiene dentro de las importaciones de especias que Estados Unidos realizó durante el año 2000, es relevante señalar que el volumen total importado por este país fue de poco más de 301 mil toneladas, mientras que las compras de pimienta ascendieron a poco más de 46 mil toneladas. Casi 15% de las importaciones de especias fue de pimienta.

Como segundo mejor importador de pimienta se encuentra Singapur cuyas compras al exterior representan cerca del 11.5% del total mundial, y entre 1995 y 1999 éstas crecieron en 71.5%.

En tercer y cuarto lugar se encuentran dos países europeos: Alemania y Países Bajos, cuyas importaciones representan 8.0% y 7.2%, respectivamente. Al igual que los dos países antes señalados, sus compras externas presentaron crecimientos entre 1995 y 1999, siendo de 11.8% para el primero y 57.3% para el segundo.

El único país que registró un descenso en sus importaciones fue Francia, cuya participación en el comercio mundial fue de apenas de 3.9%, con una caída en sus compras cercana a 3.3% en el periodo antes señalado.

Algo importante que hay que destacar del comercio mundial de pimienta es el valor del mismo, el cual prácticamente, se ha duplicado en los últimos cinco años. Así, mientras que en 1995 el valor de las exportaciones se ubicó en alrededor de 580 millones de dólares, para 1999 éste fue de poco más de 1,244 millones de dólares.

Cotizaciones

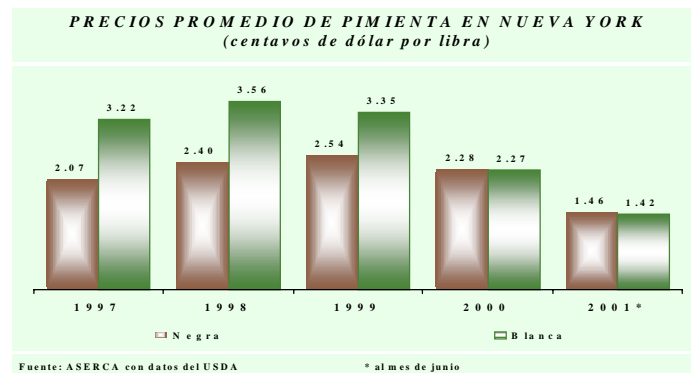
El mercado de Nueva York se ha caracterizado por su importancia para la comercialización de una amplia gama de productos. Destacan entre ellos los tropicales como el café y las especias. Es en este mercado donde los comercializadores de todo el mundo

centran su interés para conocer el comportamiento de los precios, y así poder establecer el precio de venta en su mercado local. En el caso del mercado de especias, las cotizaciones de pimienta, de diversos orígenes, incluida la brasileña.

Por lo que respecta a la pimienta negra, las cotizaciones presentaron una tendencia alcista entre 1997 y 1999, pasando de un precio promedio anual de 2.07 dólares por libra (453 gramos aproximadamente) durante 1997 a 2.54 dólares en 1999. Esto representó un alza de 22.7% entre un año y otro.

Sin embargo, esta tendencia al alza que se observó en estos tres años se revirtió durante el año 2000, observándose una reducción en los precios del 10.2% con respecto al año previo. El precio se ubicó en 2.28 dólares por libra, como promedio anual.

Un comportamiento casi similar se registró para la pimienta blanca. A diferencia de la negra la fase de crecimiento de precios se observó sólo en los años de 1997 y 1998, al incrementarse éstos en 10.8% entre ambos años, llevándolos a los 3.56 dólares por libra en 1998, como promedio anual, contra 3.22 dólares del año previo. Para 1999 las cotizaciones de pimienta blanca se



