

El sector arrocero en Costa Rica desde la perspectiva de cadenas globales de mercancías*

Roberto Jovel Díaz**

Rafael Díaz Porras**

SE ABORDA LA ACTIVIDAD ARROCERA EN COSTA RICA A TRAVÉS DEL ENFOQUE DE CADENAS GLOBALES DE MERCANCÍAS, CGM, PROPUESTO POR GEREFFI (1994). LA ACTIVIDAD ARROCERA ERA AUTOSUFICIENTE HASTA LOS AÑOS OCHENTA, PERO ACTUALMENTE SE VE AMENAZADA POR LOS FENÓMENOS DE LA GLOBALIZACIÓN Y LA APERTURA ECONÓMICA, QUE HAN DADO LUGAR A QUE EL 40% DEL ARROZ REQUERIDO PARA EL CONSUMO NACIONAL SEA IMPORTADO.

PALABRAS CLAVES: APERTURA COMERCIAL / CADENAS PRODUCTIVAS / ARROZ

Introducción

Gary Gereffi distingue dos tipos de Cadenas Globales de Mercancías, CGM, usualmente promovidas por el capital comercial e industrial: las cadenas lideradas por los productores (*producer-driven*) y

las cadenas lideradas por los compradores (*buyer-driven*).

De manera general, Gereffi (1994) define estos encadenamientos productivos como “*el rango completo de actividades involucradas en el diseño, la producción y la comercialización de un producto*”. Este concepto concibe la posibilidad de considerar una multitud de facetas de la estructura productiva y no solamente aquellas ligadas a la actividad de las empresas.

Las cadenas se analizan a través de distintas estructuras o dimensiones:

- *La estructura insumo-producto*. Refleja la secuencia de actividades económicas a través de las cuales se genera el valor agregado.

* Este artículo se desarrolla en el marco del Proyecto de Investigación “Sostenibilidad de las cadenas agroalimentarias en Centroamérica”, del Centro de Información Nacional y Política Económica, CINPE, y la Universidad Nacional, UNA, sobre la base de la tesis de Maestría de R. Jovel, 2006.

** Los autores son, graduados de la Maestría en Política Económica, y Director General del CINPE-UNA, respectivamente.

Recibido: 10 de abril del 2007.

Aceptado: 7 de setiembre del 2007.

- *Territorialidad.* Las cadenas pueden tener una ubicación nacional o internacional, dependiendo de los factores que incidan en su localización.
- *La dimensión institucional y política.* Se refiere a las políticas públicas que afectan la estructura y dinámica de las cadenas.
- *La estructura de gobierno o control dentro de la cadena.* Refleja las relaciones de autoridad y poder que determinan a calidad del vínculo entre los diferentes eslabones de la cadena.
- A través de la obtención de márgenes más altos en productos no procesados.
- A través de lograr un incremento en los volúmenes de producción y confiabilidad del abastecimiento.
- Mejorando las formas existentes de producción, produciendo bienes más complejos y diferenciando productos.

Un elemento clave para las empresas insertas en las cadenas globales, a raíz de la globalización, es cómo ganar terreno en la cadena, lo que lleva a la problemática del *upgrading*. Este consiste en "el aprendizaje organizacional tendiente a mejorar la posición de las empresas nacionales en las redes internacionales de comercio" (Gereffi, 1999: 40). Este término refleja la necesidad, por parte de las empresas o sectores, de interpretar y tomar en cuenta los cambios de paradigmas operados a raíz de la globalización, los que han modificado el escenario en que actúan todos y cada uno de los agentes dentro de las cadenas.

Las posibilidades de *upgrading* en las cadenas de mercancías primarias, de acuerdo a Gibbon (2001), pueden ser de tres tipos:

Gibbon (2001), quien ha analizado la evolución de la agroindustria en ciertos sectores de las economías en desarrollo que se han visto expuestas a la apertura, señala que es dogmático esperar que el *upgrading* pueda darse en cada producto primario, en todos y cada uno de los países en desarrollo, ya que las compañías multinacionales pueden "abusar con sus rigideces". Pero, eso depende de cómo estén organizadas, ya que pueden igualmente permitir una mejora competitiva o *upgrading*, para los países productores rurales de bajos ingresos. Igualmente, afirma que es posible mejorar la situación de las firmas locales, aun cuando se da una incorporación subordinada y la única vía de analizar las posibilidades de *upgrading* es en el marco de las CGM.

En este sentido, en el presente artículo se realiza un análisis aplicado a la cadena agroproductiva del arroz de Costa Rica, que pre-

senta la característica de estar orientada hacia el mercado interno, pero recientemente expuesta al ámbito internacional. El artículo se organiza con un análisis de la cadena internacional del arroz, para luego analizar la cadena de arroz en Costa Rica, lo que nos lleva a un análisis de opciones de *upgrading*, y la propuesta de conclusiones y recomendaciones.

La cadena internacional del arroz

El 90% de las tierras cultivadas de arroz están en Asia, que aporta el 90% de la cosecha mundial (cuadro No.1), el resto de la producción mundial se concentra en África, América y cinco países de la Unión Europea, UE, (Italia, España, Portugal, Francia y Grecia).

Los países en desarrollo han sido históricamente el centro del dinamismo mundial arrocero. Aunque, su participación ha disminuido, aún concentran el 85% de las exportaciones y el 80% de las importaciones mundiales de arroz (Gráfico No. 1). Tailandia, India, Vietnam, China y Pakistán, los principales exportadores asiáticos concentran más del 70% de las exportaciones mundiales, e Indonesia, Nigeria, Filipinas, Irak e Irán concentraron más del 30% de las importaciones (UNCTAD, 2005).

CUADRO No. 1
PRODUCCIÓN MUNDIAL
DE ARROZ GRANZA
2002
En toneladas

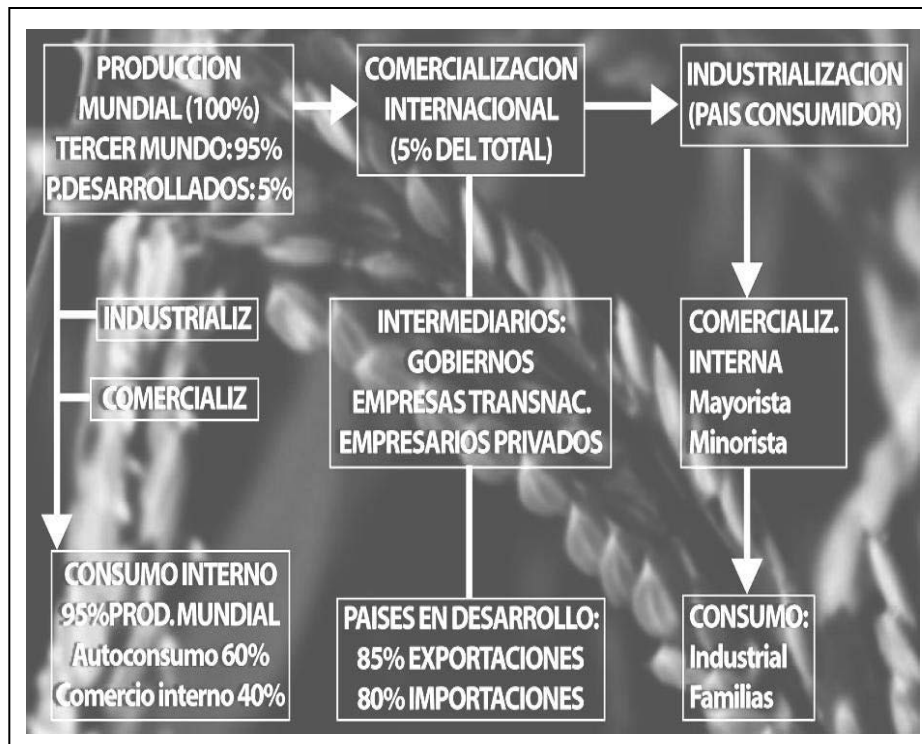
Continentes	Arroz Paddy	%
Asia	523.030,421	90.8
América	31.726,039	5.5
África	17.034,433	3.0
Europa	2.630,560	0.5
Oceanía	1.295.700	0.2
Totales	575.717,153	100

Fuente. Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO.

