

ENCUENTROS

La cadena de melón en Costa Rica: potencialidades y desafíos internacionales

Rafael Díaz Porras¹
Vinicio Sandí Meza²

A partir de la segunda mitad del siglo XX, en América Latina la recién creada Comisión Económica para América Latina (CEPAL) impulsó el modelo de sustitución de importaciones, con el fin de que los países de la región activaran sus economías en aras del desarrollo y crecimiento económico.³ Se dio un trato especial a su desarrollo según el criterio de la industria naciente⁴, vista como foco del desarrollo de nuevas tecnologías y economías de escala. Junto a ello, se mantuvo la exportación agroindustrial centrada en café y banano en el caso de Costa Rica.

1. Dr. Rafael Díaz Porras, Centro Internacional de Política Económica (CINPE) de la Universidad Nacional, *E-mail*: rdiaz@una.ac.cr .
2. M.Sc Vinicio Sandí Meza, Centro Internacional de Política Económica (CINPE), Universidad Nacional e Instituto Centroamericano de Administración Pública (ICAP), *E-mail*: vsandi@icap.ac.cr
3. El artículo se elabora en el año 2006, como resultado del Proyecto “Sostenibilidad de las Cadenas Agroalimentarias en Centro América”, financiado por el Programa INCO – DEV de la Unión Europea, del Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible de la Universidad Nacional (CINPE-UNA).
4. Empresas que empezaron a emerger en la economía nacional y que en determinados periodos, principalmente en la década de los ochentas, recibieron ayudas implícitas e explícitas, como la exoneración de impuestos, Certificados de Abonos Tributarios (CAT), entre otros.

Para la década de los años ochenta, se adoptaron ajustes en los países, pues el modelo de sustituciones colapsó, con su fuerte naturaleza intervencionista y proteccionista y su agotamiento internacional, observado en las crisis del endeudamiento externo y la dependencia de pocos productos de exportación. Para solucionar estos problemas, se recurre a los Programas de Ajuste Estructural, promovidos y/o ofrecidos por el Banco Mundial, por el FMI y la AID. El principal objetivo era mantener la estabilidad macroeconómica asociada a la sustitución de políticas sectoriales. Es decir, pasar de un esquema de protección y sustitución de importaciones, a otro en el que la agricultura se incorporara al mercado global en un contexto de menos intervención del Estado (Reuben, 1989: 29).

De esta forma, en la producción agrícola se fijaron lineamientos para una revisión de la política de controles de precios y subsidios al productor agrícola, además de una reestructuración del organismo estabilizador de precios (Consejo Nacional de Producción –CNP–) (Reuben, 1989:31).

El proceso de ajuste implicó una política de promoción de exportaciones que llevó a la incorporación de los productos no tradicionales, aprovechando impulsos externos como el Sistema Generalizado de Preferencias, aplicado por la Unión Europea y la Iniciativa para la Cuenca del Caribe. En Costa Rica se introducen los Certificados de Abono Tributarios (CAT), que promovieron las exportaciones de productos no tradicionales a terceros mercados o mercados alternos (Reuben, 1989:35-36-37).

Con estos incentivos para la exportación no tradicional, se empiezan a dar las primeras producciones de melón en el país. La primera empresa fue la Corporación para el Desarrollo Agroindustrial (DAISA), en 1980, ubicada en Guanacaste, respaldada por la Corporación Costarricense de Desarrollo (Codesa)⁵. Para 1981, la siembra de melón se había extendido a otras áreas como Paquera, en Puntarenas; Santa Cruz y Filadelfia, en Guanacaste (Garrón, Entrevista personal 2003). Con la incorporación de la empresa transnacional Del Monte en 1987 (operando además con otros productos como piña, mango y banano), aumenta el impulso a la actividad melonera.

Las condiciones que favorecieron al desarrollo de los sectores de productos no tradicionales, como en el caso del sector melonero,

5 Codesa se desarrolla entre 1970 y 1978. Esta Corporación estaba financiada con capital estatal y sus objetivos primordiales fueron: la incursión y promoción del desarrollo de la industria del cemento, algodón, industria alimentaria, procesamiento de aluminio, y transporte público.

permitieron también la incorporación de productores medianos y grandes, hoy día, fuertemente consolidados en la producción y exportación de dicho producto.

En este artículo analizamos la cadena del melón de Costa Rica, con base en el trabajo de campo realizado en el año 2004, en términos del tipo de participación que significa en el contexto internacional, sus potencialidades y desafíos, de manera que podamos ponderar su aporte a la economía nacional. El análisis se realiza a partir del enfoque de cadenas globales de mercancías, donde se abordan las relaciones de producción y comercio internacional del producto.

El artículo se estructura de la siguiente manera: En la sección dos se analiza la participación de la industria melonera costarricense en la cadena global de melón. En la sección tres se discute la cadena particular de melón de Costa Rica en sus cuatro dimensiones. En la sección cuatro se analizan la organización y estrategias de los actores dentro del contexto melonero. Finalmente, en la sección cinco se plantean algunas consideraciones finales.

1. Cadena internacional de melón

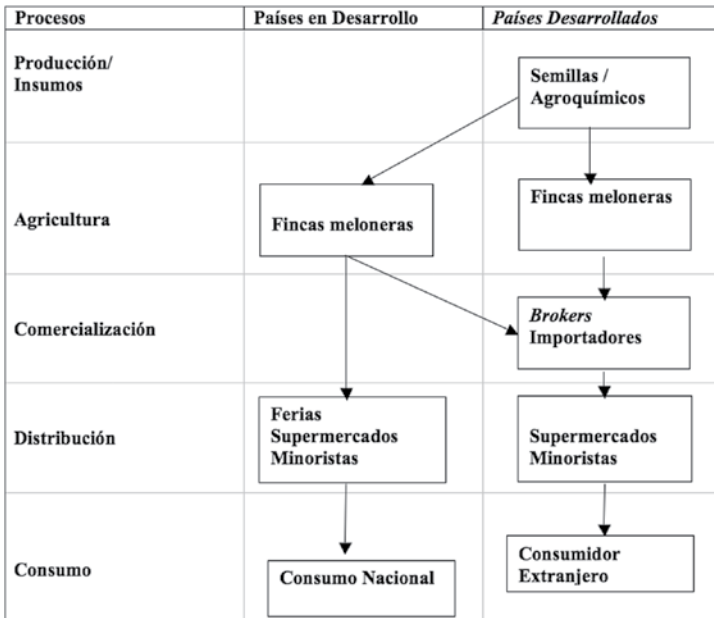
Las cadenas de mercancía globales se definen como redes de procesos que terminan con la obtención de una mercancía o bien final. Incorpora productores y comercializadores, relacionados en una secuencia de creación de valor y que operan bajo la integración de la producción primaria, la transformación, la comercialización y el uso final (Gereffi y Korzeniewicz, 1994:1-14). Su análisis se realiza considerando cuatro dimensiones:

- **Estructura insumo-producto:** se refiere a los procesos de producción y comercialización, la relación existente entre los agentes y los niveles de integración.
- **Localización:** define posicionamiento geográfico del sector en los niveles internacional y nacional.
- **Institucional y de políticas:** apoyo gubernamental y relación contractual entre productor y siguiente eslabón.
- **Orientación de la cadena:** Se refiere a la estructura de control en la cadena. Puede ser conducida desde la demanda o por la oferta.

El melón es un producto que requiere de condiciones climáticas particulares para su producción agrícola, pues ocupa una temperatura regulada, calor durante el día y frío en la noche, cantidad regulada de agua, de ahí el sistema de riego por goteo. Estas características del producto permiten que la siembra de este se pueda dar en distintas épocas del año en los distintos países productores de melón. Mientras en la Región de Centroamérica se produce melón, en los países productores de Europa como Francia, España e Italia, la producción es escasa.

La cadena internacional de melón constituye un escenario donde interactúan agentes económicos en el mercado internacional, que, asimismo, configuran una interacción entre países productores y los países consumidores. En el la figura 1 se explica dicha interrelación de actores. Estados Unidos y la Unión Europea incluyen en la cadena actores claves en el comercio internacional: las empresas transnacionales y los comercializadores, quienes llevan los melones a los consumidores.

Figura 1
Procesos de la cadena internacional de melón



Fuente: Elaboración propia a partir de Sandí, V., 2004.

