

ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD DEL AGRONEGOCIO DE FRUTAS FINAS ARGENTINAS

A. BERTOTTO¹ y G. MOZERIS²

Recibido: 04/04/06

Aceptado: 05/02/07

RESUMEN

Las compras internacionales de frutas finas vienen en alza sostenida por lo menos desde 1990, aunque el volumen total de la industria todavía no es muy grande. El mercado más grande es el de las cerezas, seguido por las frambuesas y arándanos. Los mercados de estas frutas poseen algunas características comunes, pero otras específicas. El objetivo de este trabajo es analizar la potencialidad del negocio de las frutas finas desde la óptica de estas características de mercado y desde el impacto que el cultivo de estas frutas tiene en las economías regionales.

Palabras clave. Frutas finas, sustentabilidad, economías regionales, cadena agroalimentaria, agronegocio.

ANALYSIS OF THE POTENTIALITY OF ARGENTINE BERRIES AND CHERRIES AGRIBUSINESS

SUMMARY

The international market of berries and cherries has experienced sustained growth at least since 1990, although its total volume is still not very large. The biggest market is that of cherries, followed by raspberries and blueberries. These markets have some common characteristics, but others that are specific to each fruit. This article examines the potential in the agribusiness of berries and cherries from the point of view of such market characteristics and the impact of their production on regional economies.

Key words. Berry, Cherry, Sustainability, Regional Economies, Agrifood Chain, Agribusiness.

INTRODUCCIÓN

El volumen internacional de comercio de frutas finas ha crecido enormemente desde 1990. En conjunto, entre 1990 y 2001 el comercio internacional de cerezas ha crecido de U\$S 190 millones a U\$S 398 millones (+81% si se toman promedio bianuales 90/91 y 00/01), los arándanos de U\$S 54 millones a U\$S 131 millones (+136%, promedios bianuales) y las frambuesas pasaron de U\$S 43 millones a U\$S 117 millones (+157%, promedios bianuales). La exportación argentina de cerezas pasó de U\$S 7.000 en 1991 a U\$S 3,2 millones en 2002. En 1994 se exportaron U\$S 7.000 de arándanos y en 2002 U\$S 5,8 millones (TRADSTAT-DIALOG

¹Pasante de la Dirección Nacional de Mercados Agroalimentarios de la SAGPyA; Licenciado en Ciencia Política de la Universidad de San Andrés: alebertotto@gmail.com

²Docente de la Cátedra de Sistemas Agroalimentarios de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. gusmoz@agro.uba.ar

2005). Otras bases de datos ofrecen números algo diferentes, pero se mantiene la misma tendencia: *el fuerte crecimiento de la industria del sector*.

Este agronegocio en la Argentina es beneficioso en tres niveles. Primero, para el productor, que se presenta como una interesante alternativa para explotaciones de escasa superficie. Segundo, para las economías regionales, pues el negocio es fuente de importantísimas externalidades positivas, entre ellas valorización de los activos, demanda de infraestructura, aumento de los recursos disponibles para los municipios y como consecuencia de esto, una suba en la tasa de empleo por tratarse de un cultivo intensivo. Finalmente, si bien a nivel económico los volúmenes de comercio todavía no son tan importantes y mucho menos en la Argentina, la comercialización de frutas finas puede contribuir al desarrollo de una *marca país* que, en conjunto con otras exportaciones no tradicionales lleguen a sumar un impacto significativo en la balanza comercial.

Considerando estos factores el objetivo de este trabajo es examinar el impacto económico general del negocio de las frutas finas a nivel mundial y en la Argentina y el rol que la producción ha tenido hasta ahora en las economías regionales.

MATERIALES Y MÉTODOS

La información utilizada en este trabajo se obtuvo de diferentes fuentes. Primero, se utilizó información bibliográfica y luego, se consultaron las bases de datos estadísticos de los organismos oficiales (SAGPyA FAOSTAT y TRADSTAT). Se realizaron entrevistas a referentes calificados que participan a nivel de decisión de los órganos políticos en la Argentina, donde las entrevistas tuvieron un formato general en las preguntas, con adaptaciones particulares a cada actor entrevistado. Para adquirir la información de los entrevistados, se emplearon métodos sistémicos (Checkland, 1981; Wilson y Morren, 1990). De esta manera, la toma, el análisis y la interpretación de la información se realizaron con la mayor objetividad posible.

Las series de datos representativas fueron analizadas bajo la forma de figura siempre que fue posible, para permitir extraer conclusiones sobre la potencialidad del Sector lo más objetivas posible. Es por ello que las figuras siguen un patrón consistente que se puede caracterizar de la siguiente manera:

- a. Para las figuras que representan la evolución de cantidades absolutas de una variable, por ejemplo, las importaciones mundiales de frutas finas entre 1990 y 2001 medidas en valor FOB en miles de U\$, se utilizó figuras de tipo dispersión o de barras. Se recurrió a cuadros (Figuras 1, 10, 11, 12, 13, 14, 15, Cuadros 1, 2, 4). Las regresiones propuestas son lineales. Se indican los valores tomados por los coeficientes de correlación en cada caso dentro de la figura o en notas al pie de los títulos de la figura, cuando son mayores a 0.7. Cuando un coeficiente es especialmente bajo se lo comenta en el cuerpo principal del texto.
- b. Para las figuras que representan comparaciones estáticas de una variable a lo largo de diferentes categorías de países, como por ejemplo, máximos y mínimos precios percibidos o pagados por alguna fruta, se tomó un promedio bianual para 2000/2001, y se los presentó en formas de figura de barras (Gr. 6, 8 y 9).
- c. Figuras que representan evolución de las tajadas relativas de mercados a lo largo de un período (1990-2001 o 2002). Se tomaron promedios bianuales para matizar el componente aleatorio. Las líneas de tendencia intentaron maximizar el coeficiente de correlación a toda costa, de tal forma que muchas son polinomiales. Esto permitió comparar ciclos muy efectivamente, llegando a interesantes conclusiones sobre quienes compiten contra quienes (Figuras 3, 4, 7). Dos situaciones requirieron cuadros (3 y 5), por lo confuso que resultarían las figuras.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

a. Definición del complejo de productos en estudio

La denominación “frutas finas” agrupa a un conjunto de especies que se caracterizan por un tamaño de fruto menor en contraste con las variedades pomáceas, cítricos y de pepita. Esta distinción no es botánica, sino más bien comercial (Von Bernard y Obschatko, 2003). En efecto, se trata de especies muy diferentes incluso en términos productivos, compartiendo únicamente el hecho de ser intensivas en mano de obra y capital. Es en la poscosecha donde, su corto período de vida, su fragilidad y la necesidad de logística de transporte bastante más compleja que en otras frutas, son las principales características por las cuales se trata a estas frutas en conjunto.

El volumen de cosecha de frutas finas del Hemisferio Norte, donde el principal productor es los Estados Unidos, es muchísimo mayor que el del Hemisferio Sur. Este enorme volumen permite abastecer a la demanda de fruta fresca estacional dedicando tan sólo una pequeña proporción de la cosecha. El resto se usa industrialmente a lo largo del año, conservándose en presentaciones congeladas o deshidratadas. El Hemisferio Sur abastece una demanda de frutas finas frescas a contraestación, por lo tanto, sus precios son más elevados que los comercializados en temporada. Esta tendencia es mucho más fuerte para el caso del arándano.

Las frutas finas se las clasifica en dos subgrupos, identificados en inglés como *berries* y *cherries*, no existiendo esta distinción en castellano. Entre las primeras se encuentran la **frambuesa** (*raspberry*, Nomenclatura Arancelaria Armonizada 081020), el **arándano** (*blueberry*; Nomenclatura Arancelaria Armonizada 081040) la **zarzamora** (*blackberry*; comparte nomenclatura con la frambuesa) y el **cranberry** (no hay traducción, comparte nomenclatura con el arándano). En las segundas encontramos las **cerezas** (Nomenclatura Arancelaria Armonizada 080920) y guindas, que son de escasa importancia. La diferencia fundamental entre ambos grupos reside en la presentación de la semilla. Mientras los *cherries* tienen un endocarpo leñoso, los *berries* son mucho más frágiles y sus semillas se encuentran de diversas formas.