El arroz comercializado por los grandes productores tradicionales asiáticos, por lo general se consume en el mismo continente. Aunque en las últimas décadas, Estados Unidos y los países de Europa mediterránea han adquirido importancia relativa en los intercambios de arroz. Ello se debe a tres razones principales: la necesidad de colocar los excedentes generados por el incremento de la producción, los nuevos hábitos de alimentación en los países desarrollados (motivados en parte por la creciente inmigración), y el surgimiento de nuevos nichos de comercialización en los países en desarrollo.

GRÁFICO No. 1

CADENA GLOBAL DEL ARROZ



Fuente: *Elaboración propia, con datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, FAO y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD.*

Los países desarrollados aunque en su conjunto sólo producen alrededor de 25 millones de toneladas de arroz, menos del 5% de la producción mundial, han venido ganando protagonismo en cuanto a la producción y comercialización internacional. En la actualidad con-

trolan alrededor del 15% de las exportaciones mundiales de arroz y el 20% de las importaciones (UNCTAD, 2005).

En cuanto a las importaciones, los principales importadores son: Indonesia, Nigeria, Filipinas, Irak e Irán, países con altos índices de

consumo y poblacionales, y con limitaciones para expandir su producción.

La UE, que en general es deficitaria en la producción de arroz (deficitaria para el arroz índica y excedentaria para la japónica), importa arroz de Estados Unidos, Tailandia, India y Pakistán, países del Grupo de Estados de África, el Caribe y el Pacífico, ACP, y Antillas Holandesas. Como sucede con la mayoría de los países, la UE favorece la importación de arroz *paddy* (granza) y grava en mayor medida el arroz blanco (UNCTAD, 2005).

En cuanto a Estados Unidos aunque su demanda interna se ha venido incrementando en los últimos años, esto no se ha traducido en un aumento sustancial de las importaciones; ya que los altos subsidios con que cuentan los productores en este país, estimulan la producción local y limitan la competitividad de otras regiones del mundo.

El ascenso de la producción arrocería en Estados Unidos apunta a la Región

Aunque más del 50% del arroz que se produce en Estados Unidos se consume internamente, en las últimas décadas se ha convertido en uno de los principales exportadores. Los Estados Unidos, suministran alrededor del 12% del arroz comercializado internacionalmente. Europa, Arabia Saudita, Indonesia, Méxi-

co, Centro y Sur América son los principales destinos que ha consolidado este país, a partir de la promoción de variedades de alta calidad y valor (USARICE, 2005).

La creciente exportación de arroz, por parte de Estados Unidos se basa en la necesidad de este país de colocar el incremento en su oferta relativa de granos. En este aspecto, los productores norteamericanos del llamado cinturón agrícola de Estados Unidos cuentan, con el decidido apoyo del gobierno norteamericano (Stiglitz, 2004). Para ello, el gobierno hace uso de su influencia política internacional, que le ha posibilitado convertir en realidad la necesidad de trasladar al resto del mundo estos excedentes. Mecanismos como los préstamos de la Agencia Internacional para el Desarrollo, AID, y más recientemente los tratados de libre comercio con México y Centroamérica, han sido instrumentos claves, para alcanzar tales fines.

En la actualidad, Estados Unidos es el tercer exportador mundial, y América Latina es el principal comprador. Para el 2001 representaron el 40% de sus exportaciones. Sus mercados más estables son México, Centroamérica y Haití.

El hecho de que Estados Unidos esté orientando sus exportaciones a la Región se muestra no sólo en términos absolutos, sino también relativos. En términos per cápita, Centroamérica se ha convertido en el mercado por excelencia para Estados Unidos, superado solamente por Haití (Cuadro No. 2).

CUADRO No. 2
PRINCIPALES MERCADOS DE ARROZ PARA ESTADOS UNIDOS
2001

En toneladas métricas
Equivalente arroz de molienda

Mercado	Exportaciones de Estados Unidos	Importaciones per cápita Kgs.
Centroamérica	374,451	9.85
México	367,188	3.67
Japón	355,460	2.80
Unión Europea	277,671	0.73
Haití	181,937	25.00
Canadá	184,024	0.95
Arabia Saudita	141,059	6.00
Filipinas	100,950	1.24
Turquía	98,452	1.49
Gana	79,395	3.77

Fuente: United State Department of Agriculture, USDA.

La política agresiva de Estados Unidos en el campo ha trascendido del apoyo directo a los productores, al incorporar el arroz en los tratados comerciales con México y Centroamérica, venciendo la oposición de los sectores arroceros de esos países que pedían que el arroz fuera dejado de lado.¹

Por otra parte, los mercados de exportación de América del Norte y Europa están expandiéndose rápidamente y están produciendo para sus mercados locales y para la exportación variedades altamente cotizadas. Esto incluye esfuerzos para el mejoramiento, patentado y comercialización de arroces "gourmet", cuya demanda en el mercado internacional es cada vez mayor. De ahí el esfuerzo de grandes empresas norteamericanas de patentar las tradicionales variedades aromáticas producidas en Asia, lo que ha generado controversias por la negativa de los productores asiáticos de que esto suceda.

1. En el caso mexicano el arroz se consideró de poca importancia en las negociaciones comerciales con EE.UU, ya que representaba una parte minúscula del Producto Interno Bruto, PIB, agropecuario, no obstante alrededor de veinticinco mil familias rurales dependían de su producción, que además generaba más de treinta y seis mil empleos indirectos. Desde la liberalización comercial, la superficie cultivada ha venido disminuyendo, ya que el cultivo ha dejado de ser rentable, dado el bajo costo de las importaciones (Perales, 2004).

La revelación del genoma del arroz ¿Una amenaza para el Tercer Mundo?

En el 2002 la compañía agrícola suiza Syngenta anunció la decodificación de la secuencia de 99.5% del ADN del arroz. Desde entonces las transnacionales agrícolas lideradas por Du Pont se han esforzado por seleccionar los genes que consideraban más útiles modificarlos y patentar variedades del producto. Las multinacionales han patentado más de 900 genes estudiados, que representan rasgos específicos entre los que figuran la resistencia a sequías, pestes, pesticidas y a la salinidad, así como características nutricionales y aromáticas (Tierramérica, 2004).

Estados Unidos no se ha hecho esperar en producir variedades genéticamente modificadas. Entre las empresas norteamericanas que han enfocado sus esfuerzos en la mejora genética y patentado de semillas están Rice Tec y US Grain Corporation, esta última en manos de Cargill y Continental que comercializa el arroz perfumado basmati originario de la India. Rice Tec ha patentado varias marcas basadas en variedades híbridas que producen granos con características similares o superiores a los del arroz basmati de buena calidad (Tierramérica, 2004).

Sólo una larga disputa originada en 1997 impidió que la Oficina de Patentes de Estados Unidos rechazara la solicitud de la compañía

Rice Tec para asegurarse los derechos intelectuales sobre la palabra basmati (Tierramérica, 2004).

De lo contrario, quizá en un futuro, el tradicional arroz asiático habría podido ver en peligro su entrada al mercado de Estados Unidos, porque habrían sido las multinacionales las dueñas de este tradicional producto asiático y de su nombre.

Aunque no existen evidencias de que los productos genéticamente modificados causen daños a la salud humana o al medio ambiente, los países de la UE han cuestionado las importaciones de arroz estadounidense con el propósito de evitar el ingreso de arroz transgénico.