En la cadena internacional encontramos países en desarrollo y países desarrollados en calidad de productores y consumidores. No obstante, en el proceso de la cadena internacional de melón, no todos desarrollan las mismas actividades. En primer lugar, los países productores en desarrollo satisfacen su demanda y la demanda de los países desarrollados. En segundo lugar, los países productores desarrollados, además de producir para consumo interno y para exportar, abastecen a sus productores y a los demás países en desarrollo, de insumos, en especial de semillas. Muchos de ellos solamente realizan algunos de los procesos involucrados en el desarrollo de la cadena (relación con el transporte, comercio internacional y distribución).

1.1 Localización de la producción

A escala internacional, la cadena melonar involucra un número importante de países productores de distintos continentes, por ejemplo, España, China, Israel, Costa Rica, Brasil, Estados Unidos, Francia, entre otros. El consumo mundial se concentra en los países desarrollados, pues las importaciones se concentran en mercados como Estados Unidos y Europa. En el mercado de los Estados Unidos, la variedad de mayor consumo es el *cantaloupe*, que es un melón más aromático y de mayor tamaño que las otras variedades. Para la temporada octubre 2000/setiembre 2001, el 67% del total de las importaciones pertenecía a la variedad *cantaloupe*, y el 32% para *honey dew*; por lo tanto, se vuelve el preferido de los consumidores estadounidenses (Elizondo Porras, 2002).

En cuanto al mercado europeo, las variedades de mayor consumo son el melón *honey dew* y el *dorado*. Los europeos son consumidores que gustan de un melón de menor tamaño y sin olor, siendo estas dos variedades las que cumplen con esas exigencias.

Si analizamos la vinculación internacional de los países productores, encontramos situaciones diferenciadas. Los países asiáticos son clasificados como mayores productores de melón del mundo (2004); sin embargo, el mayor porcentaje de su producción se destina a abastecer la demanda interna.

Así, para 1996, la producción mundial de melones se localizó principalmente en el continente asiático, que produjo 62,6% de la producción mundial. De ese volumen solo China producía el 32,5% del total mundial. Le seguían en importancia Turquía, con el 11,1% e Irán con 7,5% (Elizon-

do Porras, 1998). Sin embargo, a pesar de que el continente asiático es uno de los grandes productores de melón, tiene una muy reducida participación en las exportaciones mundiales (apenas del 5,3% para 1997), hecho que se explica porque China, Turquía e Irán consumen la mayor parte de su producción.⁶

Situación similar se presenta con Turquía (1.800.000 t), Estados Unidos (1.320.850 t), España (1.183.900 t), Irán (1.054.691 t) y Rumania (853.200 t), que además de abastecer sus propios mercados, atienden la demanda externa.⁷

En un ámbito geográfico diferente al asiático, encontramos otros continentes donde la producción de melón también es importante para el desarrollo del mercado internacional melonero. Este es el caso de países que exportan complementariamente a Estados Unidos y la Unión Europea en épocas donde estos no pueden producir. Podríamos denominarlos como países productores–exportadores.

En el continente europeo, España y Portugal son los principales productores. Para el año de 1997 produjeron 943 000 t y 639 000 t respectivamente. Para ese mismo año, Costa Rica ocupaba una posición superior al resto de los países de Centroamérica, Caribe y Suramérica con un 0,7% de la producción mundial, tan solo superado en el continente americano por Estados Unidos y México, con 5,96% y 4,2%, respectivamente (Elizondo Porras, 1998).

Para 1997, cinco de los siete principales países exportadores de melón hacia la Unión Europea y Estados Unidos eran de América Latina, entre ellos destacan: México, que exportó 439 544 t; Honduras 134 375 t y Guatemala 92 754 t a Estados Unidos; y Costa Rica que exportó un total de 112 945 t a Estados Unidos y Europa. Es importante destacar que para ese mismo año, México, Honduras, Guatemala y Costa Rica concentraron el 93% de sus exportaciones hacia el mercado estadounidense, mientras que hacia el mercado europeo, Brasil, Costa Rica, Marruecos e Israel concentraron el 81% de sus exportaciones.⁸

6 Véase (<http://www.procomer.com> 2004).

7 Véase (<http://www.procomer.com> 2004).

8 Véase (<http://www.procomer.com> 2004).

2. La cadena del melón en Costa Rica

2.1. Costa Rica en la cadena internacional del melón

Para la década de los ochenta, operaban en América Central, empresas Multinacionales (como Del Monte Fresh Produce, Chiquita Brands, Dole), productores como CAPCO en Guatemala, Brenes de Costa Rica y diferentes cooperativas instaladas en Honduras.

Las empresas multinacionales e importadoras del producto se instalaron en estos países y consolidaron los procesos de exportación hacia mercados como Estados Unidos y Europa. Estas empresas desarrollaron convenios de agricultura por contrato que aún se mantienen, aprovechando las condiciones ambientales, geográficas, sociales, de seguridad y de libre inversión en las zonas productoras (Garrón, entrevista personal, 2003). Paralelamente, se desarrollaron innovaciones tecnológicas en la producción de melón, entre estas el mejoramiento de las semillas para siembra, control de plagas, implementación de nuevas formas de riego del cultivo y la implementación de nuevas formas de transporte marítimo especializado. Estas características promovieron la aplicabilidad de logística adecuada y fuertes campañas promocionales que se mantienen aún en los países productores y en los distintos mercados mundiales.

En Costa Rica, la producción de melón se inició como una alternativa a la caída de la producción de granos básicos y producción extensiva de ganado, principalmente en la Región Chorotega y el Pacífico Central. La producción originalmente incorporó también la participación de organizaciones de pequeños productores, pero estos fueron abandonando la actividad debido a la escala requerida para su operación rentable⁹; sin embargo, el sector melonar ha sido importante para el país, ya que además de generar divisas, emplea a una gran cantidad de personas en distintas zonas del país. Así, en 1998 se sembraron 640 h, y más recientemente, en la temporada 2002-2003, se superaron las 9 000 h de melón y de sandía de exportación.

Se denotan dos áreas principales de producción de melón: la Región Chorotega y la Región Pacífico Central (véase figura 2). La primera incluye zonas de producción importantes como Nicoya, Nandayure, Carrillo y Liberia. Para la temporada 2001-2002, se reportó un área de producción

9 Lastimosamente, no existe una sistematización de este proceso de nacimiento y desarrollo de la actividad, pero en la finca se desarrollan procesos agrícolas y de empaque que pueda dar cuenta de las limitantes para los pequeños productores.

total de 4599 h, para una producción estimada de 111 984 t. En la Región Pacífico Central se destacan zonas de producción como Barranca (Chomes), Orotina y Jicaral, donde para la temporada 2001-2002 se reportó un área de producción de 337 h y la producción se estimó en 7 414 t. Se puede notar que el mayor número de sitios de producción está en la Península de Nicoya, en tanto que en el Pacífico Central y el Valle del Tempisque los sitios están más dispersos.

Debido a las buenas condiciones climáticas, en Costa Rica se cultiva un número importante de variedades de melón en distintas zonas del país (MAG, 2004). Las más cultivadas son:

