

**Servicio Integrado de Información Arroceras**  
**(13 julio 2017)**

**LA REPUBLICA**

Productores de pollo, cerdo, leche y arroz entre los que se verían afectados

# **Agro teme desgravación de TLC con EE.UU.**

Apertura total será en 2023 y 2026

**Tatiana Gutiérrez-Wa Chong** [tgutierrez@larepublica.net](mailto:tgutierrez@larepublica.net) |

Los productores avícolas, porcinos, lácteos y arroceros están preocupados ante la cercanía de la desgravación arancelaria de las importaciones provenientes de Estados Unidos.

Cuando Costa Rica firmó el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos hace 11 años, se negociaron plazos de desgravación para los bienes más sensibles de cada economía y las autoridades nacionales prometieron a los productores una agenda de acompañamiento para mejorar su competitividad.

Las fechas fueron definidas para los sectores avícola y porcino en 2023, y para el arroz y los lácteos en 2026. Sin embargo, esos sectores denuncian hoy que esas promesas quedaron en el papel.

“No existe una agenda complementaria, ni de los productores, ni del Gobierno. Esto nos preocupa porque el tiempo pasa y cada día somos menos competitivos. Requerimos más semilla, más investigación, más apoyo y sobre todo, que se disminuyan los altos costos de producción”, aseguró Juan Rafael Lizano, presidente de la Cámara Nacional de Agricultura y Agroindustria.

El clamor es más intenso sobre áreas específicas como son la mejora en los costos de producción y logística; la calidad e inocuidad de los bienes y la necesidad de dar el salto hacia el mercado externo.

Además, los productores afirman que la competencia será en desigualdad de condiciones, ya que la producción agrícola y ganadera estadounidense recibe subsidios e incentivos que les permiten alcanzar altos estándares de calidad y ser competitivos.

“Los subsidios norteamericanos hacen que los productores ticos vivan la crónica de una muerte anunciada o la desaparición gradual de la producción como ocurrió en países como México y Honduras. La agenda paralela al TLC debería ser una regla obligatoria para que los sectores puedan competir tomando en cuenta estas distorsiones”, dijo Renzo Céspedes, asesor de la Cámara de Agricultura.

El Gobierno responde a las críticas y niega que no exista una agenda de acompañamiento.

“Desde que se implementó el Sistema de Banca de Desarrollo en 2015, se triplicó la colocación de créditos para el sector agro. Además, se dio un fortalecimiento del Programa de Abastecimiento Institucional del Consejo Nacional de Producción (CNP) para vincular a las organizaciones de pequeños productores al mercado institucional”, destacó Luis Felipe Arauz, ministro de Agricultura.

El Gobierno también recalcó la aprobación de un nuevo reglamento de registro de plaguicidas que permitirá bajar el costo de los insumos; también entregó semillas a los agricultores afectados por el huracán Otto y como una medida paliativa ante una posible llegada del fenómeno El Niño.

Los productores concuerdan en que a pesar de esta situación no se pueden satanizar los beneficios del TLC para el país.

Para entender esta afirmación solo es necesario analizar las cifras.