En esta dirección Costa Rica ha endurecido los requisitos para importar arroz de Estados Unidos, con el propósito de impedir su ingreso y evitar tramitar los permisos que exige la Ley de Biodiversidad, para realizar este tipo de importaciones.

La cadena arrocera costarricense

En Costa Rica actualmente, poco más de 450,000 has se dedi-

can a los cultivos agrícolas, de ellas el 27%, unas 120,000 has, corresponden a granos básicos, fundamentalmente maíz, arroz y frijoles (SEPSA, 2003: 51), en los que se basa la seguridad alimentaria del país. La superficie cultivada de arroz ascendió a 52,000 has en el 2003/2004, en manos de 935 productores, que al proporcionar un rendimiento de 3.99tn/ha, generó una producción de 207,000 toneladas de arroz granza húmeda y sucia (CONARROZ, 2005).

Anteriormente señalamos que las cadenas de bienes tienen diversas estructuras o dimensiones. En los siguientes acápite analizaremos la cadena costarricense.

La estructura insumo-producto

La cadena del arroz para Costa Rica, consta de cuatro segmentos: la producción primaria, la industrialización, la comercialización y el consumo, a lo que agregaremos las actividades de apoyo.

GRÁFICO No. 2
SEGMENTOS DE LA CADENA ARROCERA



Fuente: Elaboración propia.

- *Producción primaria*

En Costa Rica, las técnicas de producción son bastante homogéneas en relación a la mayoría de países asiáticos, diferenciándose entre si los productores costarricenses, fundamentalmente por el número de hectáreas sembradas.

En el cuadro No. 3 se clasifican los productores de arroz de acuerdo al número de hectáreas sembradas en el período 2002/2003.

Aunque desde el punto de vista numérico los pequeños productores predominan, la mayor parte de la

producción de arroz está en manos de grandes y medianos productores. En los extremos tenemos que mientras el promedio para los pequeños productores está ligeramente por encima de las quince hectáreas, para los grandes productores supera las 500 hectáreas.

Llama la atención que el promedio general de siembra para los productores costarricenses está muy por encima del promedio de otros países como Japón que es de 0,8 hectáreas, Tailandia donde las ricas zonas arroceras del país tienen un promedio de cuatro hectáreas (FLAR, 2002), o Nicaragua cuyo promedio es de 4,5 hectáreas.

CUADRO No. 3

COSTA RICA
NÚMERO DE PRODUCTORES
SEGÚN ÁREA SEMBRADA
2002/2003

Estrato (HAS)	No.de productores	%
0-50	654	76
51-199	161	19
Más de 199	41	5
TOTAL	856	

Fuente: Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ.

En el cuadro No. 4 se observa que en correspondencia con la re-

ducción sensible de las tierras destinadas a arrozales, ha disminuido el número de productores. Dado que los pequeños productores de secano operan con mayores costos de producción, se han visto obligados a trasladarse a otras actividades, afectando posiblemente al grupo social con mayor arraigo cultural alrededor del arroz.

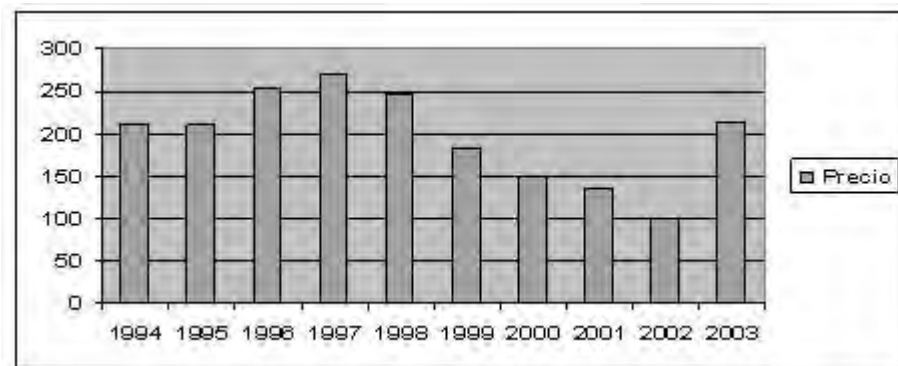
La reducción del número de productores y del área arrocera, se inició cuando se comenzaron a implementar las políticas de ajuste estructural. Pero, ésta no es la única causa, ya que a esta crisis contribuye, también, la caída en los precios internacionales del arroz. Así por ejemplo, el precio del arroz US5-55/70 pasó de más de \$300 por tonelada, en 1997, a alrededor de \$100 por tonelada, en el 2002 (gráfico No. 3).

CUADRO No. 4
COSTA RICA
ÁREA SEMBRADA, PRODUCCIÓN Y RENDIMIENTO
Promedio nacional
Años seleccionados

Período	Área sembrada Hectáreas	Producción Ton. granza	Toneladas x hectárea
1980-81	84,629	243,590	2.88
1984-85	72,335	222,740	3.08
1989-90	63,398	245,284	3.87
1994-95	44,112	194,254	4.40
1999-00	66,096	319,565	4.83
2000-01	66,083	274,595	4.16
2001-02	57,000	250,000	4.39
2002-03	48,906	221,414	4.52
2003-04	52,835	207,585	3.93

Fuente: Consejo Nacional de Producción, CNP.

GRÁFICO No. 3
EVOLUCIÓN DEL PRECIO FOB PARA EL GRANZA US2 (en US\$).
Período 1994-2003



Fuente: Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ.

Lo cierto es que han disminuido tanto las áreas sembradas, como el número de productores. Así se pasó de 84,629 hectáreas en el ciclo 1980/81 a sólo 60,327 en el ciclo 86/87 (CNP, 2005) y el número de productores disminuyó de alrededor de 5,000 a inicios de los años ochenta, a alrededor de 1000 en la actualidad (CONARROZ: 2004). Por otro lado, las políticas de apertura y ajuste estructural, y la adhesión de Costa Rica al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, GATT, consolidaron el marco legal para la aparición en el mercado nacional de un nuevo elemento: el arroz importado proveniente de otros países, especialmente Estados Unidos.

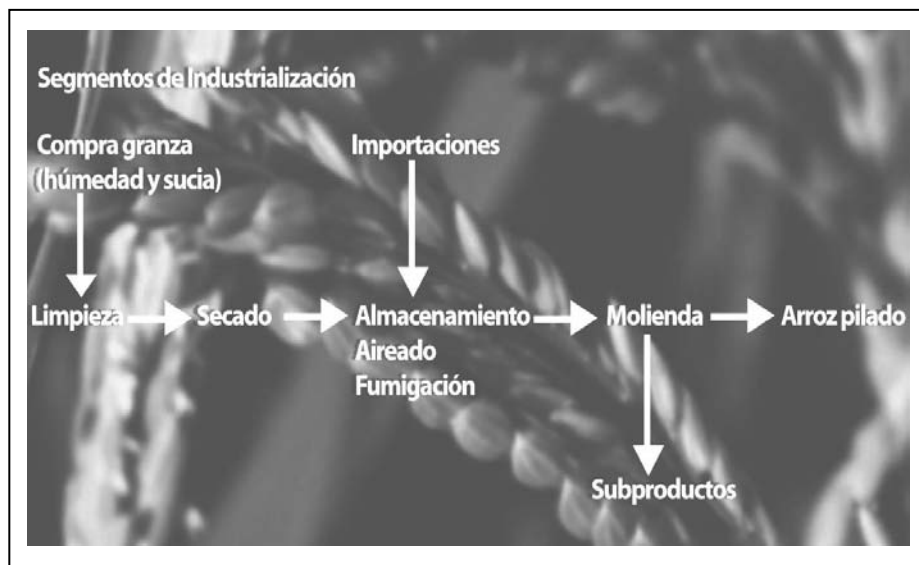
En cuanto a la producción de semillas Costa Rica es prácticamente autosuficiente recayendo principalmente en la empresa privada,

aunque ha habido una participación mixta; ya que en la certificación de semillas, mejoramiento y promoción de nuevos cultivos participan instituciones públicas. No obstante, en los últimos diez años la labor del Estado ha disminuido, al reducirse la labor orientada al mejoramiento de semillas, que antes realizaba el Ministerio de Agricultura y Ganadería, MAG, (Azofeifa, 2003: comunicación personal).