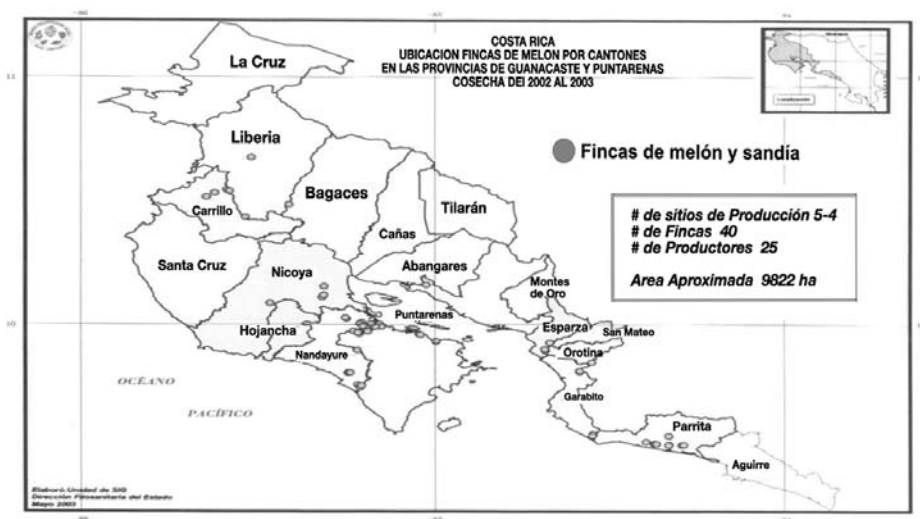
1. El *cantaloupe*, variedad que se cultiva mayormente en el Valle del Tempisque. Las principales exportaciones de esta variedad se realizan a Estados Unidos; también se exporta de esta variedad al mercado europeo; para la temporada 2002-2003, el total de h sembradas de esta variedad fue de 5 827, aproximadamente.
2. El *honey dew* es una variedad que se cultiva en la península de Nicoya, así como en la Región Pacífico Central y el Valle del Tempisque. El mayor volumen de exportaciones de esta variedad se realiza hacia el mercado europeo; también se exporta a Estados Unidos. El área total de siembra para la temporada 2002-2003 significó un aproximado de 1 800 h.
3. El *dorado* se cultiva con mayor magnitud en la península de Nicoya y la Región Pacífico Central; tanto Europa como Estados Unidos representan un mercado importante para esta variedad. Para la temporada 2002-2003 se cultivaron 1700 h, aproximadamente.
4. Por último, las variedades que menos se cultivan en nuestro país son *galia*, *piel de sapo*, *orange flesh*, *charantais*, los cuales no han tenido un desarrollo mayor en Costa Rica.

Los mercados más importantes de las exportaciones de melón costarricense son (MAG, 2004):

1. Estados Unidos, país al cual se dirige la mayor cantidad de la producción melonar de Costa Rica; solamente para la temporada 2002-2003 se exportaron aproximadamente 8328 contenedores de melón de distintas variedades.

2. Europa ocupa el segundo lugar de las exportaciones de melón costarricense. Para la temporada 2002-2003, se exportaron, aproximadamente, 5 731 contenedores de melón de la producción total del país.
3. Otros mercados de menor importancia que han emergido en los últimos años (pero con tendencia al incremento en temporadas futuras), se pueden localizar en América del Sur; por ejemplo, países como Colombia, Brasil, entre otros, y en Centroamérica.

Figura 2
Mapa de las regiones, fincas y sitios de producción de melón y sandía

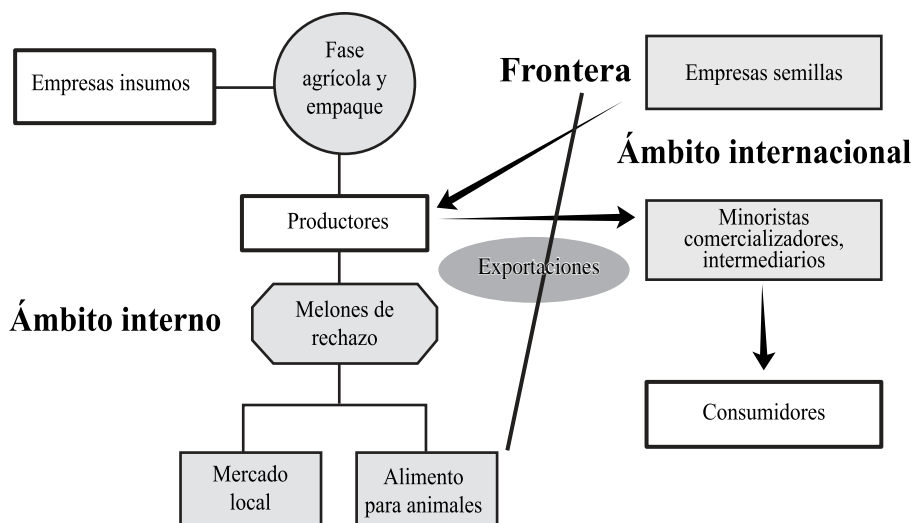


Fuente. Unidad de SIG, Dirección Fitosanitario del Estado, MAG, mayo, 2004.

2.2. Procesos y actores

Tal como hemos establecido en la sección anterior, Costa Rica participa en la cadena internacional del melón como exportador neto, donde la cadena del melón incorpora procesos agrícolas, de producción, recolección, comercialización, transporte internacional y distribución hasta el consumidor final. Tal como se observa en la figura 3, algunos de esos se desarrollan en Costa Rica y otros en los países comercializadores y consumidores.

Figura 3
Cadena funcional de melón.



Fuente: Sandi, V. 2004.

La cadena funcional de melón en Costa Rica presenta claramente dos dinámicas (figura 3). La primera, a escala interna de la cadena, donde las empresas de insumos y productores participan en el desarrollo de la fase agrícola y de empaque. La segunda, a escala externa, donde operan las comercializadoras, supermercados, agentes comercializadores, minoristas y empresas transnacionales. En la primera dinámica prevalecen

las actividades del sector primario, siembra, cosecha, recolección del producto y empaque, alta concentración de labores agrícolas, con amplia demanda de mano de obra, que, por lo general, recibe salarios relativos bajos. La segunda dinámica está relacionada con el aumento del valor agregado del producto en los países desarrollados, asociado a la provisión de frutas frescas a lo largo de todo el año.

2.2.1. La producción agrícola y empaque

La producción de melón la realizan empresas que presentan diferentes estrategias y niveles de organización, dependiendo de su escala y vinculación al mercado. La actividad muestra una alta barrera de entrada, en la medida en que, por ejemplo, una empresa productora (finca de 73 h) requiere de una inversión de 18 millones de colones (en 2003), de los cuales 68% corresponde a la producción agrícola, 21% a labores de empaque y 11% a gastos administrativos (Garrón, entrevista personal, 2005).

Las labores de finca, en el caso del melón, implican labores agrícolas y de empaque. El producto sale listo para la exportación. El proceso de siembra puede darse de dos formas: a) indirecta, donde la planta es criada en semilleros o almácigos que las empresas meloneras acondicionan, para el posterior traslado al campo (algunos ejemplos de fincas productoras bajo este sistema son Melones Entebbe, Agropecuaria La Penca, Frutcanjel); b) directa, la semilla se siembra directamente en el campo, bajo condiciones de cuidado sumamente altas (Frutas de Parrita La Ligia y Chomes, Costeña, La Ceiba, Melones del Pacífico).

Los procesos de siembra se empiezan a realizar entre los meses de octubre o noviembre, dependiendo de la posición que ocupe el productor en la cadena. Si es un productor-exportador o proveedor de un supermercado o comercializador, el proceso de producción se inicia aproximadamente en octubre. Si es un productor que vende a una transnacional, la empresa les condiciona la fecha en relación con el inicio de la siembra de la siembra. De esta manera, la transnacional se asegura de que no haya desabastecimiento en el mercado, ya que mientras los países de la región como Costa Rica, Guatemala, Honduras, República Dominicana, entre otros, dejan de producir, en otras regiones la siembra o cosecha apenas comienza. Es un proceso sucesivo durante todo el año. La recolección del fruto se empieza a dar aproximadamente durante los meses de marzo, abril y mayo.

En la fase agrícola es muy importante la relación de la finca con la provisión de servicios. En el caso del melón, resulta importantísima la provisión de insumos (básicamente importados) por intermedio de empresas encargadas de proporcionar la materia prima para empezar la siembra del producto. Ellas se encargan de proporcionar productos como la semilla, productos químicos, maquinaria, así como el mejoramiento del producto e implementación de nuevas variedades y nuevas prácticas agrícolas.

Cuadro 1
Empresas, cantidad productores y total de hectáreas

Tipo	Tamaño	Total de Hectáreas
Empresas pequeñas	15 productores (entre 40 y 150 h)	1 500
Empresas medianas	7 productores (entre 100 y 300 h)	2 122
Empresas grandes	3 productores (entre 600 y más de 1 500 h)	6 200

Fuente: Elaboración propia, a partir de Sandí, V. 2004.