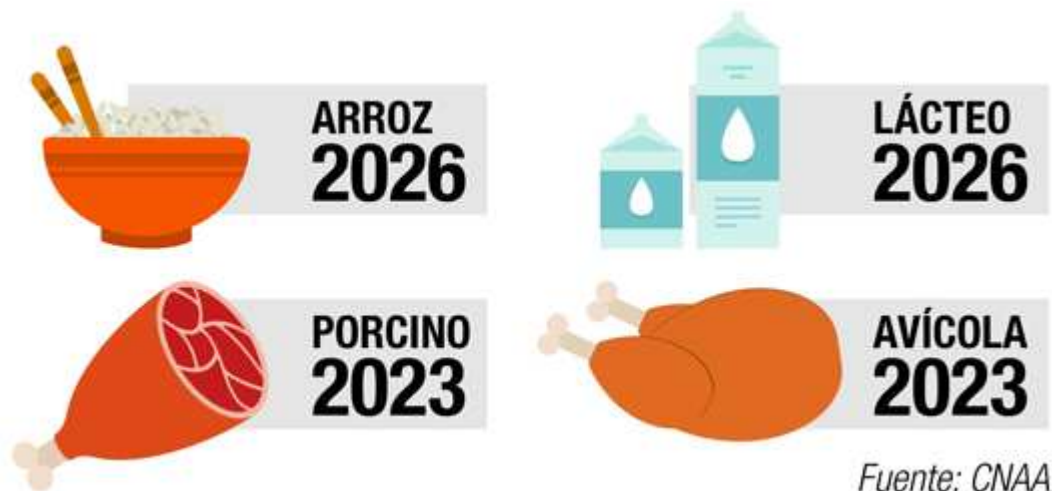
Entre 2007 y 2016, las exportaciones crecieron un 42% al pasar de \$2,7 mil millones a \$3,9 mil millones y las importaciones aumentaron un 48%, pasando de \$3,8 mil millones a \$5,6 mil millones.

Sin embargo, los productores concuerdan en que estos datos hay que tomarlos con pinza, ya que no todos los sectores se benefician por igual.

#### **VENCIMIENTO DE DESGRAVACIÓN DE PRODUCTOS SENSIBLES**

---

Los sectores avícola y porcino se exponen a un plazo de desgravación de 17 años que se vencen en el 2023 y el lácteo, arrocero y cárnico el plazo será en el 2026. (Millones de dólares)



**2016**

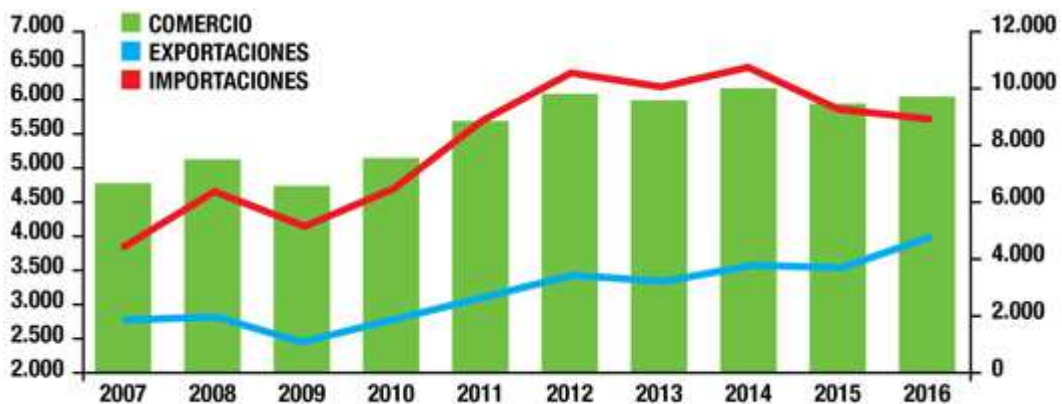
**EXPORTACIONES      IMPORTACIONES**

<b>Arroz</b>	<b>0</b>	<b>178</b>
<b>Lácteos</b>	<b>467</b>	<b>3,6</b>
<b>Porcino</b>	<b>0</b>	<b>3,6</b>
<b>Avícola</b>	<b>0</b>	<b>8,0</b>

*Fuente: Procomer*

**BALANZA COMERCIAL CON EE.UU.**

Las exportaciones crecieron un 42% desde 2007 hasta 2016 y las importaciones lo hicieron un 48% (cifras en miles de millones de dólares).



*Fuente: Procomer*

Visión de los sectores productivos

Los sectores afirman que están haciendo esfuerzos desde sus diferentes agrupaciones pero que requieren de más apoyo del Gobierno

Renato Alvarado

Presidente

Cámara de Porcicultores

Todo el mundo dice que quiere proteger el agro, sin hacer nada, así que esto es una farsa. Lo cierto es que de no combatirse las grandes debilidades que tiene el sector, se va a producir una barrida que nos empujará a la desaparición. Cuando se negoció este TLC alertamos de la incapacidad institucional que iba a lesionar al sector productivo porque no existían mecanismos transparentes para medir el valor de las importaciones y que esto crearía distorsiones en el mercado.