- ***Procesamiento Industrial***

Los industriales inician el proceso de transformación una vez que compran el arroz granza húmeda y sucia (h y s) a los productores, y culmina con la venta a los mayoristas. La totalidad del proceso se ilustra a través del Gráfico No. 4.

GRÁFICO No. 4
SEGMENTO DE LA INDUSTRIALIZACIÓN



Fuente: *Elaboración propia.*

El arroz captado por el industrial es secado, hasta alcanzar un nivel de humedad adecuado, luego pasa por un proceso de temperado de dos días, después pasa a los silos de almacenamiento, donde puede mantenerse hasta por un año; siempre y cuando se le brinde la atención debida, como control de la humedad y de plagas. La capacidad de almacenamiento es de vital importancia para el industrial, ya que de ello depende el abastecimiento oportuno durante todo el ciclo, y por consiguiente, el grado de utilización de su capacidad instalada.

(Hernández, 2005: comunicación personal).

El producto y subproductos

El proceso de molienda o industrialización en granza da lugar a la aparición de arroz pilado, compuesto en promedio por un 54.5% de grano entero, un 8.5% quebrado (partes de granos mayores de la mitad) y un 3.9% de puntilla (partes de granos menores de la mitad). De la molienda del arroz en granza se

derivan también la harina o semolina (10.37%) y un 22.69% de cascari-lla o granza propiamente dicha (Ofiarroz, 1994/95).

- *Comercialización*

Hasta hace algún tiempo en los anaqueles de los supermercados predominaban los alimentos producidos en la Región. La apertura comercial ha conllevado a la importación de productos de alta calidad y bajo precio, generando un déficit creciente en la capacidad productiva nacional.

La comercialización del arroz al menudeo está básicamente en manos de los supermercados que comercializan el arroz con escaso

valor agregado, en el mercado nacional. Aunque existen muchas marcas de arroz la diferenciación real obedece principalmente al porcentaje de grano entero. En los supermercados, generalmente se comercializa arroz con 80, 90, 95 y 98% de grano entero. El porcentaje de arroz entero, que aparece claramente identificado en cada bolsa y la marca, son los principales atractivos para el consumidor.

- *Consumo*

Entre 1992/93 y el 2002/2003, el consumo nacional se ha incrementado en un 63%, lo que se debe a factores bien definidos: el incremento en el consumo per cápita y el crecimiento poblacional.

CUADRO No. 5
COSTA RICA
CONSUMO NACIONAL, MENSUAL Y PER CÁPITA
DE ARROZ PILADO

En toneladas
Años seleccionados

Concepto	1992/93	1994/95	1996/97	1998/99	2000/01	2002/03
Consumo nacional	140,045	155,769	188.189	193,389	201,265	218,940
Consumo mensual	11,670	12,981	15,683	16,116	16,772	18,245
Consumo per cápita	43.81	46.85	55.22	53.56	51.36	54

Fuente: Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ.

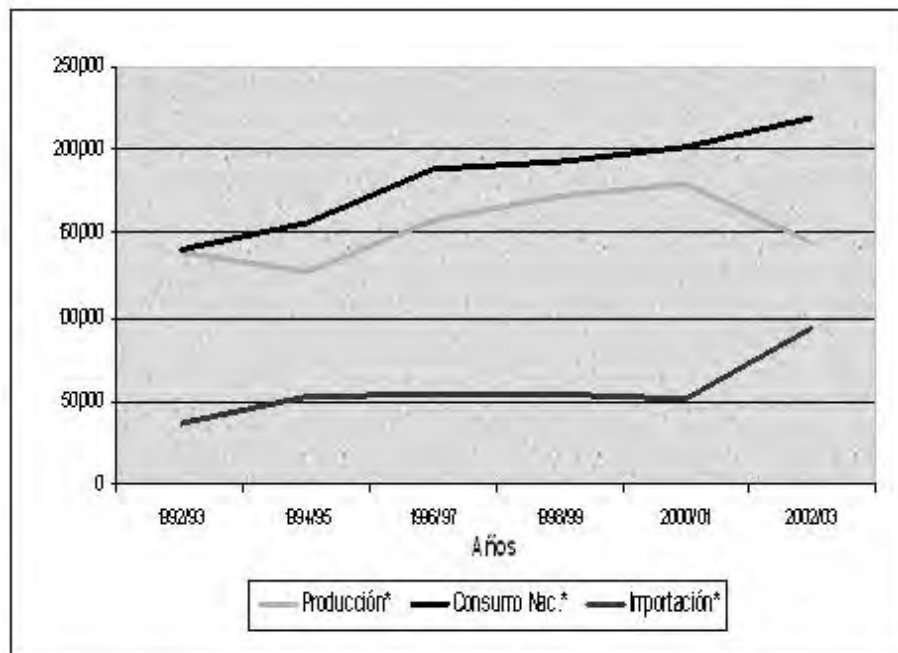
Hasta inicios de los noventa, Costa Rica era autosuficiente en arroz. No obstante, desde entonces se han disparado las importaciones. En 1992/93 se importaron 23,734 toneladas de arroz pilado, equivalentes al

26% del consumo nacional; en el periodo 2002/2003 se importaron 90,000 toneladas de arroz pilado, alrededor del 42% del consumo nacional (gráfico, No. 5).

GRÁFICO No. 5

**COSTA RICA
PRODUCCIÓN, CONSUMO NACIONAL
E IMPORTACIONES DE ARROZ**

En toneladas métricas



* Equivalente arroz pilado.

Fuente: Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ.

Dado que el consumidor se orienta fundamentalmente por marcas y por la relación entre granos quebrados y enteros, los industriales y empaquetadores, por lo general, revuelven arroz nacional con importado. Ni el Estado, ni los productores, han implementado hasta el momento estrategias que diferencian el arroz nacional ante los consumidores.

Localización de la cadena

En la región Chorotega, en correspondencia con la concentración de la producción, se concentran el mayor número de arroceras. En Costa Rica, operaron, en el período 2003-2004, un total de veintitrés arroceras, de las cuales once (47.8%) se concentran en esta región, seguida de la Meseta Central, con cinco (21.74%).

Las grandes industrias de esta región integran verticalmente varios segmentos de la cadena. Por ejemplo, "El Pelón de la Bajura" para abastecerse de la materia prima necesaria para producir arroz, incorpora varias

fuentes de abastecimiento: producción propia, arroz importado ypras a otros productores de la región, a los que, a la vez, suministra servicios como alquiler de maquinaria, venta de semillas y asesoramiento técnico.

Debido a que la producción nacional de arroz sólo cubre alrededor del 60% de la demanda doméstica, Costa Rica ha importado, desde 1992, entre 36,000 y 159,000 toneladas métricas de arroz granza al año (CNP, 2005b).

En el cuadro No. 6, se muestra como ha venido disminuyendo la participación relativa del segmento de la producción, para hacer frente a las necesidades de consumo en la cadena costarricense; lo que a su vez, posibilita el accionar de otros actores ubicados, no necesariamente en Costa Rica. En correspondencia con las importaciones aparecen grupos emergentes de comerciantes (nacionales e internacionales) e industrializadores que buscan consolidar su liderazgo.