En el cuadro 1 se presentan las características de las empresas productoras (empacadoras) de melón. A partir del área de siembra (utilizada en la clasificación del Ministerio de Agricultura y Ganadería), la tecnología utilizada es determinada por la escala. En el caso de una empresa pequeña, esto implica que tiene una máquina de pegar cajas por un valor aproximado a los setenta mil dólares, acorde con su escala producción. Una empresa grande tendrá una máquina de pegar cajas de mayor tamaño y con un valor mucho mayor. Por lo tanto, la escala o nivel de producción define el nivel tecnológico que permite hacer una muy importante diferencia entre las pequeñas, medianas y grandes empresas meloneras.

Los grandes empresas están mejor organizadas. Ello se refleja en la preparación continua en seminarios, en mejoramiento de prácticas de siembra y producción, mejores equipos y el acceso a información de primer orden que manejan, debido a la relación con las empresas transnacionales.

Así, por ejemplo, se ha encontrado que estas implementan mejoras más rápidamente para la certificación del *Eurep Gap*¹⁰ u otras medidas.

Paralelamente, se pueden considerar tres aspectos importantes: el primero hace referencia a los *rendimientos por área*, que son mayores en relación con la escala, por el mayor volumen de capital que manejan las empresas grandes, lo cual produce más y mejores prácticas en las labores de siembra, más investigaciones y muchas veces estiman ciertas áreas para la siembra de productos mejorados o nuevas especies (Arias, Ilse, entrevista personal, 2003). En tanto que las medianas y pequeñas empresas no presentan el acceso frecuente a mejoras técnicas de producción.

El segundo aspecto, muy relacionado con *la rotación de cultivos* (melón-arroz-melón), permite que el terreno mantenga cierto nivel de productividad, posibilitando mejor compactación y aireación del terreno (Arias, Ilse, entrevista personal, 2004). Ahora bien, la siembra de arroz facilita realizar lo que se conoce como el encamado del terreno, que contribuye a la disminución del crecimiento de maleza; además, los residuos de las plantas de arroz se convierten en abono orgánico para el terreno; esto contribuye al aumento del rendimiento por hectárea. En el caso de los medianos y pequeños productores, la rotación de cultivo no se realiza regularmente. Esta irregularidad en el uso del terreno contribuye a la aparición y crecimiento de malezas, lo cual conlleva a un aumento en el uso de productos para combatirlas, un mayor uso de mano obra para sacar dicha maleza, entre otras labores.¹¹

El tercer aspecto, el cual brinda una de las ventajas más grandes y marca la diferencia entre grandes, medianas y pequeñas empresas, es la cantidad de *sitios de producción*. Las empresas tienen distintos sitios de producción, tanto en Parrita, península de Nicoya, bajos del Tempisque. La ventaja radica no solamente en la suma de área de producción, sino, también, en las distintas fechas en que se inicia la siembra, pues en Chomes, Abangaritos y Parrita la siembra comienza en distintas fechas. Esto permite también aumentar la variedad de productos, ya que mientras en la península de Nicoya se produce muy bien el *cantaloupe* (muy buena formación de redcillas), en Parrita se produce muy bien el *honey dew*, lo que permite el acceso a distintos mercados (no solamente exportar a Europa o a Esta-

10 Es una medida de certificación propuesta por los supermercados europeos y creada a partir de la necesidad de mantener o aumentar la seguridad alimentaria de los ciudadanos europeos; ello conlleva a los productores y empresas de distintos sectores realizar una serie de mejoras, entre estas sociales, ambientales, económicas. Lo mismo ocurre en Estados Unidos con el HACCP, una norma fundamentada en el buen manejo de los productos, lo que contribuye a regular aún más ese mercado.

11 No es posible conocer el número exacto del incremento requerido en mano de obra u otros productos, ya que los productores no facilitan los datos para realizar los cálculos.

dos Unidos¹²). En ese sentido, la variedad de sitios de producción facilita tanto el aumento en el área de siembra, como la variedad de productos sembrados y producidos, además de la accesibilidad a distintos mercados de exportación.

Las empresas pequeñas y medianas no poseen distintos sitios de producción; si los tienen, están dentro de la misma zona o región. Generalmente, esto conlleva a producir una misma variedad o las variedades que mejor se den en la zona, lo cual se supedita a la exportación del producto a mercados determinados. Dados estos aspectos, en el cuadro 2 se presentan los aspectos más importantes que caracterizan a los productores.

12 Es muy importante esta caracterización. Por ejemplo, en Parrita el tamaño de la variedad cantaloupe crece más de lo normal, y que de esta variedad la mayoría de la producción se exporta a Estados Unidos. Pero en la zona de Guanacaste el producto se da en un tamaño normal y con una mejor formación de redecillas características de la variedad.

Cuadro 2
Características de los productores de melón

Características	Propietario 1 sitio (pequeño)	Propietario 2 sitios (mediano)	Propietario 3 sitios (grande)
Variedades	Una sola variedad, sea: <i>cantaloupe</i> , <i>dorado</i> , <i>honey dew</i> o <i>piel de sapo</i> . Depende de la región en la que se ubiquen.	Dos o más variedades de melón. Generalmente <i>dorado</i> , <i>honey dew</i> o <i>piel de sapo</i> en la península de Nicoya. <i>cantaloupe</i> y <i>charentais</i> en el Pacífico Central	Del Monte, Chiquita Brands, Dole. Más de tres variedades (<i>honey dew</i> , <i>cantaloupe</i> , <i>dorado</i> , <i>piel de sapo</i> , <i>charentais</i> , <i>honey dew</i>). Combinan la producción de melón con arroz.
Infraestructura	Poco adecuada	Más y mejor infraestructura	Inversiones elevadas en maquinaria y tecnología de punta.
Mano de obra	Las labores realizadas en la producción de melón es igual en la escala productiva de la que se trate. El nivel educativo requerido no cambia entre una u otra finca.		
Conocimiento del mercado	No conocen a profundidad el mercado. Posibilidad de visitar los mercados externos es casi nula.	Conocen más el mercado	Propios nichos de mercado
Riesgos de comercialización	Por no pago del producto, problemas con contratos firmados, depende principalmente del adelanto inicial.	Contrato de venta más sólido	Casi nulos. Compran la producción a otros productores, son dueños de terrenos o alquilan la tierra.
Producción total 2002-03. (Fuente: MAG)	\$4,9 millones	\$13,7 millones	\$28,5 millones

Fuente: Elaboración propia, a partir de Sandí, V. 2004

• Empresas pequeñas

Los niveles de inversión y tecnología son aceptables. Primero, porque tienen en su inventario de producción maquinaria y tecnología de avanzada, como pegadoras de cajas, tractores y carretas para trasladar el producto a la planta empacadora, además del acceso a internet, entre otras facilidades. Segundo, existe una continua inversión y mejoras dentro de su planta de producción. Las relaciones comerciales del productor son, principalmente, con un comercializador: un supermercado o detallista quien distribuye el producto en los distintos nichos de mercado, ya sea en Europa o Estados Unidos. Esta relación comercial provoca incertidumbre, pues ha ocurrido en muchas oportunidades que el comercializador no paga el valor total de la producción.

En cuanto a precios, la posición que prevalece para estos productores es muy interesante. Empresas como Agropecuaria La Penca, Frutcanjel, venden su producto bajo contrato preestablecido, donde el comercializador paga aproximadamente el 50% del costo de la producción por adelantado para que el productor empiece la siembra, sin tener que acceder a créditos bancarios. Además, se estipula que en caso de aumentar el precio, las ganancias se reparten por partes iguales. El porcentaje restante se cancela al final de la venta del producto (entrevista a productores, 2003).

El total de producción en la temporada anterior (2002-2003) significó aproximadamente 1531 contenedores, los cuales significaron un valor total aproximado de 1 414 644 cajas producidas y vendidas, con un valor aproximado por caja de US\$3,5-4,5; es decir, un valor total aproximado de US\$4,9 millones por el total de 1 531 contenedores (precio de venta del productor al comercializador) (MAG, 2004).¹³

13 Cada contenedor contiene 22 paletas. Las paletas están constituidas por una tarima con 42 cajas; eso sí, dependiendo del mercado al cual se venda el producto. Para este caso, estamos describiendo valores que se aproximan a los reales. Con estos valores descritos, el total de cajas por hectárea está entre 884 y 943. Si cada caja tiene un valor aproximado de US\$3,5-4,5, quiere decir, que se obtienen entre US\$3 300-4 000 por hectárea, de acuerdo con las cajas producidas en esa área; por lo tanto, si un contenedor contiene 924 cajas a esos precios del bien, el valor aproximado serían parecidos, los cuales, al tipo de cambio actual, rondarían los 1 400 000-1 600 000 colones por contenedor vendido y por esa cantidad de cajas producidas por hectárea. El resultado es similar tanto para los medianos como para los grandes productores.