En este trabajo se examinaron la cereza, el arándano y la frambuesa como ejes del negocio, por tratarse de aquellos con mayor potencial comercial en la Argentina.

b. Dimensiones y evolución del mercado de frutas finas

Si bien la importancia actual del comercio de frutas finas radica a nivel regional, la explotación de estas frutas será en un futuro significativa a nivel general en la economía. Como se verá, el mercado de frutas finas mundial se encuentra en expansión de volumen y con una tendencia de precios en alza. Los frutos en los cuales se verifica esta tendencia con mayor relevancia son, la frambuesa, la cereza y el arándano, encontrándose mucho más lejos de estos los 'cranberries' y las moras.

El mercado más importante es el de las cerezas, seguido por el de las frambuesas, levemente mayor que el de arándanos (en millones de dólares). En promedio, las cerezas han sido las que más crecieron en los últimos 10 años, incrementando su FOB en U\$S 19 millones por año (unas 5 mil toneladas por año). Le siguen las frambuesas, creciendo U\$S 5,6 millones por año (unas 3.500 toneladas por año). Finalmente, el mercado de arándanos crece cerca de U\$S 5,2 millones por año. El crecimiento de los mercados con relación a su tamaño absoluto se puede presentar utilizando un índice de valor FOB importado mundialmente con base 100 para el promedio 1990/91.

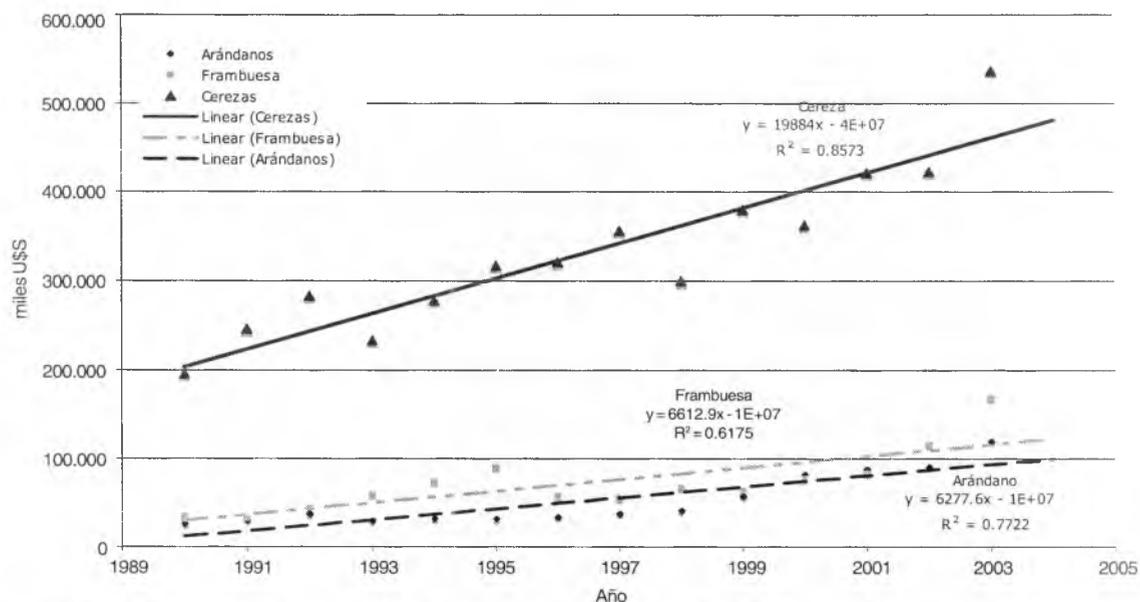


FIGURA 1. Importaciones mundiales de frutas finas (FOB en miles de US\$).

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

El crecimiento de los tres mercados ha sido muy fuerte. Entre 1990 y 2003, el mercado de frambuesas y el de arándanos han cuadruplicado su tamaño. El mercado de cerezas se multiplicó 2,4 veces. La Figura 2 indica muy claramente los ciclos de crecimiento de estos mercados. Los valores comercializados de las tres frutas presentan un fuerte crecimiento desde 2000. Las frambuesas tuvieron un máximo local en 1994/5, los arándanos en 1992/3 y las cerezas en 1996/7.

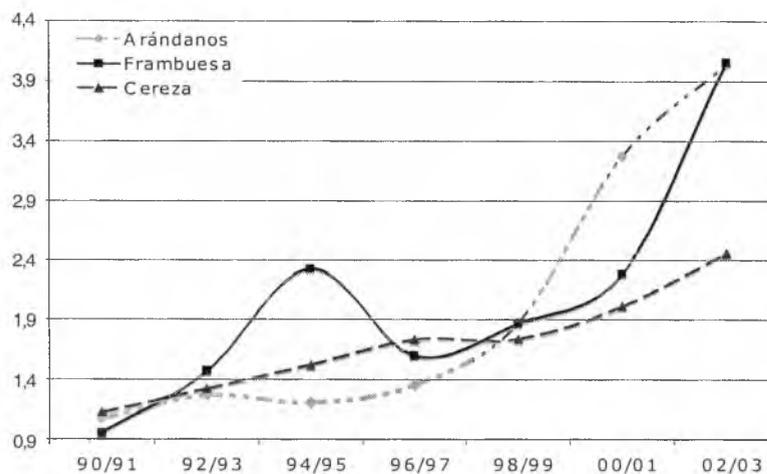


FIGURA 2. Índice de importaciones mundiales de frutas finas bianual (1990/91=1).

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

En conjunto, es un mercado internacional que ha crecido de US\$ 290 millones a US\$ 824 millones en 13 años (228%). Finalmente, el atractivo económico de este mercado resulta evidente si se piensa que estos valores son a precios mayoristas y no se tiene en cuenta el impacto económico de la cadena de distribución. Este último punto resultará importante cuando se consideren las diferencias entre comercializar en el mercado interno versus el de exportación y que en este último caso, la Argentina recibe sólo precios mayoristas. De crearse y utilizarse el mercado interno de la cereza, por ejemplo, la cadena entre el minorista y el productor crea valor agregado para la economía local.

La particular dinámica del crecimiento del valor comercializado de frutas finas indica que este crecimiento tiene fuertes posibilidades de sostenerse. Primero, los precios son responsables de entre un 20% y un 30% del aumento del valor comercializado. La frutilla recién ha comenzado su baja de precios cuando el valor de su mercado duplicaba a la cereza y que por lo menos sextuplican a los del arándano y los de la frambuesa. La idea del crecimiento sostenido a futuro es incluso más importante para los productores de contraestación, cuya participación en el mercado total de las frutas es todavía pequeño, entre un 10% y un 20% del consumo total, según de que especie se trate. Así pues, si no hay motivos estructurales por los que la tendencia de crecimiento decaiga, es razonable suponer que esta se mantendrá.

Finalmente, es interesante comparar la concentración de las ofertas y demandas de las distintas frutas. Para hacer esto se recurre a un indicador, el número efectivo de exportadores/importadores. Esencialmente, se trata de una medida de dispersión sobre la cantidad de operadores en un mercado ponderando por la proporción que posee ese operador en relación con el tamaño total del sector. Un indicador de 2,7 debe interpretarse como que el mercado se divide entre dos operadores grandes y uno un poco más pequeño, o casi 3.³

CUADRO 1. Número efectivo de importadores y exportadores de frutas finas. Promedios bianuales.