CUADRO No. 6
COSTA RICA
PORCENTAJE DE SATISFACCIÓN DEL CONSUMO NACIONAL
DE ARROZ

Pilado con producción local

Período 1992/93-2002/2003

Período	Producción nacional	Consumo nacional	% de satisfacción
1992/93	139,022	140,045	99
1993/94	116,609	153,127	76
1994/95	126,906	155,769	81
1995/96	128,247	175,888	73
1996/97	158,384	188,199	84
1997/98	158,333	190,761	83
1998/99	172,138	193,389	89
1999/00	208,772	214,674	67
2000/01	179,392	201,265	66
2001/02	135,837	202,682	67
2002/03	144,650	218,940	66

Fuente. Oficina del Arroz, OFIARROZ, Departamento de Estadísticas del Banco Central.

Instituciones y políticas de la cadena

que intervienen en la cadena como se muestra en el cuadro No. 7.

Actores institucionales en la cadena costarricense

Las políticas de apertura implementadas en Costa Rica, han modificado a los diferentes actores

Dada la disminución y el traslado de funciones del sector estatal, aparece a partir del 2002 Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ, a la que le corresponde un papel clave en la orientación de una estrategia de largo plazo, en

COSTA RICA
PRINCIPALES CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS
HACIA EL SECTOR ARROCERO

Políticas públicas en los años sesenta y setenta	Políticas públicas actuales
Fuerte intervencionismo estatal. A través del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, MEIC, Ministerio de Agricultura, MAG, y del Consejo Nacional de Producción, CNP. Encargados de garantizar estabilidad a cada uno de los eslabones de la cadena.	Disminución del intervencionismo estatal. La política hacia el sector se basa en el sostenimiento de precios, el Estado a través del MEIC regula los precios dentro de la cadena arrocera.
El Estado, a través del CNP, garantizaba la compra de las cosechas a los productores.	Eliminación de compras a los productores.
Restricción a las importaciones. Se importaba básicamente, cuando había problemas de abastecimiento.	Dado el déficit productivo, el sector arrocero industrial, a través de CONARROZ, realiza importaciones. Cualquiera puede importar pagando el arancel de 35%.
Gran preocupación por la seguridad alimentaria (concepto afín al autoabastecimiento).	Cambio de filosofía en cuanto a la seguridad alimentaria, más afín con la capacidad de importar alimentos.
Asistencia técnica gratuita.	Asistencia mayoritariamente privada.
Fuerte investigación estatal orientada a incrementar el rendimiento de los granos básicos, incluyendo la producción y venta de semillas.	Retraimiento de la labor de investigación por parte del Estado, la producción y venta de semillas es capitalizada por el sector privado.

Fuente: Elaboración propia.

función de preparar al sector de cara a los actuales y futuros acuerdos de libre comercio, particularmente el TLC con Estados Unidos y República Dominicana.

CONARROZ nace el 30 de mayo del 2002 con la Ley No. 8285 que crea la Corporación Arrocera Nacional, cuyo objetivo, según el Artículo 1° es:

"Establecer un régimen de relaciones entre productores y agroindustriales de arroz, que garantice la participación racional y equitativa de ambos sectores en esta actividad económica, y además, fomente los niveles de competitividad y el desarrollo de la actividad arrocera".

Esto permite a CONARROZ participar directamente en la fijación del precio al productor y en el establecimiento de los márgenes de comercialización. De igual forma, CONARROZ interviene en la determinación de los montos a importar en cada período y se encarga de distribuir esas importaciones entre sus asociados. No obstante, es el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, MEIC, la entidad encargada de la aprobación final de los precios y de autorizar importaciones.

CONARROZ, ha planteado que la crisis del sector arrocero se exacerbará si entra en vigencia el Central American Free Trade Agreement (por sus siglas en inglés), CAPTA, ya que al incorporarse el arroz a los acuerdos, se sumarían otros problemas a los ya existentes. Los principales cuestionamientos de CONARROZ al CAPTA, lo constituyen los procesos de desgravación paulatina y la salvaguarda bilateral incorporados a los acuerdos. La salvaguarda, durante el período de desgravación, únicamente permite retornar al nivel de arranque del arancel de importación (35%), mientras se cierran las posibilidades de uso de las salvaguardas contempladas en la OMC.

Las políticas de fijación de precios, en la cadena costarricense

El punto de partida, en las políticas de fijación de precios, se encuentra en el primer eslabón de la cadena: la producción primaria. Las estimaciones de los costos de producción para los productores son realizadas por CONARROZ (véase cuadro No. 8), con base en ello el MEIC, fija el precio al productor.

CUADRO No. 8

COSTA RICA
COSTOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO AL PRODUCTOR
RECOMENDADOS POR EL MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA
Y COMERCIO, MEIC, PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Junio /1998 a Febrero/ 2003
En colones corrientes/ hectárea

Concepto	Jun-98	Ene-99	Ene-00	Ene-01	Ene-02	Feb-03
Mano de obra directa	10,318	11,780	12,879	14,242	15,844	17,378
Labores Mecanizadas	103,061	106,380	120,407	124,96	123,826	134,188
Materiales	94,063	99,728	109,348	124,706	131,309	143,072
Otros	18,748	19,210	21,982	29,811	54,307	52,598
Gastos administrativos y de ventas	36,128	42,284	46,100	52,725	54,397	59,092
Gastos financieros	19,211	21,976	24,342	24,818	25,433	29,840
Total costos x hectárea	281,528	301,288	334,958	370,899	405,516	436,130
Precios al productor	5,508	5,888	6,240	6,240	6,240	7,240*

* El precio corresponde al fijado en junio del 2003, aunque en noviembre se incrementó de nuevo el precio al productor a 7,900 (equivalente a unos US\$ 260 la tonelada métrica).

Fuente: Corporación Arrocera Nacional, CONARROZ.

El precio nominal recomendado al productor se mantuvo constante, desde enero del 2000 hasta junio del 2003, lo que refleja las dificultades por las que pueden pasar los productores cuando los precios al productor no se ajustan.

La negativa del MEIC se basó principalmente en la tendencia bajista del precio internacional del arroz observada desde 1999; y no en criterios, que partieran de la necesidad de brindar protección a los pequeños productores. Lo anterior evidencia que Costa Rica pareciera estar lejos de lograr mecanismos de protección

como los que implementa la política agrícola norteamericana y europea, que otorgan precios de garantía para los productores locales, que operan de manera automática cuando los precios internacionales caen.

La caída en el precio internacional del arroz, que topó piso en el 2002, cuando llegó a alrededor de \$100 la tonelada, sometió a los pequeños productores de arroz a una severa crisis. El efecto de esa coyuntura sobre el sector arrocero fue controversial, ya que los industriales que, por lo general, también son grandes productores, pudieron beneficiarse de las importaciones baratas, mientras los pequeños productores luchaban por sobrevivir.

La recuperación de los precios internacionales, a partir del 2003, ha generado un contexto más favorable para los productores nacionales, dado que en las actuales condiciones resulta rentable producir arroz. No obstante, ha quedado en evidencia la volatilidad de este mercado internacional, por lo que no resulta conveniente dejar al libre albedrío el abastecimiento de uno de los principales productos de consumo de la mayor parte de la población.

Orientación de la cadena para Costa Rica

A través de un vistazo de la actividad arrocera local en el ámbito mundial, podemos señalar las siguientes características de la activi-

dad en el país, desde la perspectiva de su ubicación en la cadena global:

- La producción nacional se orienta exclusivamente al mercado local, por lo que la participación de Costa Rica en la cadena global se basa en importaciones.
- En los últimos años se ha dado un creciente posicionamiento de las empresas comercializadoras norteamericanas en el abastecimiento de arroz importado (como veremos en la próxima sección).
- Dependencia casi absoluta de insumos y maquinaria importada.
- Gran vulnerabilidad e incertidumbre de la producción local, con respecto a las fluctuaciones en los precios internacionales.
- Están creciendo en importancia los industriales, grandes productores e importadores que desempeñan roles en la producción, industrialización e importación, en lo que frecuentemente se entremezclan empresas integradas verticalmente o comercios.