- **Empresas medianas**

Estas presentan las mismas características de las pequeñas empresas, en cuanto al contrato de venta del producto. La diferencia se da en el tamaño de las hectáreas sembradas, lo que genera un aumento en los rendimientos, tanto productivos como económicos, mayor escala en los niveles tecnológicos, organización y, lógicamente, en el aumento de capital de inversión. Este grupo aglomera a 7 productores, con 2 121 hectáreas de producción aproximadamente en la temporada 2002-2003. En esta misma temporada exportaron cerca de 3 366 contenedores; es decir, 3 110 184 cajas, que equivalen cerca de un total de \$13,7 millones.

- **Empresas grandes**

Este grupo está conformado, en promedio, por dos o cuatro empresas, con grandes áreas de producción y que venden todo su producto a la transnacional Del Monte. Las principales diferencias con respecto a las empresas medianas y pequeñas radica en la definición de la cantidad de producto que compran a las demás empresas, así como la variedad que se puede sembrar; bajo qué normas de seguridad o calidad exportar (Garrón, entrevista personal, 2003), y además, tienen sus propios nichos de mercado, ya sea en los Estados Unidos o Europa. No necesitan de *brokers*, *retailers* u otro agente para que distribuyan en los distintos mercados el producto, pues es la misma empresa la que lleva el producto hasta el mercado, para luego venderlo a los consumidores.¹⁴ Este grupo de productores representan entre 5 900-6 300 hectáreas de producción. En la temporada 2002-2003, exportaron entre 6 900-7 300 contenedores con un valor total cercano a \$28,5 millones.

En el cuadro 3 se presenta una aproximación de los ingresos que obtienen los productores de melón, de acuerdo con el total de hectáreas producidas y el número de contenedores exportados.

14 Existe un gran dinamismo. Un agente comercializador individual como lo he llamado, quien no está asentado en el país, visita las fincas antes, durante la producción de melón con el fin de finiquitar las condiciones del contrato de venta y su posterior firma. La empresa transnacional tiene una dinámica similar, pero ésta sí está asentada en el país (banano, piña, ensaladas, entre otras) y las condiciones del contrato son distintas.

Cuadro 3
Precio del producto en el sector melonar costarricense.
Temporada 2002-2003.¹⁵ (US dólares)

Productores	Número aproximado de productores	Total de hectáreas sembradas según grupo de productores	Contenedores exportados de acuerdo al total de hectáreas sembradas	Total cajas de acuerdo al número de contenedores (millones)	Precio por caja en \$	Total de venta en (millones \$)
Pequeños	14-16	1 500-1 600	1531	1,5	3,5- 4,5	4,9
Medianos	7	2 050-2 121	3 366	3,11	3,5- 4,5	13,7
Grandes	2-4	5 900-6 300	6 900-7 300	6,5	3,5-4,5	28,5
Total	25	9822	11 542	10,9	4,40	48,4

Fuente: Elaboración a partir de datos del MAG, 2004. Temporada producción 2002-2003.

2.2.2 Niveles tecnológicos de las empresas meloneras

La producción melonar costarricense está caracterizada por el aumento en la utilización de la tierra para la siembra, todos los años. Con la participación en mercados en crecimiento, como es el caso del mercado europeo, se genera una opción muy llamativa para todos los productores. La accesibilidad a estos mercados está condicionada por continuas mejoras tecnológicas en la producción, de manera que se cumpla con una serie de normas estipuladas por los compradores.

Los meloneros costarricenses realizan mejoras significativas, con el fin de enfrentar una de las nuevas normas de los mercados, el *Eurep*

¹⁵ Los valores aquí utilizados son aproximados a partir de la información que se obtuvo del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y del trabajo de campo con las entrevistadas. El aproximado está fundamentado en datos reales.

*Gap*¹⁶, proveniente de los supermercados europeos. Finca Costeña, la primer finca de América Latina certificada con el *Eurep Gap* (según sus encargados técnicos), ha adquirido una máquina calibradora de peso de la fruta computarizada, con un precio en el mercado alrededor de US\$200-\$300 000. Agropecuaria La Penca adquirió una máquina armadora de cajas con un valor que se aproxima a los US\$70 000, a pesar de la pérdida de más de US\$400 000 en la temporada 2001-2002 (según datos del mismo productor). Estos datos revelan la realidad en cuanto a la adquisición de mejoras tecnológicas, sea de un productor y exportador grande como Costeña y un productor pequeño como Gerardo Ajú.

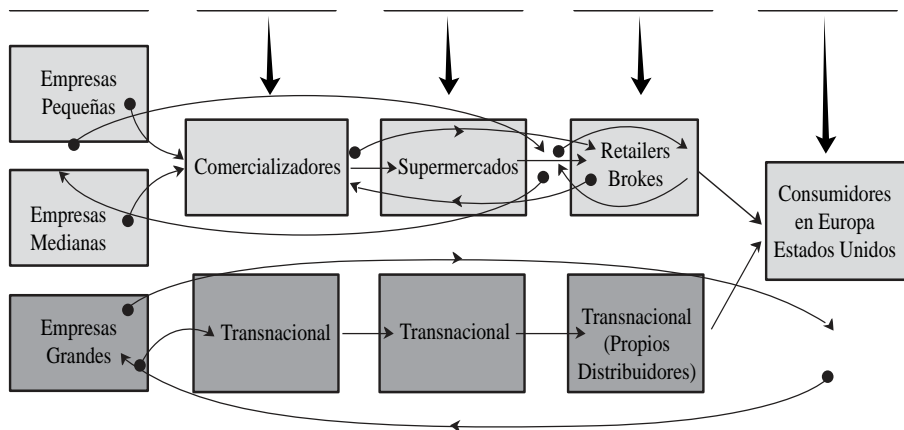
En el sector melonar las diferencias en estos rubros no son abismales, pues las altas inversiones que realizan los productores son vistas con normalidad. El uso de productos más tecnificados (maquinaria, químicos, u otros productos) se implementa en forma general dentro del sector.

2.2.3. Canales de comercialización y transacciones intrafirma

En la figura 4 se pueden observar dos canales de comercialización bien definidos. El primero es aquel donde las empresas (y principalmente las pequeñas y medianas) venden su producción a aquellos comercializadores, ya sean locales, por ejemplo, *Indufarm*, *Rumba Fruit S. A.*, Julio Mora, entre otros; e internacionales, por ejemplo, aquellos intermediarios o supermercados como *Erosky*, *ACH Internacional*.

16 El *Eurep Gap* como tal, es una medida de inocuidad alimentaria, promovida por los supermercados europeos; por tal razón, es privada. Promueve las mejoras en las prácticas de siembra, producción, cosecha y empaque. Conlleva, desde la implementación de servicios sanitarios en toda el área de la finca, así como, lavamanos, seguridad social, protección al medio ambiente, entre otras.

Figura 4
Resumen. Canales de comercialización y relaciones intrafirma



Fuente: Sandí, V. 2004.

Estos intermediarios (externos), con un contrato previamente establecido, visitan las fincas, estipulan las condiciones de producción y compra de la cosecha, además de adelantar una cantidad (generalmente el 50%) del total del costo de producción en cada temporada (cargas sociales, transporte, costos producción, empaque, administración, entre otros). Tienen distribuidores en los distintos mercados (europeo y estadounidense), los cuales reciben el producto para distribuirlo en los distintos mercados; por ejemplo, en Europa. Los países del Mediterráneo prefieren los melones más grandes, entre estos España e Italia; luego, países como Holanda e Inglaterra prefieren melones medianos; y los países nórdicos se inclinan por los melones más pequeños. Por lo tanto, los melones son distribuidos de acuerdo con su tamaño. Los *brokers* o mayoristas tienen una gran cantidad de cámaras de refrigeración, que les permite almacenar grandes cantidades de productos (melón, piña, mango, banano, entre otros) durante todo el año. El mayorista tiene un grupo de distribuidores, encargados de llevar los productos a todos los mercados que abastece; es decir, el producto es comprado por el mayorista y este de una vez los coloca a los distintos mercados, sin que exista otro intermediario (Garrón, entrevista personal, 2003).