	90/91	92/93	94/95	96/96	98/99	00/01	02/03	Promedio
Nº Efect. Exportadores								
NEI Arándanos	3,59	3,88	3,96	4,24	3,46	2,99	2,49	3,52
NEI Cerezas	11,00	9,27	8,16	11,59	15,24	16,71	22,62	13,51
NEI Frambuesas	5,31	6,59	6,47	6,57	7,49	8,35	8,27	7,01
Nº Efect. Importadores								
NEE Arándanos	3,15	3,55	5,18	5,85	4,57	4,18	4,22	4,38
NEE Cerezas	4,88	3,50	3,13	4,02	3,80	3,77	4,49	3,94
NEE Frambuesas	1,95	2,85	1,46	1,47	1,21	2,12	2,71	1,97

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

³El indicador proviene de la literatura de Organización Industrial, aplicado al número efectivo de competidores en una industria. Formalmente, el número efectivo de competidores, $NEC = 1/\sum v^2$, donde v = proporción sobre el total de ventas de cada operador.

El cuadro merece tres observaciones: 1) Salvo en el caso del arándano, el mercado de frutas finas presenta en promedio mayor número de importadores que de exportadores. Esto implica que la oferta de cerezas y frambuesas está más concentrada que la demanda; 2) Desde el punto de vista de la demanda, el mercado de arándanos es el más concentrado, seguido por el de frambuesas y luego el de cerezas; 3) Desde el punto de vista de la oferta, el mercado de frambuesas es el más concentrado, seguido por el de cerezas y luego el de arándanos.

En general, es esperable que el consumo de un alimento con necesidades biológicas de producción tan específicas acote la cantidad posible de oferentes. La particularidad de los arándanos se explica en que en los últimos años, el interés por exportar arándanos ha sido más grande que por exportar otras frutas finas. Esto resulta en parte de la menor complejidad operativa de producir esta fruta.

c. La demanda

Los mercados internacionales de frutas finas están fuertemente concentrados en el Hemisferio Norte. Como hay importantes diferencias en los destinos de comercialización de las frutas, no tiene sentido presentar que países son los principales mercados para las frutas en conjunto, por lo tanto, se presentan fruta por fruta.

c.1. Arándanos

En 2002/03, el 90% del mercado internacional de arándanos (expresado en valor) se distribuye entre Estados Unidos con el 58% de las importaciones, Canadá con el 23%, Alemania y el Reino Unido que suman el 9% (Cuadro 2).

Sin embargo, ha habido una fuerte evolución en este sentido a lo largo de los '90. Como se observa en el Cuadro 2, la tendencia es que los países de Europa consuman menos en relación al consumo de los países de norte América. Estados Unidos es el primer importador indiscutido de arándanos, una fortaleza que parece haberse incrementado en los últimos años. Canadá, desde el segundo lugar, sigue el mismo patrón. Por motivos que desconocemos, la base de datos de FAOSTAT –fuente del cuadro- no tiene observaciones

CUADRO 2. Evolución de tamaños relativos (en %) de mercados de arándanos. Porcentajes calculados sobre valor FOB de arándanos importados.

	90/91	92/93	94/95	96/96	98/99	00/01	02/03
Estados Unidos	39	35	38	42	50	52	58
Canadá	32	31	25	16	15	24	23
Alemania	13	17	20	16	11	6	6
Reino Unido	1	1	2	4	3	4	3
Italia	5	3	2	2	2	2	2
Francia	1	2	3	4	3	3	2

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

en esta categoría para Japón. Sin embargo, otras bases como TRADSTAT-DIALOG indican que el crecimiento de este país en sus compras de arándanos es muy importante. Llega a tener presencia de un 10% sobre fines de la década de 1990.

El precio medio internacional en los últimos 10 años pasó de U\$S 1,26/kg a U\$S 1,60/kg. Los precios de importación japoneses se mantuvieron estables de U\$S 10,96 a U\$S 10,57 el kilogramo. Los altos precios pagados por los japoneses hacen que, a pesar de su pequeño volumen, sean un importador altamente relevante. En el otro extremo se encuentran Estados Unidos y Canadá. Posiblemente por el tamaño de sus mercados, la alta capacidad productora y el hecho de que la mayoría de la fruta se consume en estación, estos dos países pagan precios muy bajos. La Unión Europea se ubica entre estos dos extremos. Hay que notar que los países miembros de la UE pagaron diferentes precios de acuerdo a sus aptitudes de negociación.

Según la base de datos FAOSTAT, en términos absolutos, Estados Unidos es el mercado de arándanos que más rápido ha crecido en los últimos 10 años, a un ritmo promedio de U\$S 4 millones por año, comenzando en U\$S 21 millones en 1990/1. Le sigue Japón a U\$S 1,3 millones por año desde niveles prácticamente nulos, la Unión Europea con un ritmo de U\$S 1 millón por año desde U\$S 17 millones y muy de cerca Canadá creciendo U\$S 965.000 por año desde U\$S 14 millones. Esto significa que el mercado japonés, cuyo tamaño era aproximadamente un tercio de la Unión Europea para fin de la década del 90 creció U\$S 300.000 más por año que el viejo continente.

c.2. Cerezas

Cerca del 50% de de las importaciones mundiales de Cerezas se concentran en Alemania, Japón, Austria, el Reino Unido, China y Canadá. El mercado de cerezas, está mucho más distribuido que el de arándanos. Hay dos competidores por las compras de cerezas a nivel mundial, Alemania y Japón. Aunque hay importantes diferencias entre ellos, Japón importa cerezas siguiendo el mismo patrón que lo hace con los arándanos: volumen razonable y precios altísimos. Alemania importa un elevadísimo volumen, pero a precios mucho más bajos.

A lo largo de la década del '90 estos dos mercados han estado alternándose la primera posición de exportaciones en valor. Las oscilaciones entre los dos principales consumidores son muy marcadas. En cerezas, los contraciclos se dan entre los dos principales consumidores y no de cualquiera de ellos contra el resto del mundo. La causa fundamental de esto se halla en la demanda japonesa y no en la alemana. Los alemanes han importado cerezas en volumen de forma creciente, sostenida y lineal durante toda la década. La única variación de alguna significancia que se observa es en el precio pagado, aunque esta es muy ligera.

Como resultado de estas oscilaciones, ninguno de los dos mercados parece estar destinado a incrementar la brecha entre ellos y el resto de los países. Si observamos los otros importadores que aparecen en la Figura, el Reino Unido y China sostienen sus participaciones de mercado con una leve alza.

Comparados con el resto del mundo, Alemania y Japón son los extremos del continuo de precios pagados. A lo largo de la década ambos han tenido tendencias a la baja. Alemania comenzó pagando U\$S 1,31/kg y terminó en U\$S 1,18/kg Japón, por su parte, comenzó en U\$S 7,62/kg y terminó en U\$S 6,46/kg. El Reino Unido pagó en 1990/91 U\$S 1,84/kg, mientras que en 2000/01 su precio promedio fue U\$S 2,12/kg Taiwán, por su parte pagó U\$S 2,80/kg al principio de la década y U\$S 2,29/kg sobre el final. Otro ejemplo asiático es Hong Kong, que desembolsó U\$S 3,74/kg en 1990/91 y U\$S 4,03/kg en 2000/01.

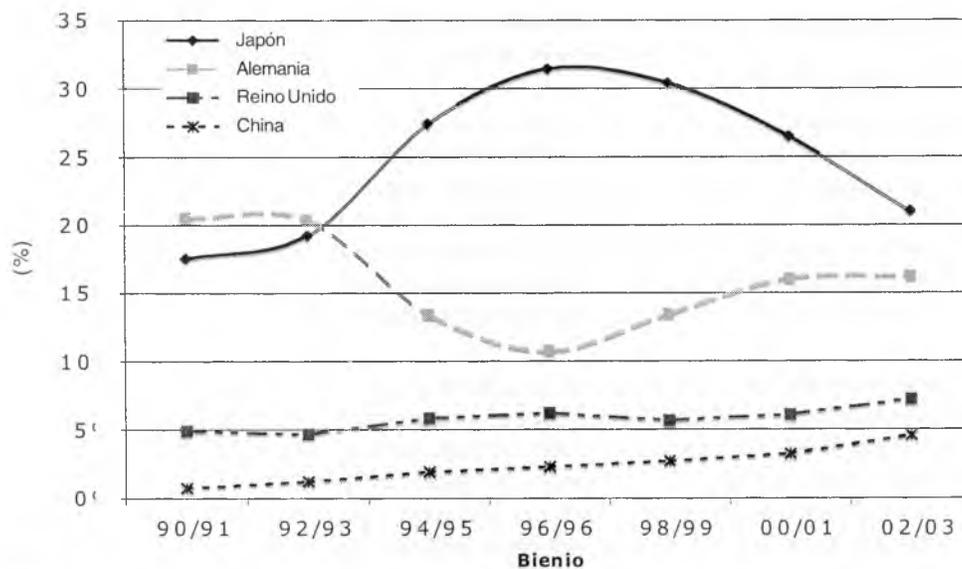


FIGURA 3. Importaciones mundiales de cerezas. Evolución bianual de tamaño relativo de mercados. Porcentajes calculados sobre valores FOB de cerezas importadas.