José Antonio Madriz

Presidente

Cámara de Productores de Leche

La única manera de competir es ayudando a los productores a adquirir más conocimiento; para eso estamos ideando la forma de disminuir los costos en alimentación que representan el 52% de la producción. Estamos investigando cómo producir con mejores pastos y sustituir el maíz amarillo por yuca amarga; este es un producto utilizado en otros países y que es más barato que la importación de ese bien y que contamina menos. Queremos competir, no tenemos miedo pero queremos más apoyo en investigación e innovación.

Eduardo Rojas

Vicepresidente

Corporación Arrocera Nacional

El sector requiere tres áreas muy importantes para poder competir. Primero, subsidios como los que otorga Estados Unidos; segundo, buscar

mejor tecnología para aumentar la productividad por hectárea y, tercero, una diferenciación con tecnología verde; este último como un emblema con el que cuenta Costa Rica ante el mundo por los altos estándares en esta materia. En lo que sí necesitamos más ayuda por parte del Gobierno es en tratar de mejorar los sistemas de riego.

## **Arroz.com**

Oryza al Día  
Su boletín de noticias y precios mundiales del arroz

Resumen Oryza del mercado de futuros de arroz en cáscara de la bolsa de Chicago  
<http://arroz.com/content/resumen-oryza-del-mercado-de-futuros-de-arroz-en-c%C3%A1scara-de-la-bolsa-de-chicago-19>

Actualización sobre las exportaciones de arroz de Vietnam  
<http://arroz.com/content/actualizaci%C3%B3n-sobre-las-exportaciones-de-arroz-de-vietnam-10>

Disminuye la superficie cultivada con arroz en la región extremeña de España  
<http://arroz.com/content/disminuye-la-superficie-cultivada-con-arroz-en-la-regi%C3%B3n-extreme%C3%B1a-de-espa%C3%B1a>

Cotizaciones del arroz de Asia del martes 11 de julio  
<http://arroz.com/content/cotizaciones-del-arroz-de-asia-del-martes-11-de-julio>

Actualización sobre la producción de arroz en Egipto  
<http://arroz.com/content/actualizaci%C3%B3n-sobre-la-producci%C3%B3n-de-arroz-en-egipto>

La Agencia Nacional de Arroz de Italia gana el acuerdo "Carnaroli"  
<http://arroz.com/content/la-agencia-nacional-de-arroz-de-italia-gana-el-acuerdo-carnaroli>

La Unión Europea y el Mercosur discuten temas comerciales  
<http://arroz.com/content/la-uni%C3%B3n-europea-y-el-mercosur-discuten-temas-comerciales>

El Consejo de Ministros de Agricultura de la UE examinará el sector europeo del arroz

<http://arroz.com/content/el-consejo-de-ministros-de-agricultura-de-la-ue-examinar%C3%A1-el-sector-europeo-del-arroz>

La Unión Europea publicó los resultados de la consulta pública sobre la simplificación de la Política Agrícola Común  
<http://arroz.com/content/la-uni%C3%B3n-europea-public%C3%B3-los-resultados-de-la-consulta-p%C3%BAblica-sobre-la-simplificaci%C3%B3n-de-la>

El USDA Post informa sobre la plantación y las exportaciones de arroz de Pakistán  
<http://arroz.com/content/el-usda-post-informa-sobre-la-plantaci%C3%B3n-y-las-exportaciones-de-arroz-de-pakistan>

Sri Lanka busca importar 300000 toneladas de arroz desde Pakistán  
<http://arroz.com/content/sri-lanka-busca-importar-300000-toneladas-de-arroz-desde-pakist%C3%A1n>

Egipto continuará prohibiendo las exportaciones de arroz  
<http://arroz.com/content/egipto-continuar%C3%A1-prohibiendo-las-exportaciones-de-arroz>

Actualización sobre las exportaciones de arroz de Camboya  
<http://arroz.com/content/actualizaci%C3%B3n-sobre-las-exportaciones-de-arroz-de-camboya-2>