En cuanto al canal de comercialización dirigido por la empresa transnacional, esta cumple, a lo largo de la comercialización del producto, todas las funciones. Estas empresas se encuentran asentadas en el país, compran el producto principalmente a los grandes productores (Pelón de la Bajura, Melones del Pacífico, Frutas de Parrita, entre otros). Las empresas transnacionales tienen su propio transporte, tanto terrestre como marítimo, y además mantienen sus propios comercializadores y distribuidores externos, hasta el consumidor final en Estados Unidos o Europa.

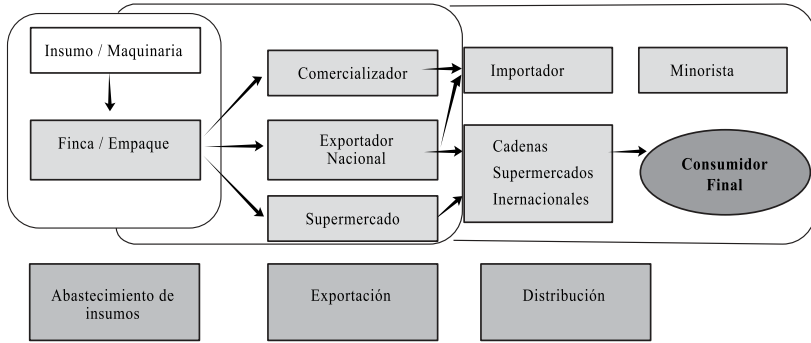
3. Organización y estrategias

Las relaciones comerciales se caracterizan por el tipo de vínculos que han implementado los diferentes actores que participan en la cadena de melón costarricense. En el tanto que tenemos productores-exportadores como también la relación entre el productor-importador; exportador-importador y la presencia de las empresas transnacionales, la cadena de melón costarricense presenta formas distintas de relación en sus ámbitos local e internacional, ya sea mediante relaciones de mercado o transacciones intrafirma.

3.1. Los vínculos comerciales de la cadena

En la cadena del melón hay varios tipos de vínculos en los que las empresas operan, ya sea en mercados o mecanismos de coordinación, integración o subordinación, como se observa en la figura 5. Estos se refieren a las actividades de abastecimiento de las empresas agrícolas, las actividades de exportación y la distribución del producto. En el primero de estos, se presenta la relación de mercado de los proveedores de insumos y maquinaria, en el que la finca empacadora se relaciona con proveedores locales de insumos agrícolas importados. En este aspecto, la puesta en marcha de las labores en finca para siembra y producción son altamente dependientes de la tecnología del exterior, donde se encuentran asentados estos proveedores, especialmente en lo referido a la semilla, la cual es producida industrialmente por empresas ubicadas en los principales países consumidores.

Figura 5
Vínculos comerciales de la cadena de melón de Costa Rica



Fuente. Sandí, V. 2004.

El vínculo de exportación hace referencia a tres relaciones distintas: a) la relación de la finca empacadora con el comercializador, sea este nacional o extranjero; b) se pueden dar relaciones intrafirma cuando el exportador nacional es el mismo productor, pero la exportadora registrada con distinto nombre, y c) la relación de la finca con un supermercado (extranjero), entre estos Erosky, Safeway, Marks and Spencer, Delhaize, Laurus, Asda, entre otros. Los productores algunas veces mezclan los vínculos a y c, de acuerdo con sus estrategias de venta.

Finalmente, tenemos el mercado hacia el consumo final, que se refiere a la relación exportador-mercado internacional. Esta relación se caracteriza porque tiene dos flujos: uno entre exportador e importador, y el otro entre exportador-cadena de supermercados internacionales, relación muy típica en las empresas transnacionales vinculadas al sector. Esas empresas cumplen la función de exportadores e importadores o se relacionan con una cadena de supermercados internacional en cuya propiedad pueden tener participación.

Así tenemos que el productor nacional participa en estos vínculos comerciales también como exportador, por ejemplo, La Ceiba de Nicoya, Los Melones Entebbe, Cía. Melonera Cabo Blanco, entre otros. Un mismo productor puede ser propietario de la comercializadora, aunque esta tenga un nombre comercial distinto. Por otro lado, existen aquellos productores que tienen una relación más estrecha con un exportador ajeno a su empresa:

por ejemplo, Pelón de la Bajura vende toda su producción a Del Monte, lo mismo sucede con Frutas de Parrita, Melones del Pacífico, entre otros.

En muchos de los casos, el productor se relaciona directamente con el importador, situación en la que el importador tiene gran injerencia en el productor, pues este produce lo que el importador demande y bajo normas de producción bien definidas por medio de contratos.

Uno de los casos más claros de este tipo de fuente de coordinación se dio con empresas pequeñas de la península de Nicoya y el Pacífico Central, que se acogieron a programas de inversión con capital holandés, con el fin de aumentar la capacidad de planta de empaque. Así, se localizan en la Región Pacífico Central algunos productores que promueven este tipo de relación, entre ellos Eduardo Marín Salazar, ubicado en Playa Bandera, Parrita, Luis Fernández (Los Colonos), en Barbudal de Parrita, Los Gerardos que venden a Frucori, entre otros.

La inversión realizada por holandeses, a partir de 1995, ha permitido crear una visión distinta de las pequeñas empresas, que desarrollaron capacidad tecnológica, así como un mayor conocimiento del mercado y mejoramiento creciente en el manejo del producto antes y después de la cosecha (Arrieta, entrevista personal, 2003).

El panorama que prevalecía años atrás, donde el productor vendía su producción a un exportador y este vendía en algún mercado extranjero o detallista, para luego ser vendido a los consumidores, ha cambiado. En la actualidad se generan relaciones más difíciles de identificar entre los elementos de la cadena. La gran mayoría de estos comercializadores o comercializadores no están físicamente asentados en el país y más bien la relación es meramente comercial.

En el caso de las empresas transnacionales (Del Monte, principalmente) que se encuentran asentadas en el país, mantienen una relación más estrecha con las fincas productoras. Actualmente, hay empresas productoras relacionadas con empresas transnacionales que aseguran la compra y venta de la producción en nichos de mercado tanto en Europa como los Estados Unidos; este el caso de la Empresa Frutas de Parrita, la cual venden toda su producción (100%) a Del Monte.

En la Tabla 1, se presentan las empresas comercializadoras. Es importante destacar, que la cadena internacional del melón es controlada por un gran número de comercializadores (difíciles de identificar), donde se pueden citar algunos, que participan de la comercialización de la producción nacional en los mercados extranjeros.

Tabla 1
Empresas comercializadoras de melón

Empresa	Naturaleza	Variedad comercializada
Comercializadora Frucori S. A.	Comercializador	Sandía
Corporación Melones Rechazo	Comercializador	Melón <i>cantaloupe</i> , <i>honey dew</i> , <i>orange flesh</i>
Frutas Vegetales Inter. S. A.	Comercializador	Melón, sandía y mango
Rumba Fruti	Comercializador	Melón dorado y sandía
Víctor Julio Mora	Comercializador	Sandía y melón dorado
Indufarm S. A.	Comercializador	Sandía, melón dorado, mango
Ticosol Agroindustrial	Comercializador	Sandía, melón y mango
ACH Internacional	Comercializador	Melón dorado

Fuente: Elaborado a partir de datos del MAG, 2004.

3.2. El control de la cadena de melón

Tal como se deduce de lo analizado, precisamente la fuerza orientadora de la cadena nacional e internacional de melón está centrada en los grandes agentes que operan la comercialización del melón, empresas de grandes detallistas, compañías comercializadoras o redes de supermercados, que no transforman el producto. Su control se traduce en la organización de la producción agrícola y comercialización del producto final. La zona periférica de la cadena, referida a la agricultura, es intensiva en trabajo y uso de recursos naturales. En esta etapa se encuentran los productores costarricenses de melón.