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

c.3. *Frambuesas*

Los principales importadores de frambuesas son el Reino Unido, Estados Unidos, Alemania y Francia. Entre ellos acumulan el 60% del mercado de frambuesas. La Figura 4 presenta la evolución de esta distribución.

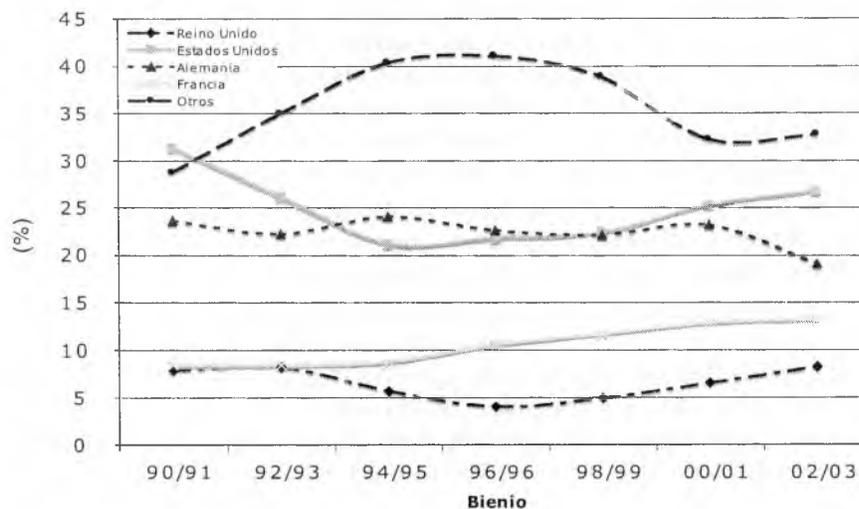


FIGURA 4. Evolución de distribución relativa de importaciones mundiales de frambuesa 1990-2003. Porcentajes calculados sobre valores FOB de frambuesas importadas.

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

La principal conclusión que se extrae de la Figura 4 es que los principales consumidores de frambueas compiten contra el resto del mundo por comprar ese producto, y no entre ellos. La diferencia es muy clara al respecto con el mercado de cerezas, donde, según se ha dicho, Japón y Alemania compiten entre ellos como principales consumidores.

d. La oferta

Los mayores centros de consumo de frutas finas son en general los mayores productores. Esto es esperable, pues es en estas áreas de donde son oriundas las diferentes frutas. Sin embargo, ha habido durante los últimos 15 años un fuerte avance de productores en el Hemisferio Sur. Aunque no llegan a igualar la producción del norte, agricultores de países como Chile, Australia, Nueva Zelanda y la Argentina han incrementado consistentemente los volúmenes de sus cosechas de frutas finas, que destinan casi enteramente a la exportación. Se trata de un esfuerzo por satisfacer una demanda de contraestación y nichos de mercados específicos como la fruta fresca para los cuales los productores locales boreales se ven imposibilitados.

d.1. Cerezas

El 64% de la producción internacional de cerezas en 2003 se concentró en 4 países: EE.UU., España, Turquía y Chile. Estos porcentajes esconden una evolución notable en términos de cantidades producidas mundialmente a lo largo de la década de 1990. A su vez, estas cantidades producidas cambiaron las proporciones relativas de producción mundial de cerezas.

CUADRO 4. Distribución bianual (en %) de la producción internacional de Cerezas en 1990-2001, valores FOB en miles de U\$S.

	90/91	92/93	94/95	96/96	98/99	00/01	02/03
Estados Unidos	35	39	49	51	48	44	43
Turquía	4	4	4	4	6	8	9
Chile	4	4	4	4	4	5	5
España	3	5	5	6	7	7	7

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos FAOSTAT.

EE.UU. ha logrado mantener un cómodo liderazgo en las exportaciones de cerezas. España y Turquía han sido muy exitosos en insertar su producción en el ámbito de la Unión Europea. Chile es el líder en el Hemisferio Sur. Otros productores importantes son Austria y Francia, quienes han perdido mucho terreno en el período frente a los nuevos competidores.

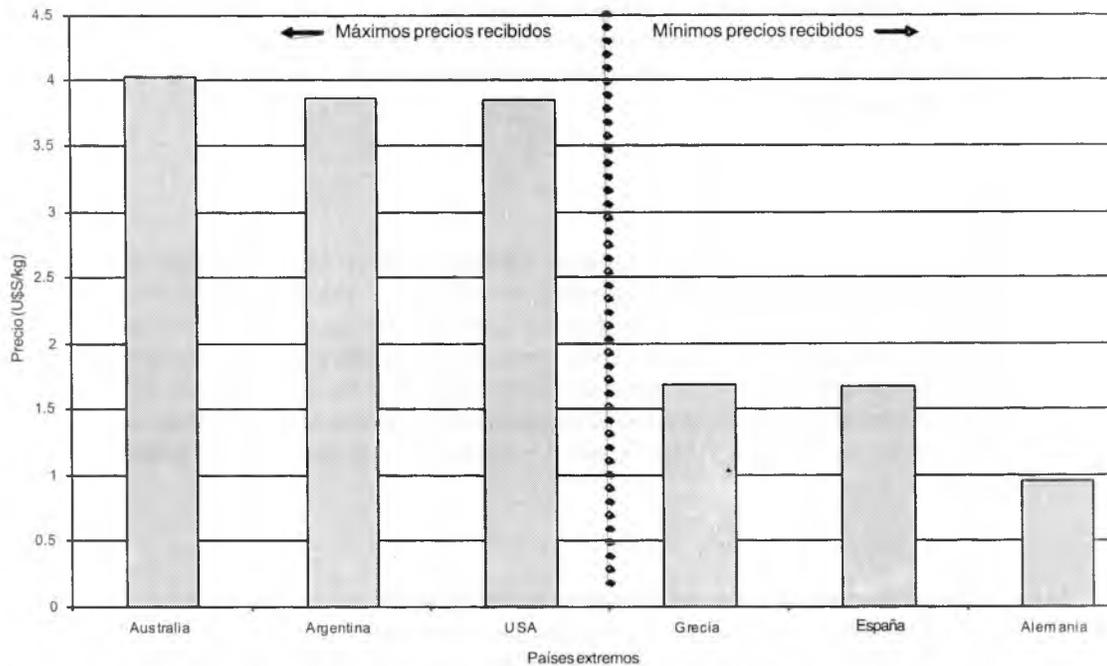


FIGURA 5. Precios recibidos por exportadores de cerezas frescas, promedio 2000/2001, en US\$/kg.

Fuente: Elaboración propia en base a series de datos TRADSTAT-DIALOG.