Haga clic aquí para ver los precios mundiales del arroz y las últimas noticias relacionadas en [www.Arroz.com](http://www.Arroz.com)

## La Nación

Acusación ante Coprocom contra Walmart, Cargill y Sigma  
**Porcicultores denuncian a tres empresas por supuesta manipulación de precios y monopolio**

Dos de las compañías implicadas dijeron que no se referirán al tema por no estar notificadas

Por Marvin Barquero S. [mbarquero@nacion.com](mailto:mbarquero@nacion.com)

San José.

La Cámara Costarricense de Porcicultores denunció a las empresas Walmart, Cargill y Sigma Alimentos por la supuesta manipulación de precios y prácticas monopolísticas en el mercado de la carne de cerdo. La acusación se hizo el pasado miércoles 5 de julio ante la Comisión para la Promoción de la Competencia (Copocom), una entidad independiente, pero que está adscrita al Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC).

En un comunicado, la Cámara señala a las tres empresas por aparente "manipulación de precios de mercado en manos de importadores con poder monopólico para hacerlo".

Las compañías Walmart y Cargill respondieron por separado que, por ahora, no se referirán al tema, pues no lo conocen y no han sido notificadas por parte de Coprocom.

Esta comisión recibe las denuncias y realiza un primer análisis de los datos aportados y de la situación del mercado para determinar si admite el caso en la Unidad de Apoyo Técnico (UTA).

Alza en materias primas importadas amenaza precios en Costa Rica  
En una segunda fase, esta unidad determina si lo eleva a la Coprocom, la cual, a su vez, tiene tres opciones: desestimar la denuncia por no contener los elementos suficientes y archivarla; acogerla y abrir un procedimiento sancionatorio, o solicitar una investigación preliminar si se estima que no se cuenta con todos los elementos para resolver.

La Comisión también puede estimar que no se trata de un tema de su incumbencia pero que debe ser investigado y, por tanto, lo traslada al órgano competente.

"En los últimos seis meses hemos constatado un comportamiento atípico de las importaciones, ya que las mismas pasaron de 6.000 toneladas métricas al año a 8.000 toneladas métricas solamente en el primer semestre (del 2017). Este comportamiento y la acumulación de inventarios está causando una distorsión del mercado interno", consideró Renato Alvarado, presidente de los porcicultores costarricenses.



El dirigente añadió que la caída de precios en el mercado de Costa Rica va en contra de la tendencia internacional y específicamente de los mercados de Chile y Estados Unidos, donde las cotizaciones se comportan al alza.

Según Alvarado, la situación del semestre implicó pérdidas por ¢6.246 millones para el sector, porque tanto las ventas como el precio cayeron un 13%.

Agregó que Cargill, Sigma y Walmart son quienes abarcan, "gracias a su poder de compra y negociación", un 65,21% del total de las importaciones. "Esto demuestra una importante concentración y poder de mercado que atenta contra la libre competencia y la transparencia del mercado", enfatizó Alvarado.

Mediante un correo electrónico, la empresa Walmart se limitó a decir: En Walmart de México y Centroamérica no podemos referirnos a este tema, del cual no tenemos conocimiento.

Por su parte, Cargill también respondió en un correo electrónico: "En Cargill somos respetuosos del ordenamiento jurídico del país y damos fe de que nuestras actividades comerciales están dentro de ese marco legal. Aún no hemos sido notificados formalmente de esta denuncia, pero estamos en la mejor disposición de brindar nuestros argumentos ante el órgano competente, en el momento oportuno. Por ello, preferimos no adelantar criterios, en este instante".

## **Revista Proagro**

### **Los desafíos del agro-márketing digital en tiempos de Agro Millennials**

Mariano Larrazabal, manager de Bialar, especializados en consultoría en Marketing Agropecuario

Los *Agro Millennials* son la generación a la que intentan acercarse todas las marcas agroalimentarias. **La generación de Agro Millennials define a los que nacieron aproximadamente entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que forjaron su adultez con el cambio de milenio.** Los *Agro Millennials* son la futura generación de consumidores y usuarios, un mercado objetivo que posee diferentes necesidades, características, inquietudes como demandas que se tornan claves visionar por parte de las empresas agroindustriales.