Si bien el contrato no regula todas las ventas de las fincas, pues también hay ventas en firme, este es el elemento que más condiciona la cadena desde la demanda, debido a que sus cláusulas se convierten en medidas de subordinación para el productor, quien debe adecuar su producción y

comercialización a lo estipulado. De esta manera, el contrato es el reflejo de las características de la demanda inmediata, que condicionan al productor en una relación donde los agentes manejan información incompleta e imperfecta, pero sesgada a favor de los agentes comercializadores por su cercanía a la demanda final.

Así, al especificar la relación del productor nacional con el resto de la cadena, se presentan dos elementos: a) el condicionamiento desde la demanda. Desde el primer momento el productor enfrenta condicionalidad (subordinación) en cuanto a qué producir, cómo y para quién realizarlo (por medio del contrato). Este proceso lo restringe muchísimo pues no llega a conocer a los consumidores en los principales destinos de exportación; b) el segundo elemento, los comercializadores y empresas transnacionales son los eslabones de la cadena que más beneficios obtienen de esta relación. Desde el momento en que la cadena se caracteriza por estar orientada por la demanda, el comercializador o las empresas transnacionales como tales, se ubican en una posición ventajosa, pues aunque los productores nacionales conocieran los mercados en donde se vende su producto y obtuvieran información de estos mercados, ello no significa necesariamente una ventaja, pues la red de distribución del producto en los distintos supermercados de los distintos países está organizada. Esta situación se convierte en un escollo de mucha dificultad para la exportación directa a esos mercados. En el caso de productores-exportadores, estos venden en el exterior a supermercados que tienen consolidados sus nichos de mercado.

En consecuencia, para el productor nacional se presentan tres opciones: a) vender a una empresa transnacional con un nicho de mercado bien definido; b) vender el producto a un supermercado o comercializador que también tiene una red de distribución muy extensa en los distintos mercados, y c) que el productor exporte, abriendo un nicho de mercado propio, y compita con los distribuidores ya consolidados o empresas transnacionales en esos mercados. Esta última opción es sumamente difícil y compleja, por la consolidación de empresas en los mercados externos.

Sin embargo, las relaciones desarrolladas permiten observar que estas no son lo mejor pero tampoco lo peor. Los comercializadores o empresas transnacionales aprovechan su posicionamiento, para la implementación de ventajas competitivas, estructuradas en altos niveles de tecnología, abundancia de capital e infraestructura. Ello les permite mantener un respaldo en los mercados abastecidos, condición que hasta la fecha los productores de melón no han logrado alcanzar de manera individual. En

opinión de los empresarios entrevistados, hay satisfacción con la relación contractual que tienen con el siguiente eslabón (ya sea comercializador o empresa transnacional), pues sienten la seguridad de producir y vender su producto, aunque existan restricciones como las descritas con anterioridad.

3.3 Las políticas de la cadena

La cadena de melón de Costa Rica no solo se ve afectada por las estrategias que impulsan los agentes que la integran, sino, también, por las acciones ejecutadas por los Estados, las cuales afectan, directa o indirectamente, el comercio de mercancías a escala internacional. Esas instituciones y otras herramientas de política, como la activación de medidas arancelarias por ejemplo, regulan el comercio internacional, lo que podría afectar la competitividad de los productos en los mercados internacionales.

Un primer aspecto se refiere a que la exportación de melón está asociada al aprovechamiento de acceso ventajoso en los mercados principales de destino dentro de los Estados Unidos y la Unión Europea. Sin embargo, en ambos mercados se han planteado acciones que han inquietado y ponen a prueba el nivel de competitividad internacional del sector. Las más importantes se refieren, en el caso de Europa, a la aplicación de aranceles de importación a Costa Rica, y en el caso de Estados Unidos, a la aprobación del tratado de libre comercio con Centroamérica y República Dominicana, donde el melón tendría garantizado el acceso preferencial.¹⁷

Un segundo aspecto se refiere a que esta cadena en su dimensión institucional también ha sido afectada por la introducción de normas de calidad por cadenas de supermercados europeos. A partir del 1.º enero del 2004, los supermercados del bloque europeo comprarán únicamente productos certificados con sellos ambientales y sociales. Estos requisitos serán totalmente privados. La certificación tiene un valor aproximado a los US\$25 000 (Garrón, entrevista personal, 2004), pero para exportar hacia el mercado de Europa tienen que cumplir con la norma. La presencia de esta norma va creando un nicho en el cual el sector melonero aspira poder seguir participando; como contraparte, también hay un sector del mercado europeo de pequeños supermercados, en los cuales no se aplica el EUREP Gap, que también daría opción a un segmento de menos exigencia.

17 Otras acciones se refieren a la aplicación del EUREP GAP, el HACCP, entre otras.

Otro aspecto importante que puede modificar aspectos productivos en la cadena de melón se refiere al uso del bromuro de metilo, cuya erradicación ha sido promovida por el PNUD mediante un programa que está ofreciendo a los productores US\$4 800000,00 para que lo dejen de voluntariamente. Este programa cubre también a Honduras, Guatemala y República Dominicana (Garrón, entrevista personal, 2004)

La problemática del uso del bromuro obedece a que entre el 50 y 95% aplicado al suelo puede pasar a la atmósfera, donde es descompuesto por radiación solar y libera una sustancia química radical de bromo, que destruye el ozono al atraer uno de sus átomos de oxígeno. El átomo de bromo también rompe moléculas estables que contienen cloro, las cuales también afectan el ozono. Esta cadena de eventos coloca al bromuro de metilo como una sustancia 50 veces más dañina al ozono que los CFC, aunque tienen una vida más corta.

Según el Protocolo de Montreal, la eliminación de este producto va de acuerdo con la viabilidad de las alternativas; es decir, un proceso paulatino, en donde los países desarrollados tenían un margen de tiempo hasta el 2005 y los países subdesarrollados hasta el 2015 (PNUMA, 2000).¹⁸

Por lo anterior, su aplicación aún no está prohibida; se encuentra dentro de las sustancias químicas permitidas para producción de frutas y otros productos. Sin embargo, es posible que el Parlamento Europeo apruebe la eliminación del uso de dicho químico.

En Costa Rica, una de las opciones para la sustitución del bromuro de metilo es el proceso de solarización del suelo, método posible de aplicar en Guanacaste, con suelos más secos, pero no en la zona de Parrita del Pacífico Central, donde el nivel freático está a muy pocos centímetros de profundidad, lo cual genera mucha humedad o en momentos de lluvia el suelo se satura fácilmente, lo cual hace que el suelo no absorba en forma rápida el agua. Este proceso consiste en tapar con plásticos la capa del suelo después de la cosecha, con el fin de evitar el proceso de fotosíntesis de las plantas y con ello la aparición de patógenos u otros insectos que afectan el cultivo del melón. Existen inconvenientes para la aplicación de este método (Arrieta, entrevista personal, 2004).

18 Véase <http://www.unep.org/ozone>. Protocolo de Montreal, relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono en su forma ajustada y/o enmendada en Londres, 1990, Copenhague, 1992, Viena, 1995, Montreal, 1997 Beijing, 1999. Publicado por la Secretaría del Convenio de Viena para la Protección de la Capa de Ozono y el Protocolo de Montreal. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

4. Algunas consideraciones finales

La caída del modelo de sustitución de importaciones, la promoción de los programas de ajuste estructural en el país, además de políticas y lineamientos en la producción agrícola, entre otras, promovió el estímulo a los productos llamados no tradicionales. De esa manera, la siembra de melón surge como una actividad atractiva, principalmente para productores de zonas como Nicoya, Tempisque y el Pacífico Central. Su desarrollo se da con la presencia de empresas transnacionales e inversionistas extranjeros, los cuales desde los inicios de la actividad hasta la actualidad han mantenido dentro de la cadena de melón de Costa Rica un posicionamiento competitivo, que les ha permitido ocupar un mayor poder de negociación y nuevas estrategias de competitividad con respecto a los productores de melón.

La vinculación de Costa Rica por medio de la cadena de melón muestra el aprovechamiento de una ventana de exportación en el invierno europeo y norteamericano, que agrega a la economía nacional una fuente de divisas y actividad económica a la región del Pacífico Central y Guanacaste. En el caso costarricense, este espacio productivo ha sido una opción para la participación de empresas agrícolas por las barreras de entrada propias de la actividad. En ese sentido, no es una opción para pequeños productores, sino una fuente de empleo temporal para peones rurales, y permanente para personal técnico capacitado. Una evaluación completa de los impactos económicos y sociales del sector es importante.