La figura de precios refleja un modelo de negocios particular. Los productores del Hemisferio Sur reciben los máximos precios, insertándose en el mercado en contraestación. España, en cambio, debe producir un volumen muy importante en estación para tener una parte significativa del mercado. Un caso interesante es EE.UU., que logra precios altísimos, incluso en temporada.

d.2. Arándanos

Como en todos los casos, a lo largo de la década de 1990 ha habido algunos cambios en la distribución del comercio internacional de arándanos que requieren de un análisis particular comportamiento explicable con la Figura 6. Se observó que Canadá y EE.UU. han competido por el primer lugar en exportar arándanos desde 1990, observándose una correlación negativa entre sus participaciones. Holanda ha sostenido su participación en torno al 7% del total de exportaciones, con un leve declive

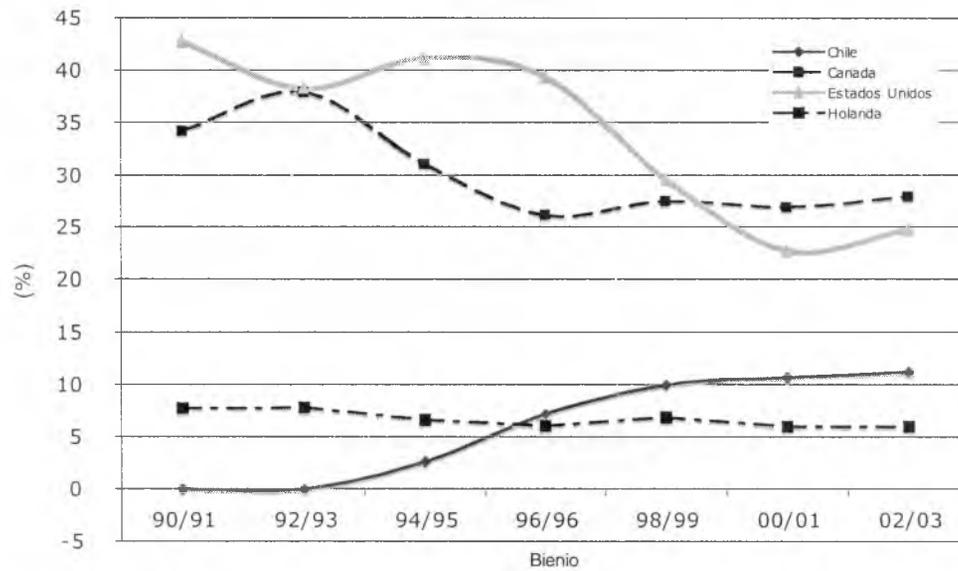


FIGURA 6. Evolución bianual de distribución de exportaciones de arándanos 1990-2001. Porcentajes calculados sobre valores FOB de cerezas exportados.

Fuente: Elaboración propia en con datos de FAOSTAT.

En tanto, Chile es el único país que muestra una tendencia consistente de crecimiento a lo largo de toda la década. Lo hizo a costas de la participación del resto de los países importantes (Canadá, USA, Holanda). En conjunto, estos países perdieron cerca de 10 puntos porcentuales, lo que equivale al incremento chileno.

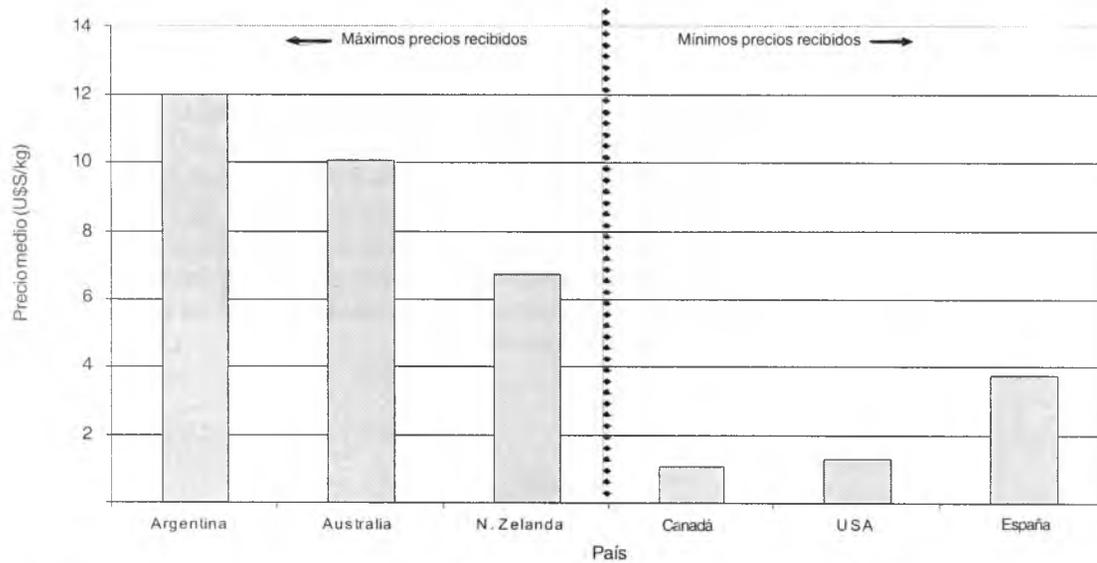


FIGURA 7. Precios recibidos por exportadores de arándanos en 2000/2001, en US\$/kg.

Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

Los países del Hemisferio Sur son quienes logran mejores precios. A diferencia del caso de las cerezas, aquí si la contraestación se hace notar, con respecto a EE.UU., por ejemplo. En primer lugar entre estos países se encuentra la Argentina (que cosecha fuertemente dentro de la semana del día de Acción de Gracias), vendiendo a 12 U\$S/kg, le sigue Australia con 10,09 U\$S/kg y Nueva Zelanda que vende a 6,75 U\$S/kg.

d.3. *Frambuesas*

En 2003, aproximadamente el 75% de las exportaciones de frambuesas estaban concentradas en tres países: España, Chile y Serbia y Montenegro. De todas las frutas finas, las frambuesas han sido las que mayores cambios han sufrido con respecto a exportadores principales desde 1990.

CUADRO 5. Evolución bianual (en %) de distribución de exportaciones mundiales de frambuesas 1990-2001. Porcentajes calculados sobre valores FOB de cerezas exportados.

	90/91	92/93	94/95	96/96	98/99	00/01	02/03
España	0,13	1,60	4,45	7,82	14,03	26,66	39,76
Chile	20,49	11,81	6,65	14,53	14,58	23,46	22,91
Serbia y Montenegro	0,00	0,24	0,00	2,28	2,19	2,07	10,77
Francia	9,47	5,95	3,83	5,63	4,30	5,45	5,83
Holanda	4,39	5,45	2,65	3,87	3,63	3,15	3,58
Canadá	22,63	27,28	19,09	15,74	8,46	7,79	4,26

Fuente: Elaboración propia en base a datos FAOSTAT.

El Cuadro 5 indica el impresionante éxito de los nuevos exportadores de frambuesas en desplazar a exportadores más tradicionales como Canadá y Francia. Nuevamente, Chile y España son los exportadores más dinámicos, aunque Serbia y Montenegro han logrado un importante incremento de sus ventas, sin la ventaja de la contraestación que obtuvo Chile.

El desplazamiento de los exportadores más tradicionales por parte de nuevos exportadores como Chile y España no implica una disminución de volúmen. En efecto, el mercado en su totalidad se está ampliando. En este sentido, España, Chile y otros nuevos exportadores han crecido mientras que los productores tradicionales se han mantenido estables en sus exportaciones.