Los *Agro Millennials* no siguen las pautas de sus padres ni madres, rompen con lo establecido, son digitales por naturaleza, multipantallas y multidispositivos. **Viven en red buscando experiencias visuales y consumen un amplio contenido. Muestran interés en el medio ambiente, compromiso social y el entorno donde habitan.** Exigen un toque humano de las marcas. Son una generación netamente móvil y poseen un comportamiento multitasking y en muchos casos, sus reacciones son impredecibles, no poseen un comportamiento lineal ni homogéneo.

Actualmente, en Latinoamérica aproximadamente un 30% de la población es millennial. En España, habitan más de 9 millones y medio de jóvenes, más concentrados en el grupo de edades de 30 a 34 años. **Las estimaciones marcan que para el 2017, los millennials serán el grupo de consumidores más grande a nivel mundial,** y representarán el 50% del consumo del mundo. Son el pilar más fuerte para la industria del consumo. ¿Tu empresa en que está pensando?

Es el momento **donde las empresas agroalimentarias deben ser estratégicas y reflexionar.** Según la proyección de la consultora Deloitte, en 2025 los millennials representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo. Para los *Agro Millennials*, las redes sociales no son sólo un medio de comunicación, sino una parte de su vida social.

Utilizan nuevos lenguajes en la red. Emoticonos y memes. El lenguaje visual está inoculando la conversación digital. **Los emoticonos son un lenguaje popular, universal e intergeneracional.** Después de un meme. Ya nada será lo mismo. Crecen en Internet, tienen fecha de caducidad, son estrellas fugaces, viven en una meiosis permanente y son contundentes a la hora de transmitir una idea o generar entretenimiento.

Tengamos en cuenta en la actualidad, los *Agro Millennials* no solo consumen un amplio abanico de noticias, sino que también las producen y difunden. **Es importante que las empresas agroalimentarias, tengan en claro que ya no alcanza solamente con producir vídeos, subirlos a una plataforma o red social,** sino que los *Agro Millennials* están exigiendo contenidos profundos, con información y datos, sumando opiniones, casos reales y actuales, más observación e investigación permanente.

Hay que **buscar e indagar distintas maneras de capitalizar la inquietud de nuestro público objetivo** y descubrir nuevos formatos innovadores.

## **Los Agro Millennials exigentes en la atención al cliente**

Los chats online no solamente logran un mayor nivel de satisfacción respecto a otros canales, **sino que se han convertido en la tranquera predilecta de los agro millennials.**

Lee este dato: Un 60% de los *Agro Millennials* opta por usar el chat antes que comunicarse telefónicamente o enviar un email. **Esto es debido a que adquieren una respuesta más ágil, rápida y eficiente**, lo que se transforma en una acción de fidelización: una persona calificada que posee escucha activa y le brinda soluciones e información.

Tenemos que acercarle a nuestro cliente lo mismo que podría ver en nuestro negocio, fábrica o tienda. **Alguien que te llame por tu nombre**, sepa ya de tus intereses, algo personalizado.

Los *Agro Millennials* no conocen un mundo sin teléfonos móviles o internet, **disfrutan de las interacciones en línea y mayormente prefieren comunicarse por medio de texto** y realizar varias acciones al mismo tiempo y en especial de manera discreta.

Desean una respuesta instantánea a sus problemas, ya sea en redes sociales o por chat. Todo en vivo, en tiempo real. **Requieren una experiencia online visual como si estuvieran en una tienda física, interacciones con imágenes y videos.** Al correo electrónico lo consideran una herramienta de otra época, con un movimiento de caracol.

Si uno lo piensa, verdaderamente, tienen toda la razón del mundo. **Las empresas agroalimentarias a veces tardan horas en mostrar algún signo de respuesta en las redes sociales**, y si del correo electrónico hablamos, debemos llenarnos de paciencia para recibir alguna respuesta a los dos o cuatro días y luego generar un ida y vuelta desgastante.