Por otra parte, si evaluamos el tipo de participación de los agentes nacionales en esta cadena, podemos concluir que esta cadena es controlada desde la demanda. Así, aunque la empresa agrícola mantenga un contrato de venta, el poder de negociación está a favor del comercializador, quien es el que marca las pautas por seguir en cuanto a cómo, qué y para quién producir. Ello genera, de cierta manera, un control por parte de los supermercados, comercializadores o empresas transnacionales dentro de la cadena, que se refleja, principalmente, al momento de comerciar el producto. Aunque la relación existente entre el productor y el comercializador se desarrolle adecuadamente (en cuanto a contrato se refiera) no necesariamente las ganancias obtenidas y los pagos por la producción son las mejores. El productor recibe entre US\$3 500-4000 por contenedor (valor FOB), mientras el comercializador recibe por ese mismo contenedor entre US\$5 500-7 000 (Garrón, entrevista personal, 2004)

La función o rol que desempeñan las empresas transnacionales, las cuales están integradas verticalmente es estrecha. Esta comprende desde la finca y el empaque del producto, pasando por la fase de comercialización del producto hasta la distribución de este en los mercados internacionales y la comercialización. Estos agentes determinan la producción de más de 6.000 h sembradas de melón en nuestro país¹⁹.

Finalmente, es evidente que la cadena de melón de Costa Rica está muy condicionada por parte de comercializadores, supermercados o empresas transnacionales, así como por políticas o lineamientos que pueden afectar la competitividad del producto. En estas circunstancias, los productores podrían realizar procesos como la solarización, que podrían permitir una mayor rentabilidad a partir de las condiciones dadas y los factores que mantienen. Procesos como esos podrían significar al productor un mejor posicionamiento dentro de la cadena de melón de Costa Rica, lo cual implica mayor poder de negociación y nuevas estrategias de competitividad.

19 La transnacional Del Monte (más involucrada en la producción de melón y otros productos en Costa Rica) compra la producción melonera de los productores más grandes, pero también adquiere productos de otros productores medianos y pequeños (claro que en menor escala).

Bibliografía

Aburto, E. (2002): *La Agrocadena de Café en Nicaragua y las Políticas Sectoriales*. Tesis de Posgrado, (Heredia CINPE).

Ayala Espino, J. (2001): *Instituciones y Economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico*, (Fondo de Cultura Económico México).

CNP (1997): *Ayote, Chile picante, Limón Mesino, Melón, Papaya, Sandía y Tomate*, (San José, CNP).

_____ (1999): *Revista Inteligencia de Mercados*. Enero-marzo, (San José, CNP).

Chavarría, H. Sepúlveda, S. Rojas, P. (2002): *Competitividad: Cadenas Agroalimentarias y Territorios Rurales. Elementos conceptuales*, (San José, IICA).

Díaz Porras, R. Pelupessy, W (2002): Políticas de Competitividad Agroindustriales en el contexto de las Cadenas Internacionales. Construcción de lo posible, posibilitando lo deseable, en Universidad Nacional. Centro Internacional Política Económica. *Políticas Económicas Para el Comercio y el Ambiente*, (San José CINPE-UNA: Editorial Porvenir).

Elizondo Porras, A. (1998): "Sistema de Información de Mercados", Boletín 1, año 3. (San José CNP).

- _____ (1999): “Sistema de Información de Mercados”, *Boletín informativo* N.º 1, (San José CNP).
- _____ (2000): “Sistema de Información de Mercados”, *Boletín Informativo* N.º 1, año 5, (San José CNP).
- _____ (2001): “Sistema de Información de Mercados”, *Boletín Informativo* N.º 1, año 6, (San José CNP).
- _____ (2002): “Sistema de Información de Mercados”, *Boletín Informativo* N.º 1 año 7, (San José CNP).
- Gereffi, G. Korzeniewicz, M. (1994): *Commodity Chains and Global Capitalism*, (Estados Unidos).
- Gibbon, P. (2001): *Upgrading Primary Production: “A global commodity Chain Approach”*, (Copenhagen, Denmark Center for Development Research).
- MAG (2004): <http://www.mag.go.cr>.
- Pelupessy, W. (1991): *From Dependence to the Global Commodity Chain Approach in Latin America*, (Netherlands Development Research Institute of Tilburg Universite).
- Pérez Sáinz, J. P. (2002): *Encadenamientos Globales y pequeña empresa en Centro América*, (San José, FLACSO).
- Promotora de Comercio Exterior (1996): *Gerencia de Estudios Económicos e Información Comercial*, (San José, PROCOMER).
- PROCOMER (2004): <http://www.procomer.com>).
- Reuben Soto, W. (1989): *Campesinos Frente a la Nueva Década “Ajuste Estructural y pequeña producción agropecuaria en Costa Rica*, (San José, CECADE/ Editorial Porvenir).
- Sáenz, F. y Ruerd. R. (2003): Methodological Building Block. “The supply chain analysis approach. Diagnosis an analysis of chain in-

tegration with focus on the farm-firm linkage” *Project: Improved sustainability of agrofood chains in Central America*, (Guatemala Workshop).

Sandí, V. (2004): Mejoramiento y Competitividad de los productores de melón en la Cadena de Mercancías Globales. Caso estudio: Cadena melón en Costa Rica, *Tesis de Posgrado*, (Heredia, CINPE).

Sullivan, G. (2002): *Departamento de Agricultura del Estado de Indiana*, (Indiana, Estados Unidos).

Universidad Nacional (1999): *Taller alternativas al uso del bromuro de metilo en el cultivo del melón en Costa Rica*, (Liberia, Editorial UNA).

Verkerk, R. Linneman, A. (2003): Methodological paper. “Chain reversal in international perspective: optimisation by dynamic, consumer-orientated quality change modelling”. *Project: Improved sustainability of agrofood chains in Central America*, (Guatemala Workshop).

Entrevistas a Expertos

1. Sergio Abarca. Fitosanitario de Exportación. Ministerio de Agricultura y Ganadería. MAG.
2. Guillermo Arrieta. Coordinador de Supervisores de Finca. Fitosanitario de Exportación del MAG.
3. Fabio Chaverri. Investigador encargado del uso de sustancias tóxicas en la producción de melón en Costa Rica. Encargado del estudio sobre la viabilidad del cambio del uso de bromuro de metilo por metan sodio. Instituto Regional de Estudios Tóxicos
4. Fernando Ramírez. Investigador de uso de sustancias tóxicas en la producción nacional. Instituto Regional Estudios Tóxicos. Universidad Nacional. 2004

5. Ricardo Garrón. Propietario de la Finca de Melones Entebbe, ubicada en Nandayure, Guanacaste. Ex presidente Ejecutivo de la Cámara de Meloneros 2004.
6. Ilse Arias. Administradora de Planta y Producción. Finca Frutas de Parrita (Quepos y Chomes). Parrita, Quepos, 2003.

Referencias anexas

<http://www.procomer.com/publicaciones>
<http://www.cioecbolivia.org/libro/AsA.htm>
<http://www.cioecbolivia.org/libro/prudencio.htm>
<http://www.tiquisia.com/editorial/index34.asp>
<http://www.gropuchorlavi.org/php/doc/documentos/encadagicchile.pdf>
<http://www.acceso.cr.cr/publica/sectores.shtml>
<http://www.mercant.cnp.go.cr/CEDO/MELON.htm>
<http://www.freshdelmonte.com/content.cfm.pageID=47>
<http://www.buscagro.com>
<http://www.mercanet.cnp.go/Calidad/Poscosecha/Investigaciones/Fruticolas>
http://www.ediho.es/horticom/tem_aut/frutas/melanna.html
http://www.sice.oas.org/ctyindex/wto/tprs_cr5s.asp
<http://www.tomatlan.com/proyecto2.html>
<http://www.iicanet.org/foragro/Brasil2002/mateo.pdf>
<http://www.andi.com.co/dependencias/biblioteca/notitecnicas30-01.htm>
<http://www.cadexco.org.cr>
<http://www.frutas-hortalizas.com>
<http://www.mag.go.cr>
<http://www.procomer.com>
<http://www.pima.go.cr>
<http://www.meritus.com>