Podemos observar que el posicionamiento del sector arrocero costarricense en la cadena global no es alentador, ya que el sector juega un papel subordinado dentro de la

telaraña que determina su funcionamiento global.

En la determinación de la orientación de la cadena local actúan tres agentes, que buscan consolidar su poder dentro de la misma:

- Productores e industrializadores locales.
- Empresas comercializadoras internacionales.
- Comercializadores e importadores locales.

Productores e industrializadores locales

A diferencia de lo que sucede en la mayoría de las regiones del mundo que producen para el autoconsumo, los productores en Costa Rica, están orientados casi en un 100% hacia el mercado, bajo la lógica de obtener rentabilidad y tomando en cuenta el costo de oportunidad de dedicarse a la actividad.

Entre productores, y entre éstos y los industriales, puede existir cierto nivel de coordinación e integración horizontal y vertical. Por lo general, los grandes productores tienen sus propios beneficios y eventualmente comercializan sus propias marcas, lo que mejora su posición competitiva. La arrocera Costa Rica, situada en Alajuela es una muestra de este tipo de industrias, pues compra arroz, que es empacado y

comercializado con marcas propias o de sus clientes minoristas.

Por otra parte, El Pelón de la Bajura ejerce un fuerte liderazgo en la región Chorotega en lo referente a técnicas de cultivo de arroz, producción de semillas certificadas, e investigación sobre técnicas de cultivos más amigables con el ambiente (como la siembra directa sobre rastrojos, que disminuye el uso de químicos y la degradación de los suelos). Para desarrollar estas actividades se han aprovechado de una gestión moderna que ha facilitado que instituciones como la Universidad de Costa Rica, UCR, realicen actividades de investigación en estas instalaciones.

Empresas comercializadoras internacionales

Los estímulos a la producción y a las exportaciones de arroz en Estados Unidos y otras regiones del mundo, han hecho competitivos los precios internacionales en esos países; y, las empresas comercializadoras no se han hecho esperar para obtener ganancias a partir de la labor de intermediación.

En el caso de las importaciones de Costa Rica, éstas son poseídas por dos empresas comercializadoras de Estados Unidos, ADM Rice y Rice Company, que se encargan de colocar en el mercado nacional la creciente demanda que no es satisfecha por la producción doméstica

(Hernández, 2005: comunicación personal).

En Estados Unidos estas empresas han creado verdaderas redes comercializadoras, que aprovecha las ventajas del río Misisipi. Estados Unidos concentra casi toda su producción en Arkansas, California, Florida, Luisiana, Texas, Misisipi y Missouri. Ahí se concentran los 15 mil productores de arroz de ese país. Casi el 100% de las importaciones de arroz que Costa Rica realiza provienen de Estados Unidos.

Actualmente se dan las condiciones para que esa situación siga afianzándose; ya que a la creciente oferta exportable de este país y a su tradicional agresividad en materia de comercio exterior se agrega el CAPTA, que abre contractualmente el mercado costarricense a las exportaciones de arroz de Estados Unidos. A ello se suma el factor geográfico, ya que mientras se requiere más de un mes para trasladar un contingente de arroz a Costa Rica desde Asia, se requieren solamente ocho días desde Estados Unidos.

Comercializadores e importadores locales

Uno de los mayores cambios en la orientación de la cadena, lo constituyen las alianzas entre industriales, comerciantes e importadores. Del futuro de estas alianzas y de las facilidades que brinden las políticas

públicas depende su consolidación como agentes determinantes en el gobierno de la cadena.

Las cadenas de supermercados, que han establecido alianzas con los industriales, para obtener arroz a menores costos y comercializar sus propias marcas, desempeñan un papel cada vez más beligerante por obtener un mayor control dentro de la cadena. Actualmente, empresas ligadas al comercio al detalle participan directamente en la importación no sólo de arroz empaquetado listo para ser comercializado, sino también de arroz en granza.

En noviembre del 2004, cuando existía el riesgo de desabastecimiento, para la industria local, un grupo de arroceras (Demasa, El Porvenir, Miramar, Costa Rica y la comercializadora Hortifrutu, del grupo Más x Menos), importaron 31,000 toneladas de arroz, equivalentes a cerca de dos meses de consumo nacional.

Esta situación no sólo incrementa el poder de negociación de estas empresas frente a los industriales, sino que también pone en riesgo la alianza que debe existir entre productores e industriales.

Costa Rica: cadena global del arroz y UPGRADING

En este acápite abordaremos las posibilidades de *upgrading* pro-

ducción en la cadena de arroz a efectos de derivar las posibilidades de mejorar el posicionamiento de la entidad arrocera nacional en la comercialización internacional y de los logros en el campo de la mejora genética.

Liderazgo y 'upgrading' en la cadena arrocera

Las áreas de 'upgrading' y sus actores

Diferentes empresas situadas, tanto en países desarrollados como del Tercer Mundo, han implementado estrategias de *upgrading* en diferentes áreas. En el cuadro No. 9 se resumen esas áreas de *upgrading*, con el propósito de conocer las tendencias existentes a escala mundial.

CUADRO No. 9
PRINCIPALES ÁREAS DE UPGRADING
DENTRO DE LA CADENA ARROCERA

Áreas de <i>upgrading</i>	Actores	Estrategia a consolidar
Producción de semillas	Agencias estatales (España, Taiwán, etc.). Empresas transnacionales: (Monsanto, Bayer, Rice Tec, Us Grain Corporation, etc.).	Desarrollo de variedades con alta demanda en función de proteger la producción doméstica. Desarrollo de variedades resistentes a pesticidas y herbicidas.
Producción de maquinaria e insumos	Empresas transnacionales (Dupont, Monsanto, Bayer, etc.).	Fomento de la industrialización de la agricultura. Gastos en investigación y desarrollo.
Patentado de variedades de alta demanda: aromáticas, híbridas y genéticamente modificadas	Productores del Tercer Mundo (China, Pakistán, Uruguay). Empresas multinacionales, encabezadas por Monsanto y Dupont.	Esfuerzos por mejorar y rescatar las variedades aromáticas producidas por siglos. Esfuerzos por aprovecharse de la revelación del genoma del arroz y otros avances de investigación.

Continúa...

...viene

Áreas de <i>upgrading</i>	Actores	Estrategia a consolidar
Industrialización de productos con un mayor valor agregado.	Empresas de países desarrollados y algunas de países en desarrollo. (Estados Unidos, España, Uruguay).	Diferenciación de productos. Aprovechamiento de variedades con demanda nacional, como base para el <i>upgrading</i> internacional (Arroz de Uruguay y de Valencia).
Comercialización internacional	Empresas comercializadoras internacionales (ADM Rice, Rice Company, Louis Dreifus, etc.).	Aprovechamiento de flotas mercantes, tecnologías de información y alianzas con industriales y comercializadores a lo interno de países productores y consumidores.
Comercialización interna	Empresas minoristas internacionales. Empresas nacionales apoyadas o no por instituciones públicas.	Publicidad promoviendo su consumo, empleo de estrategias de diferenciación de producto. -Promoción del arroz nacional.

Fuente: *Elaboración propia.*

Como puede apreciarse en el cuadro anterior los esfuerzos por implementar estrategias de *upgrading* (local, regional o internacional) están presentes a lo largo de todos los segmentos de la cadena. Los encadenamientos, hacia adelante o hacia atrás, estarán en dependencia del eslabón donde esté poseionada la empresa y de su estrategia misma.