COTIZACIONES DE PIMIENTA NEGRA EN NUEVA YORK
(Dólares por libra)*

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1997	1.39	1.52	1.49	1.62	1.73	1.94	2.30	2.55	2.51	2.65	2.66	2.45
1998	1.99	2.06	2.44	2.63	2.63	2.48	2.53	2.54	2.46	2.43	2.31	2.25
1999	2.23	2.26	2.53	2.48	2.53	2.50	2.29	2.49	2.64	2.82	2.98	2.81
2000	2.60	2.56	2.46	2.60	2.65	2.65	2.64	2.53	2.05	1.68	1.48	1.49
2001	1.58	1.46	1.40	1.50	1.44	1.35						

Fuente: Aserca con información del USDA * una libra equivale aproximadamente a 0.453 kilogramos ó 453 gramos

ubicaron en 3.35 dólares por libra, lo que representó un decremento del 5.9%, con relación al año previo.

En el primer semestre del año 2001 las cotizaciones de pimienta negra mantuvieron la tendencia a la baja que se registró en el año previo, con un precio promedio del trimestre de 1.46 dólares por libra, precio 43.6% por abajo del nivel observado en el primer trimestre del año 2000.

Por lo que respecta a la pimienta blanca, el precio promedio registrado en los primeros seis meses del año 2001 fue cercano a 1.42 dólares por libra, que lo ubica 46.5% por abajo del nivel mostrado en el primer trimestre del año 2000.

Perspectivas

Las estimaciones realizadas para el año 2001 presentan un decremento en la superficie destinada al cultivo de pimienta, el cual podría ser del orden del 3.9%, con relación al año anterior. Los países con el mayor descenso en su superficie cultivada son Malasia e

Indonesia, con una contracción del 16.2 y 8.4%, respectivamente.

En cuanto a la productividad del cultivo ésta también registra una reducción. Los rendimientos mundiales, para el año 2001, podrían ser 7.5 % inferiores a los del año 2000, se destaca el caso de Brasil, con una reducción del 42.4% y Malasia cuya caída se estima en 8.6%, en el mismo lapso.

La menor superficie cultivada con pimienta, así como el descenso en la productividad del cultivo, conllevarán a un decremento en la producción mundial del mismo, el cual se estima en 11.8% entre 2000 y 2001.

Los mayores descensos en la producción se observan en Brasil, que decae en 38.2% por la fuerte caída en su productividad, seguido por Malasia con una reducción del 23.5%, motivado por la menor superficie cultivada.

Es importante señalar que Malasia seguirá realizando esfuerzos para

impulsar la industria de la pimienta en su país. Busca hacerla más productiva, a través de la Bolsa de Comercio de Malasia, pero además deberá agregar más valor a los productos que comercializan tanto en el mercado nacional, como en el internacional.

De los países aquí analizados los únicos que presentan un incremento son Indonesia y Sri Lanka, 5.6% y 4.8%, respectivamente, mientras que India podría observar una reducción del 1.7% en su producción, en el lapso antes señalado.

Finalmente, todo parece indicar que el comportamiento de las cotizaciones de pimienta en el mercado de Nueva York mantendrán su tendencia a la baja, gracias a la buena disponibilidad que se registra del producto. Sin embargo, no será factible observar niveles de precios como los registrado hace dos años, al menos que la producción presente serios problemas en los próximos meses.



COTIZACIONES DE PIMIENTA BLANCA EN NUEVA YORK
(Dólares por libra)*

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1997	5.60	2.65	2.55	2.50	2.41	2.49	2.80	3.24	2.33	3.62	4.34	4.08
1998	3.48	3.46	3.63	3.90	3.93	3.59	3.54	3.56	3.49	3.40	3.40	3.40
1999	3.61	3.55	3.65	3.55	3.53	3.35	3.10	3.14	3.25	3.27	3.16	3.03
2000	2.95	2.94	2.64	2.54	2.46	2.42	2.26	2.28	2.05	1.71	1.50	1.50
2001	1.59	1.51	1.44	1.34	1.30	1.35						

Fuente: Aserca con información del USDA * una libra equivale aproximadamente a 0.453 kilogramos ó 453 gramos