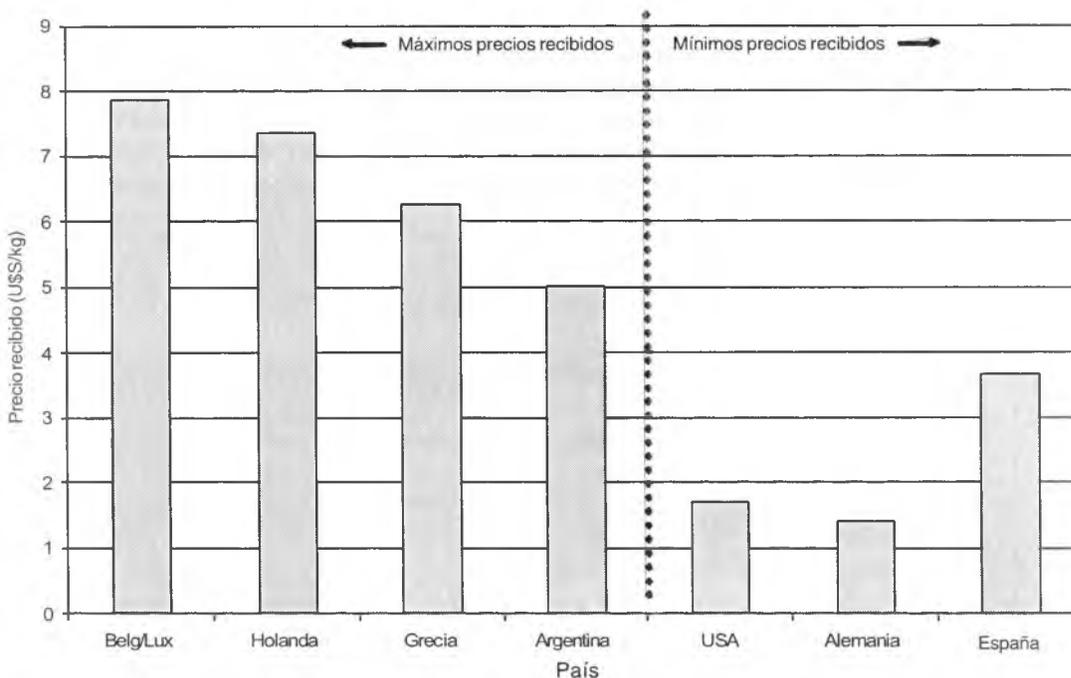


FIGURA 8. Precios recibidos por exportadores de frambuesas en 2000/2001, en US\$/kg.
Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

La Figura nos indica que los países que menos frambuesas exportan, en general son los que mejores precios reciben y viceversa. La contraestación no parece ser un factor determinante de este fenómeno: observar que Holanda, Bélgica y Grecia se encuentran entre los exportadores mejores pagos, aún dentro de la estación.

e. Argentina y el sector

La Argentina es un exportador relativamente nuevo en el mercado de frutas finas. Como tal, tiene una participación relativamente menor en el valor exportado, pero que presenta elementos de estar integrado al mercado mundial como puede ser su carácter de exportador en contraestación. El país tiene a su principal competidor en el sector en Chile, y más después del tratado bilateral de comercio chileno-americano que lo incluye virtualmente en el NAFTA ya que Chile cuenta con tratados similares con Canadá y México.

e.1. *Frambuesas*

La Argentina antes del año 1993 no exportaba volumen alguno. No se ha podido encontrar por qué este año arrojó un resultado tan alejado de la tendencia, pero todas las referencias cruzadas que se han hecho concuerdan en el dato⁴. En todo caso, queda claro que el sector apenas ha superado exportaciones por US\$ 60.000 sin contar ese año.

⁴Fuentes: Base de datos TRADSTAT-DIALOG e INDEC. Existe la posibilidad de que la primera fuente haya consultado en la segunda, cuestión que no hemos podido dilucidar. A todas luces, el dato parece anómalo. Sea como fuere, no cambia el argumento demasiado: los exportadores de frambuesa no han podido mantener un negocio sostenible.

A esta debilidad se le agrega el fenómeno se encuentra en la balanza comercial de frambuesas que tuvo la Argentina⁵. Hasta 1997 Alemania fue el primer comprador de frambuesas argentinas. En 1998, después de interrumpirse las compras alemanas, la balanza comercial de frambuesas pasó a ser negativa. Desde 1999, Italia sumó compras, pero no compensó las bajas alemanas. El resto puede haber pasado a consumo interno. Por ejemplo, se cosecharon cerca de 796 toneladas de frambuesas en 2002⁶ y se exportaron tan sólo 9⁷.

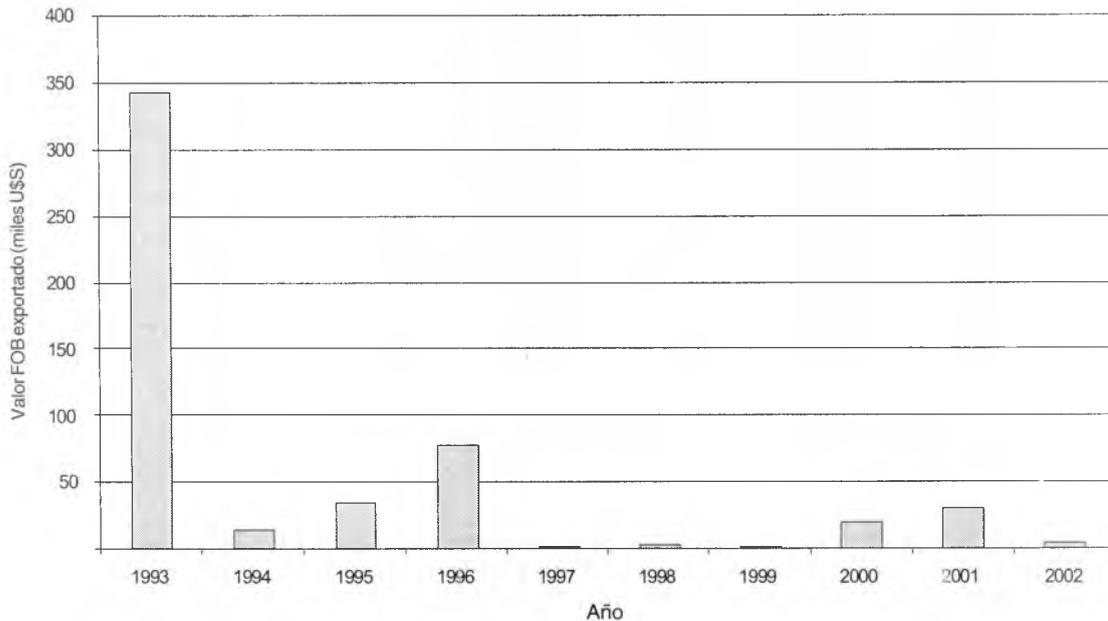


FIGURA 9. Exportación argentina de frambuesas 1993-2002. Valor FOB en miles de US\$. Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

Hay un dato que puede explicar esta falta de entusiasmo por la exportación de frambuesas en el país. Se trata del hecho de que los productores de la región pampeana, y en menor grado los del norte patagónico (Neuquén, Río Negro) y el centro del país (Tucumán, Norte de Córdoba) tienen la opción de elegir entre producir arándanos o frambuesas. Como en la mayoría de los casos la rentabilidad de la frambuesa es bastante menor que la del arándano (depende mucho de las zonas de producción), y la frambuesa acarrea muchos más dificultades de cuidado (frutos más frágiles, más susceptibles a los hongos, mucho menor tiempo para colocarlo en una plaza comercial), la mayoría de los productores eligen el arándano.

e.2. Cerezas

⁵Este punto está especialmente bien enfatizado en Estudio EG1.33.7, Documento A-8, Préstamo BID 925/OC-AR. Coordinación del Estudio Oficina CEPAL-ONU.

⁶Estudio EG1.33.7, Documento A-4, Préstamo BID 925/OC-AR. Coordinación del Estudio Oficina CEPAL-ONU

⁷Fuente: INDEC.

La exportación argentina de cerezas, por otra parte, si ha mostrado un dinamismo importante en los últimos 15 años. Su evolución se muestra en la Figura 10. El crecimiento de las exportaciones en el período representado ha sido tan exitoso que una correlación potencial⁸ arroja un coeficiente relativamente elevado⁹. Como se aprecia, el coeficiente estima datos para 2003 algo debajo de los U\$S 5 millones¹⁰ y 2004 algo superiores a los U\$S 5,5 millones. Los principales destinos fueron el Reino Unido (43%), Francia (14%) España (12%) y Holanda (10%).