El *upgrading* lo desarrollan las grandes empresas transnacionales que producen insumos y maquinarias, como Bayer y Monsanto, están encadenadas hacia atrás, ya que también están ligadas a la producción de semillas que requieren el uso de estos bienes para un rendimiento óptimo. Existen empresas produc-

toras, como Rice Tec, que tienen sus propias estrategias de industrialización y comercialización internacional.

Sin embargo, este proceso requiere de estrategias políticas. En el caso de los países que han realizado esfuerzos de *upgrading* con el propósito de proteger al sector productivo doméstico, el éxito de esta estrategia depende en buena medida de la adecuada combinación de esfuerzos públicos y privados, orientados a elevar la productividad y la competitividad del sector en su conjunto, incluyendo la protección del mercado doméstico de la amenaza de importaciones y el fomento del consumo de variedades nacionales.

Opciones de 'upgrading' para el sector arrocero costarricense

En el caso de la actividad arrocera costarricense, la inserción en las cadenas internacionales no es promisoría para el sector. Como ha ocurrido con la mayoría de los granos básicos, la inserción en las cadenas internacionales se ha dado, no a partir de un esfuerzo que responda a una estrategia de inserción internacional, sino a través de un proceso fortuito en el que se vio envuelto el sector, cuando con el proceso de apertura se eliminaron las barreras externas. De manera que, sin una preparación previa, el sector arrocero que tradicionalmente estuvo protegido, quedó expuesto a los vaivenes del distorsionado mercado mundial arrocero.

Así, la cadena del arroz de Costa Rica, que décadas atrás tenía una dimensión muy estrecha, adquirió una connotación internacional. Pero, la incorporación del sector en la cadena global, se da de manera subordinada, ya que la tendencia tiende a ubicar en otras regiones del mundo, no solamente la fabricación de insumos, sino también la producción y comercialización del grano.

Dado el estancamiento de los esfuerzos en el campo de la mejora genética y el crecimiento de la productividad, resulta difícil pensar en la consolidación de una estrategia en el corto o mediano plazo similar a la implementada por países como Es-

paña o Taiwán, basada en la mejora genética. No obstante, estas experiencias nos evidencian aspectos que deberían mejorarse en una estrategia orientada a consolidar el sector arrocero nacional:

- En la medida de lo posible promover la mejora genética de semillas. Esta mejora debe orientarse no sólo al crecimiento de la productividad, sino también debe considerar la posibilidad de producir nuevas variedades, para el mercado local e internacional.
- Promover nuevos métodos de producción, que aprovechen el historial medioambientalista de Costa Rica (arroz orgánico, siembra directa sobre rastrojos).
- Procesamiento industrial, que incentive el punto anterior, lo que implica que la integración debe estar orientada, no solamente a las economías de escala; sino también, de cara al desarrollo de nuevos productos.
- En el campo de la comercialización, plena identificación del arroz nacional e importado y de las técnicas medioambientalistas usadas; incluyendo la comercialización de variedades nacionales con un mayor valor agregado.
- El fortalecimiento de alianzas entre los agentes situados en

los diferentes segmentos de la cadena, con el propósito de incrementar la capacidad de negociación y mejorar la información y reducir costos (insumos, uso de maquinarias, etc.).

Para realizar estas tareas se requiere de una estrategia que involucre a los sectores interesados en superar la crisis (productores, industriales, Estado y universidades).

Productores

La estrategia llevada a cabo por las empresas cafetaleras más destacadas en Costa Rica, demuestra que es posible incorporar un mayor valor al producto a través de una estrategia de promoción y diferenciación de productos. La crisis del café, puso de manifiesto que las empresas que venden productos sin una clara identificación entran en desventaja, con respecto a aquellas que implementan políticas de diferenciación de productos. El sector cafetalero de Costa Rica, implementó una estrategia de diferenciación de productos, a partir de nuevos métodos de producción (como café orgánico) y comercialización que tuvieron como punta de lanza la promoción en Europa y Norteamérica de marcas que promueven el comercio justo y la protección al medio ambiente y un mejoramiento de la calidad a lo interior.

China, India y Egipto, sin tener la bandera del medio ambiente izada tan alta como Costa Rica, aunque con una mayor tradición arroceras, realizan importantes esfuerzos por producir variedades de arroz más cotizadas: orgánicas y aromáticas.

Industriales

En los anaqueles de los supermercados encontramos cada vez una mayor variedad de productos provenientes de otros mercados, fundamentalmente Estados Unidos, España y Uruguay, países que han logrado diferenciar sus productos a través de marcas, empaques y la adición de especias. La mayor parte de esos productos cuentan con una diferencia de precios muy significativa, con respecto a los arroces genéricos.

Por lo tanto, existen varias opciones de mejora competitiva que pueden implementarse en función de participar en este mercado emergente de arroces con un mayor valor agregado:

- Emular las experiencias exitosas de las firmas arriba mencionadas, con el propósito de suplir la creciente demanda nacional de estos productos.
- Buscar nuevos productos, más fáciles de cocinar, más acordes con la propia idiosincrasia costarricense (gallo pinto, arroz precocido, condimenta-

do, etc.), o con la tradición medio ambientalista de Costa Rica.

- Aprovechar el reconocimiento medio ambientalista ganado por Costa Rica, para que los productos producidos con técnicas más acordes con el ambiente, lleven las debidas especificaciones (arroz orgánico, siembra directa sobre rastrojos, etc.).

Centros de investigación (universidades)

Dado el retraimiento de la labor de investigación por parte de instituciones como el MAG y CNP, las universidades tienen la posibilidad de ser un vínculo importante entre los productores y el avance científico-tecnológico que se da a nivel mundial, por lo que, pueden contribuir a la ampliación de los conocimientos de los productores nacionales.

En esa dirección la estrategia de CONARROZ, de conjugar la investigación en coordinación con diferentes universidades y centros de investigación como el Instituto Centroamericano de Administración de Empresas, INCAE, Universidad de Costa Rica, UCR, Universidad Nacional, UNA, resulta acertada.

Gobierno

La globalización económica está llevando a una concentración sin precedentes de la industria semillera y de las técnicas de cultivo, volviendo la producción a escala mundial más intensiva en capital, en la medida en que ha ido eliminando a los pequeños productores, dado que no pueden enfrentarse a los altos costos de la producción industrial.

En Costa Rica, con el proceso de apertura la mayor parte de los pequeños productores de la década de los años ochenta han salido de la palestra. De ahí que el gobierno deba realizar esfuerzos, tanto nacionales como internacionales, en función de la conservación de la producción nacional de este alimento básico. Entre las prioridades que podría basarse la labor del Estado tenemos:

- En tanto los principales competidores de los productores nacionales mantengan subsidiados a sus productores, el gobierno debe mantener protegido al sector, sin que ello implique el estancamiento del fomento competitivo.
- Fomentar la investigación en coordinación con los productores y las universidades de nuevas variedades y métodos de cultivo que contemplen

no sólo el rendimiento, sino también la calidad del grano.

- Promover programas de consumo que destaquen las cualidades del arroz producido en el país, lo que implica desarrollar nuevas formas de presentación del grano.
- Establecer controles que eviten la concentración de la producción, únicamente, en manos de grandes productores, promoviendo el crédito a los arroceros pequeños.

Conclusiones

La forma en que se llevó a cabo la liberalización comercial en Costa Rica, dejó expuesto el sector arrocero local a los vaivenes en los precios internacionales del arroz y a otros factores adversos, generándose cambios importantes en el funcionamiento de la estructura de la cadena arrocera costarricense. Dentro de esos cambios se destacan:

- La salida del mercado de los productores de arroz más vulnerables. Aunque tradicionalmente la producción había estado en manos de alrededor de cinco mil productores, la mayoría pequeños y medianos, el 80% de ellos han desaparecido. Lo que refleja que la crisis del sector arrocero está produciendo un cambio

en los estratos de productores, afectando particularmente a los más vulnerables.