La accesibilidad de las marcas agroalimentarias para conversar de forma rápida y eficiente por medio de chat o de las plataformas sociales aportan valor y diferenciación. **A tener en cuenta: Estamos hablando de personas que no se guían por los clásicos horarios comerciales de atención**, valoran la personalización e interacciones frescas e creativas donde los “emojis” actúan como segundo idioma.

Si quieres darle valor a un cliente *Agro Millennials*, enfócate en la velocidad de respuesta. **Crea, gestiona y haz crecer tu agroestrategia, sino los Agro Millennials**

**saltarán el alambrado.** Bríndales una voz guía en su experiencia, crea un compromiso a largo plazo.

Las empresas agroalimentarias deben mover el foco de las características del producto para volcarse de lleno a las experiencias del usuario, en términos de relación, comunicación y organización. **Los agronegocios no son solamente servicios y productos.** Son relaciones y la experiencia de compra tiene tanta significancia como la del propio producto. Hay que cruzar del CRM hacia el Social CRM.

## **La vida del campo desde una pantalla.**

Los millennials son un grupo de 80 millones de personas en Estados Unidos y más de 51 millones en Europa. Cerca del 81% posee un perfil en Facebook y el 83% duerme con el móvil.

Un 78% de los millennials en Latinoamérica posee un teléfono móvil; **un 37% una tablet; un 70%, un ordenador portátil; y un 57%, un ordenador de mesa, según Telefónica Global Millennial Survey 2014.** Se podría inferir que son adictos al móvil, sienten una necesidad permanente de conectarse. Un 45 % reconoce no pasar un solo día sin su smartphone.

La demanda de los millennials está generando un crecimiento exponencial de las aplicaciones móviles. **Ante este escenario, las empresas agroalimentarias deben edificar y desarrollar funcionalidades en sus aplicaciones móviles.** Son sin duda, una herramienta de venta que potencia la experiencia de compra.

# **Producción agrícola resistente al cambio climático, ¿cómo?**

Redacción ProAgro

**La publicación está alineada con los mandatos y lineamientos de los ministros de agricultura de la región.**

Una nueva publicación llama a productores y a gobiernos de las Américas a trabajar de la mano **para mejorar la resistencia del agro ante el cambio climático,** por medio de la implementación de buenas prácticas agrícolas (BPA).

El libro **Buenas prácticas agrícolas para una agricultura más resiliente: Lineamientos para orientar la tarea de productores y gobiernos,** fue publicado

por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA).

El escrito contiene recomendaciones de distintos programas nacionales que se han puesto en marcha en la región, **así como reflexiones de expertos plasmados en indicadores que sirven como herramienta de planificación y gestión**, tanto para el productor como para las entidades gubernamentales.

La guía procura servir de complemento **a los programas nacionales de BPA y a los planes nacionales que buscan la adaptación al cambio climático y su mitigación**. Además, busca poner a disposición de los países interesados un conjunto de indicadores que contribuyan al conocimiento de la problemática y al diseño de estrategias y políticas.

El documento contempla el quehacer de gobiernos y productores. **“Los gobiernos deben comprometerse con el establecimiento de políticas** y con la facilitación del acceso a bienes y servicios públicos”, dijo la especialista del IICA en Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de los Alimentos y coautora del libro, Alejandra Díaz.

“Los productores, por su parte, deben comprometerse con la implementación de las prácticas y tomar conciencia de que ellos, al trabajar directamente la tierra, **tienen en sus manos la posibilidad de transformar la producción de alimentos en una actividad más productiva**, pero también más sostenible y más respetuosa con el medio ambiente”, agregó.

La publicación está alineada con los mandatos y lineamientos de los ministros de agricultura de la región, que coinciden en la necesidad de fomentar **un sector agrícola con sistemas de producción más responsables con los recursos naturales**, que cubra la demanda de alimentos y forrajes que requiere la creciente población mundial, y en donde los riesgos se aborden de manera integral.