A diferencia de los exportadores argentinos de frambuesas, los exportadores de cerezas han mejorado enormemente su posición en precios, incluso en un marco de volumen creciente. Los buenos precios parecerían estar en conformidad con el importantísimo mercado interno para la cereza. Estos datos reflejan por un lado la capacidad de la demanda para absorber producción. Por otro, sin embargo, pueden implicar la debilidad de pequeños productores (en los que cae la mayoría de la producción) que no cuentan con un sistema de comercialización lo suficientemente sofisticado para conseguir mejores precios en la plaza internacional por sus productos en relación al mercado local.

e.3. Arándanos

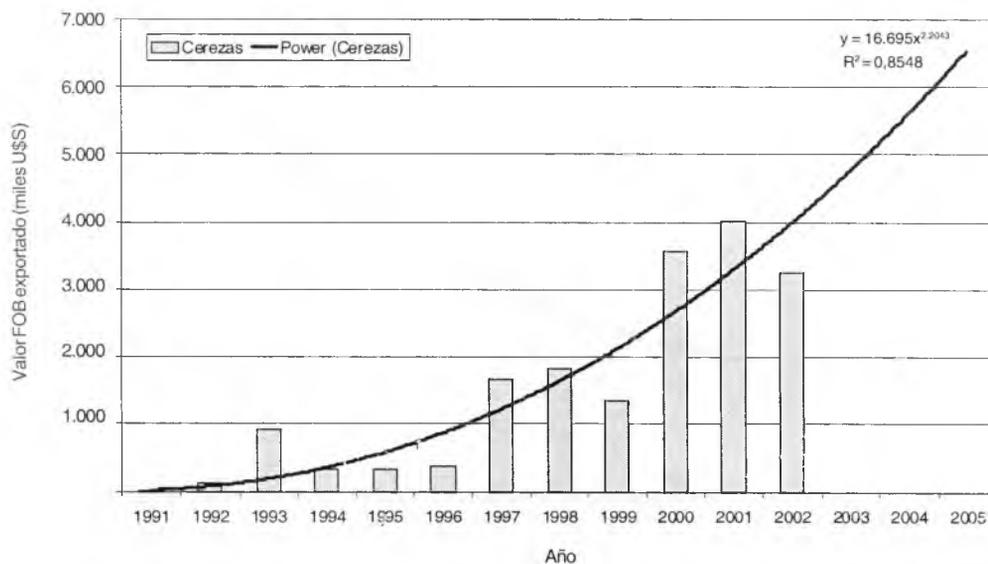


FIGURA 10. Exportación argentina de cerezas 1993-2002. Valor FOB en miles de U\$S.

Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

⁸ $y = 16,695x^{2,2043}$

⁹ $R^2 = 0,8548$

¹⁰Al tiempo de escritura el INDEC no ha procesado los datos correspondientes posteriores a 2002.

Los datos del crecimiento de las exportaciones de arándanos argentinos soporta tanto una regresión potencial más optimista como una cuadrática algo más moderada. Ambas arrojan un R^2 superior a 0,96. La cuadrática, más conservadora, parece ser superior. Predice para 2003 un valor exportado de U\$S 6,9 millones, para 2004 un valor cercano a los U\$S 8,5 millones y en 2005 exportaciones superiores a los U\$S 10 millones. Si se corrobora con la realidad se observa que las exportaciones para el 2003 fueron de 7,4 millones de dólares mientras que para el 2004 cerró en 16 millones de dólares, lo que verifica que la tendencia de la curva podría mantenerse por un ciclo de cuatro años (2005-2009) a medida que ingresen en producción nuevos cultivos y continúen las condiciones de demanda.

La evolución de precios se resume en la Figura 12 mostrando que el incremento en volumen ha afectado

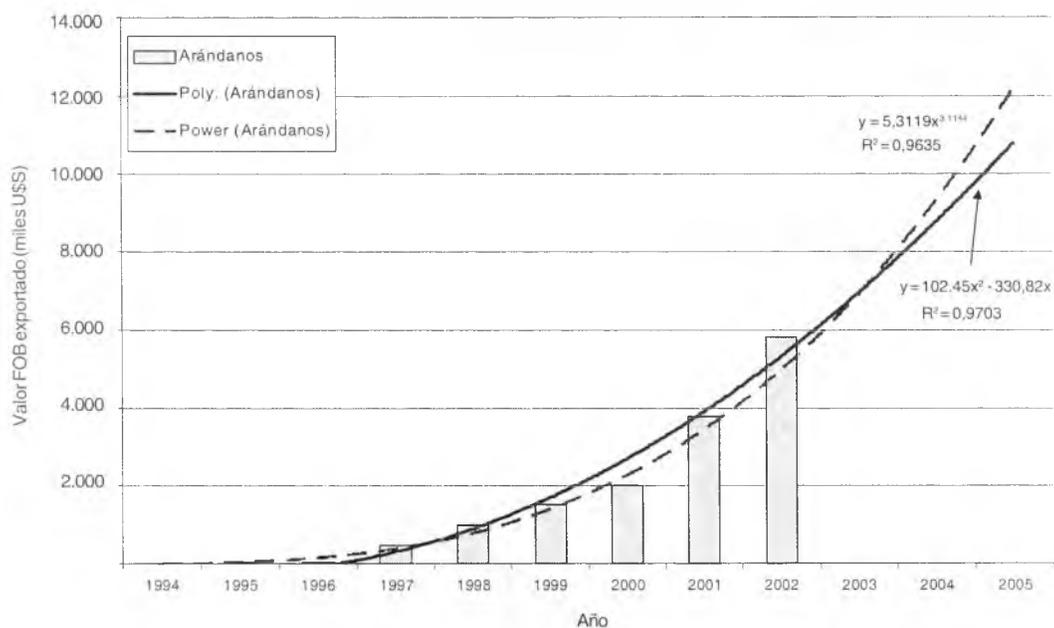


FIGURA 11. Exportación argentina de arándanos 1994-2002. Valor FOB en miles de U\$S. Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

los precios negociados. Los arandeneros argentinos comenzaron a colocar volúmenes muy pequeños al principio de la década y en nichos muy específicos como la semana del día de Acción de Gracias (21 de noviembre). Además, si bien la mejor regresión posible es lineal, indicando una pérdida de U\$S 1,30/kg por año en precio¹¹, regresiones potenciales o exponenciales, aunque con coeficientes de correlación menores, se puede afirmar que no hay ningún tipo de desaceleración en la caída¹². Finalmente, en los primeros 10 meses

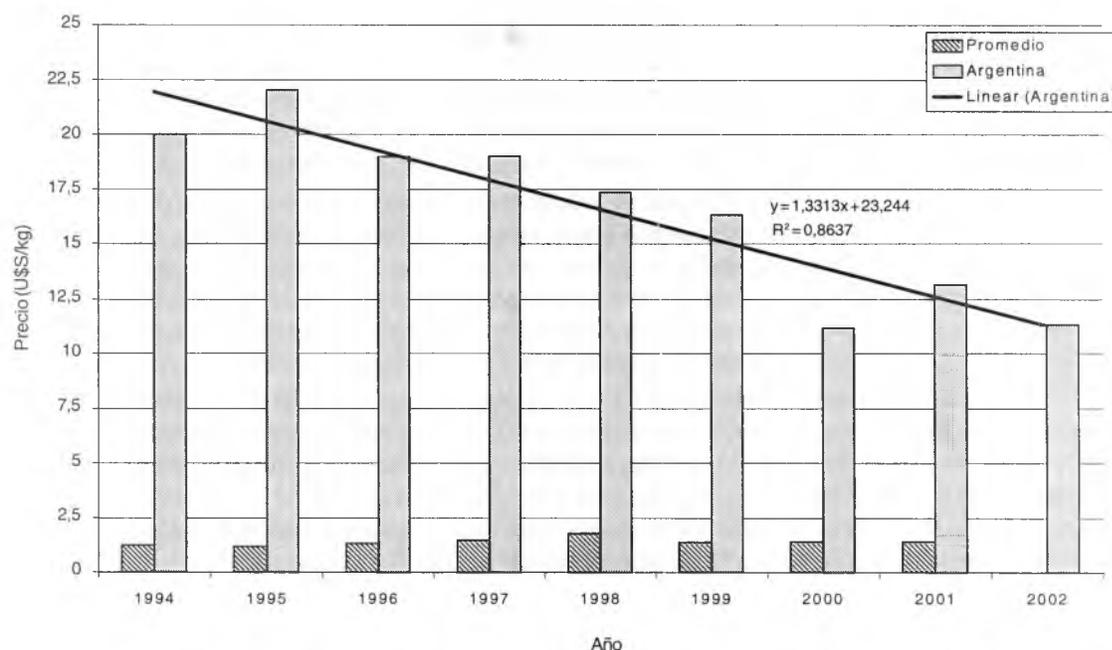


FIGURA 12. Precios exportación arándanos. Argentina y promedio mundial, 1994-2002, en U\$/kg. Fuente: Elaboración propia en base a datos TRADSTAT-DIALOG.

de 2003 se exportó a un precio promedio de 14 U\$/kg, verificándose la tendencia de la curva ya que la proyección de precios promedio para 2005 es de 10,9 U\$/kg.