- La apertura sin un previo acondicionamiento del sector arrocero a la nueva realidad, ha afectado severamente su estabilidad, dada la dificultad de la producción nacional para competir con las importaciones. El país que a inicios de los años ochenta era autosuficiente en la producción de arroz, ha dejado de serlo y debe importar entre 50,000 y 150,000 toneladas métricas de arroz al año, dejando el abastecimiento de uno de los principales alimentos de los costarricenses a merced de la economía mundial.

- La apertura a las importaciones ha posibilitado no sólo que comerciantes sino también industriales realicen importaciones, permitiéndoles obtener ganancias extraordinarias cuando los precios internacionales son bajos. Esta situación, por un lado, genera el riesgo de romper el vínculo que debe existir entre la agricultura y la agroindustria y por otro, crea problemas a la hora de implementar políticas para proteger a los productores más vulnerables (como los precios de garantía), ya que muchos industriales también son productores e importadores.

No obstante, pese a los costos que ha tenido que pagar el sector con el proceso de apertura, también se han generado efectos positivos:

- Junto a la disminución de la participación del sector estatal se ha dado un incremento en la beligerancia del sector privado, el que tiene una mayor conciencia de que las políticas sectoriales deben conducir al incremento de la eficiencia del sector en su conjunto.
- Se ha dado un fortalecimiento de las asociaciones y cooperativas de productores e industriales, vinculados entre sí a través de CONARROZ. Esta última busca consensuar con el sector estatal una estrategia conjunta de apoyo al sector arrocero.
- Pese a la disminución de la beligerancia del sector estatal, el arroz sigue siendo el único grano básico cuyo precio es regulado de manera oficial, con el propósito de compensar las distorsiones existentes en el mercado internacional. Por lo que, los efectos de la apertura han sido menos dramáticos que en el caso de otros granos básicos como el maíz y los frijoles.

Como compensación, ante la falta de políticas de largo plazo hacia el sector arrocero; CONARROZ se esfuerza por consolidar su agenda de competitividad. No obstante, el

alcance de esta propuesta, está en dependencia del apoyo que reciba el sector arrocero del institucional-estatal.

Recomendaciones

Una de las hipótesis principales de las cadenas productivas es que la globalización exige vincularse con las empresas líderes más importantes de la industria (Gereffi, 2001), pero el desarrollo no debe darse de cualquier forma, ya que la incorporación pasiva vuelve vulnerable la producción doméstica con respecto a otras regiones del mundo. En este sentido resulta relevante para los productores e industriales de Costa Rica, observar la evolución de los mercados internacionales y el posicionamiento del sector arrocero costarricense con la finalidad de implementar una estrategia de mejora competitiva para el largo plazo.

Si bien es cierto, la estrategia para el sector arrocero en el corto plazo debe enfocarse en la rentabilidad del cultivo, es necesario tomar en cuenta, dentro de una estrategia de largo plazo, la necesidad de diferenciar el producto en función de preservar los actuales nichos de mercado y participar de las oportunidades que presenta el mercado globalizado.

En cuanto a las políticas estatales de apoyo, éstas deben discriminar en función de los productores más vulnerables, con el propósito no

sólo de conservar la producción de este alimento básico, sino también con la finalidad de implementar una política sostenible en términos de empleo.

Bibliografía

- Banco Mundial, 2001. Indicadores. Washington DC.
- Carranza y Díaz, 2004. Percepción de la demanda en las cadenas agroalimentarias. CINPE.
- CNP, 2005b. Costa Rica volumen de las importaciones por mes. Período 1980-2005. [http://www.Mercanet.cnp.go.cr/SIM/granos básicos](http://www.Mercanet.cnp.go.cr/SIM/granos_basicos).
- _____. 2005. Boletín, Servicio de información de mercados, sobre granos básicos. San José, Costa Rica.
- CONARROZ 2003, 2004. Informe anual del Departamento Técnico y de Control. San José, Costa Rica.
- _____, 2005. Agenda de Competitividad. San José. Costa Rica.
- De la Vega, Lozano, 2006. Seguridad alimentaria. En <http://www.gestiopolis.com/canales/3/ger/segalim.htm>.
- Díaz y Hartwitch, 2005. Cadenas de valor: ¿Un paso innovador para la agricultura centroamericana? Cinpe. UNA.
- Díaz, Rafael. 1998. "La importancia de los modelos teóricos de la competitividad en el comercio internacional del café". *Revista Economía y Sociedad*, N° 7 mayo-agosto de 1998, pp. 21-38, Editorial Fundación UNA. Heredia, Costa Rica.
- El comienzo de la mejora en España. En <http://www.eumed.net/libros/2006a/fbbp/2j.htm>.
- FAO, 2003. Evolución de las políticas arroceras. En: http://www.fao.org/show_scr.asp
- Figueroa Luis y Umaña Víctor, 2002. Los Retos de la Política Comercial y de la Agricultura en Centroamérica. CEN 560. INCAE Costa Rica.
- Gereffi, G. 2001. Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. Problemas del Desarrollo, Vol.32. No. 125. Abril-junio, 2001. UNAM. México.
- _____. 1999. "International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain." *Journal of International Economics* 48 (1999)37-70.
- Gereffi, Gary Korniewicz R P. 1994, "Commodity chains y global capitalism". Praeger Publishers, 1994.

- Gibbon, Peter, 2001. Upgrading primary producción: a global commodity chain approach. Center for Development Research Copenhagen, Dinamarca, 2001.
- IATP, 2003. US Dumping on World Agricultural Markets: Can TradeRules Help Farmers. En <http://www.Tradeobservatory.org>.
- IICA, 1994. Cosechas, molinos y mercados. La economía del arroz en Costa Rica. San José, Costa Rica.
- _____, 1998. Impacto de la investigación del arroz en Latinoamérica y el Caribe durante las tres últimas décadas. San José, Costa Rica.
- Jovel, Roberto "...". Tesis de la Maestría de Política Económica del CINPE-Universidad Nacional.
- Oficina del Arroz. 1995-2001. Informe Anual del Departamento Técnico y Control. San José, Costa Rica.
- OMC. Acuerdo sobre Agricultura. En: <http://www.wto.org>
- Perales Salvador Arturo, El impacto del TLCAN en la cadena agroalimentaria del arroz. Universidad Autónoma Chapingo, enero del 2004.
- Pérez, J.P. Cabrera, M. Castro, R. Del Cid Monge, J (2001). En: cadenamientos globales y pequeña empresa en Centroamérica. FLACSO-Costa Rica.
- SEPSA. 2003, 2004. *Boletín agropecuario*, números 14 y 15. MAG.
- Stiglitz, Joseph, 2004. La nueva ley agrícola y sus implicaciones para los mercados mundiales. En: <http://www.networkideas.org>
- Tierramérica, 2004. Agricultura: gigantes transnacionales engullen arroz. En: <http://www.tierramerica.net/2004/0313/noticiasLshtml>).
- UNCTAD, 2003. Información de mercado sobre productos básicos. En: <http://www.ro.unctad.org/infocomm>
- _____, 2005. Información de mercado sobre productos básicos. En: <http://www.ro.unctad.org/infocomm/espagnol/arror/mercado>.
- USARICE, 2005. Datos y Estadísticas. En: <http://www.usarice.com.mx/todo-datos.htm>
- <http://www.arrozdevalencia.org/arrozdevalencia.htm>

Entrevistas

Azofeifa, Carlos. Funcionario MAG.

Hernández, Carlos, 2005 Jefe del Departamento Técnico y de Control. CONARROZ.

Mora, Flor de María, 2004. Directora Boletín Semanal sobre Granos Básicos. CNP ◇