

# Información

## del Comité Coordinador de las Actividades de los Consejeros Comerciales en el Exterior

### T O M A T E

#### Su Mercado en los Estados Unidos

De acuerdo con la información enviada a este comité por nuestro agregado comercial en los Estados Unidos, el mercado del tomate presenta en ese país características peculiares, que fundamentalmente son las siguientes: Estados Unidos produce fuertes cantidades de tomate, cuyo valor alcanzó como promedio en los últimos 7 años 250 millones de dólares. Dentro del consumo de vegetales, el tomate ocupa el segundo lugar, sólo superado por la lechuga. Dicho consumo se realiza al natural y enlatado, bien en pasta, jugo, salsa o puré.

El tomate se cultiva en casi todos los Estados de la Unión, pero son California, Florida y Texas los que producen las cantidades de mayor importancia, aportando alrededor del 58% del total.

La producción es estacional, presentándose déficit a fines de otoño, en el invierno y a principios de la primavera y excedentes en los periodos restantes; en vista de ello y a pesar de la alta producción que registran los Estados Unidos, ese país necesita realizar importaciones, principalmente en los meses de diciembre a mayo, en los que el producto alcanza precios más altos. Los principales proveedores durante ese período son Florida, Cuba y México, por tener diferentes épocas para cosechar el tomate.

En los Estados Unidos prevalecen normas muy estrictas en lo relativo a tamaño, peso y calidad que debe llenar el tomate de importación; no obstante, nuestros agricultores han logrado satisfacer dichas exigencias y México efectúa ventas regulares a los Estados Unidos, correspondiéndole el primer lugar como proveedor del mercado norteamericano. Nuestras exportaciones de tomate a los Estados Unidos han incrementado, pasando de 60 mil toneladas en 1954 a 14 mil en 1960; la participación de México en las importaciones norteamericanas del producto ha fluctuado entre el 73% como mínimo y el 92% como máximo. Esta última cifra correspondió a 1959. Sin embargo, para 1960 se redujo al 81%, en tanto que incrementó la participación de Cuba y de la República Dominicana. Es probable que, dada la situación política que prevalece entre los Estados Unidos y Cuba, las compras de tomate cubano se reduzcan, con la consiguiente elevación de las adquisiciones en otros países.

México exporta tomate del tipo denominado "Rutgers", el que para el mes de mayo del año en curso alcanzó un precio en Nueva York de 3.25 a 3.50 dólares por caja de 27 kilogramos. Compite con el que se produce en los Estados Unidos y, en general, por

considerarse un producto de buena calidad tiene excelente aceptación. Esto se traduce en precios relativamente estables y algo superiores a los que registra el de Cuba y de la República Dominicana, aun cuando un poco más bajos que los de Bahamas, Jamaica y Canadá.

El tomate mexicano entra en su mayor parte por Arizona y en menor proporción por Texas. Las exportaciones mexicanas se efectúan LAB punto de embarque, corriendo por cuenta del importador los gastos de transporte entre el lugar de importación y el destino final.

Los impuestos que gravan el tomate de importación en los Estados Unidos son más altos en el período comprendido del 1° de marzo al 14 de julio inclusive y del 1° de septiembre al 14 de noviembre, que los que prevalecen en los dos períodos restantes, obedeciendo esta medida al carácter estacional de la producción ya mencionado antes.

Por lo que respecta al consumo de tomate natural e industrializado, las estadísticas indican que el consumo *per capita* del segundo se ha elevado y el del primero ha disminuido. Esta situación obedece a las mejoras introducidas en la técnica de la producción industrial y a que cada vez se ofrecen nuevas clases de tomate enlatado. En la actualidad se expende procesado en forma de pasta, jugo, puré, salsa, sopa, etc.

Estados Unidos también importa tomate industrializado, principalmente en salsa y en pasta, siendo Italia el primer proveedor con un promedio en los últimos 7 años del 97% de ese mercado, o sea 44 mil toneladas.

A pesar de que el tomate italiano goza de gran preferencia por diversos factores, el consumo de salsa de tomate con Chile ha venido incrementando, lo que permite concluir que si bien la participación de México en este producto es actualmente de escasa importancia, es probable que se consiga aumentar su venta si se lleva a cabo la necesaria promoción. El precio es más bajo que el del producto italiano y en nuestro concepto esta diferencia es un estímulo para que se mejore la calidad del producto mexicano y se le ponga en condiciones de competir.

Finalmente, este Comité ofrece sus servicios a los industriales que se interesen en obtener mayor información sobre las posibilidades que existen en el mercado norteamericano, para colocar salsa o pasta de tomate.