CONCLUSIONES

El mercado internacional de frutas finas ha crecido de forma importante en los últimos años. Las compras internacionales de frutas finas se encuentran altamente localizadas en el Hemisferio Norte. El mercado de arándanos es el más concentrado desde el punto de vista de la demanda, le sigue el mercado de frambuesas y finalmente de cerezas. Mientras que en el caso de las cerezas, los ciclos de demanda están condicionados por las demandas relativas de Alemania y Japón, el ciclo de demanda de las frambuesas está determinado por la competencia entre los principales importadores y un conjunto de compradores más pequeños. En general, los mercados americanos y europeos importan grandes volúmenes a precios razonables, mientras

¹¹ $y = -1,3313x + 23,244$, con $R^2 = 0,8637$

¹² $y = 24,207x - 0,2847$, con $R^2 = 0,6602$. También para $y = -4,5577\ln(x) + 23,071$, un $R^2 = 0,6982$. Estas correlaciones mejoran más aún si ignoramos el primer dato, de 1994, un claro error estadístico, aunque presente en 3 bases de datos consultadas. Así obtenemos con $y = -5,1933\ln(x) + 23,045$ un $R^2 = 0,8489$, superando incluso la original correlación lineal.

que los mercados asiáticos tratan a las frutas finas como un producto de lujo, importando pequeños volúmenes a precios exorbitantes. Los oferentes más grandes en general son los consumidores más grandes, aunque existe una tendencia alcista importante de países nuevos, como España y sobre todo Chile. Salvo para el caso del arándano, la oferta se encuentra más concentrada que la demanda. Esto es el resultado de que la mayor cantidad de nuevos oferentes optan por la implantación de arándanos en vez de otro frutal, por la mayor simplicidad operativa de los mismos con respecto a las frambuesas o cerezas.

La Argentina ha mejorado notablemente su posición en el mercado de las frutas finas, aunque todavía es un oferente muy pequeño. Su potencial más grande reside en las cerezas y en arándanos, donde ha sido increíblemente exitoso en la negociación de sus precios y desarrollado externalidades positivas muy importantes para las economías regionales. Comercializando frambuesas, en cambio, ha demostrado ser poco eficiente hasta el momento. Si bien la exportación de frutas finas argentinas ha observado un crecimiento notable, otros países han sido cuando menos igual de exitosos o más en la dinámica de este sector.

Las condiciones expansivas del mercado descrito no pueden dejar de llamar la atención tanto de productores individuales como de las esferas estatales pertinentes. Los primeros dado el importante potencial de rentabilidad y las segundas por tratarse de una exportación no tradicional interesante en el desarrollo de una "marca país" y el fortalecimiento de las economías regionales tal como se ha señalado. En este sentido, la agenda futura de investigación debería estar orientada al estudio del papel de estos actores para materializar el potencial de desarrollo del agronegocio de las frutas finas argentinas.

BIBLIOGRAFÍA

- BERTOTTO, A. 2004. "Hipótesis de un Negocio Sostenible, producción y comercialización de frutas finas argentinas," SAGPyA, Buenos Aires. Disponible en www.geocities.com/alebertotto
- CRANBERRY PRODUCTION IN WISCONSIN. 2003. Informe en la red [www.hort.wisc.edu/cran/ Publications/productn.html](http://www.hort.wisc.edu/cran/Publications/productn.html)
- FUNDACIÓN EXPORTAR. 2003 "Perfiles de Mercado de Frutas Finas" Documento de Trabajo, Fundación ExportAr. Buenos Aires.
- FUNDACIÓN PROCHILE. 2004 "Análisis de Mercado de Frutas Frescas Costarricenses." Documento de Trabajo Fundación ProChile. Santiago de Chile.
- FUNDACIÓN PROCHILE. 2003 "Análisis Mercado Arándanos- EEUU" Documento de Trabajo Fundación ProChile. Santiago de Chile.
- GANDUGLIA, F. 2003. "Políticas de Promoción de Pymes y de Exportación Agroalimentarias" Documento A-17, Estudio I.EG.33.7, CEPAL-ONU. Buenos Aires: Marzo 2003.
- GREAT LAKES EXPO: "2001 Fruit Sessions." Informe presentado en el Congreso de Great Lakes Fruit, Vegetables and Farm Markets Expo. Grand Rapid, Michigan, 2001.
- UNITED STATES OF AMERICA. 2003 "Harmonized Tariff Schedule, Chapter 8."
- HICA. 2004 "Índice de tipo de cambio multilateral real agropecuario" Documento de Trabajo HICA. Buenos Aires.
- INFOAGRO.COM. 2002 "El cultivo de la Cereza. Protocolo de Cultivo," Documento de trabajo Infoagro.com. Buenos Aires.
- INFOAGRO.COM. 2002 "El cultivo de la Frambuesa. Protocolo de Cultivo," Documento de trabajo Infoagro.com. Buenos Aires.
- INFOAGRO.COM. 2002. "El cultivo de la Mora Híbrida. Protocolo de Cultivo," Documento de trabajo Infoagro.com.

- Buenos Aires.
- INTA Balcarce. 2002. "Arándanos, Fisiología y tecnología de poscosecha." Documento de Trabajo INTA. Balcarce.
- INTA Famaillá. 2002. "Frutilla, características generales." Documento de Trabajo INTA. Famaillá - Tucumán.
- CENTRE FOR THE PROMOTION OF IMPORTS OF DEVELOPING COUNTRIES. 2003. "Fresh fruit and vegetables." Documento de Trabajo CBI.
- RODRÍGUEZ DE TAPPATA, A. 2003. "Sector Frutihortícola"; Estudio I.EG.33.7, CEPAL-ONU. Buenos Aires: Marzo 2003.
- McGREGOR, S.E. 1976. "Chapter 7: Small Fruits and Brambles" en *BeeCulture; Insect Pollination Of Cultivated Crop Plants*, USDA, Washington DC: 1976.
- SHUBAT, D.J. 1987. "Management of native lowbush blueberry for recreational picking in northeastern Minnesota". Tesis de Posgrado de la Universidad de Minnesota. Minneapolis, MN: 1987
- THOMAS, M.G. y D.R. SCHUMANN. 1993. "Income Opportunities in Special Forest Products—Self-Help Suggestions for Rural Entrepreneurs" en *Agriculture Information Bulletin AIB-666*, U.S. Department of Agriculture, Washington, DC: 1993
- Von BERNARD T. y E. OBSCHATKO. 2003. "Frutas Finas." Estudio I.EG.33.7, CEPAL-ONU. Buenos Aires.

Entrevistados

- Sr. Westphalen, productor de Arándanos Marzo 2004
- Cámara de Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries, Marzo 2004
- Sr. Federico Baya, TECNOVITAL (TECNOPLAN/BIOSIDUS), Marzo 2004

Fuentes de información estadística

- Base de datos de tarifas TARIC: http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/es/tarhome.htm;
- Base de datos APEC Tariff Database: <http://www.apectariff.org>;
- Base de datos FAOSTA, disponible faostat.fao.org/faostat/collections?subset=agriculture
- INDEC, www.indec.mecon.ar , Estadísticas
- SENASA, www.senasa.gov.ar , Información de Prensa, Estadísticas