

LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS EN ARGENTINA
ORIGEN, EVOLUCIÓN Y PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO

SANDRA MILENA FELIZIA

DICIEMBRE DE 2.004

ROSARIO – ARGENTINA

MASTER EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD DE BARCELONA (ESPAÑA)

INDICE

RESUMEN	4
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I: EL CULTIVO DE ARÁNDANO	10
I. ASPECTOS PRINCIPALES DEL FRUTO.....	11
II. CARACTERÍSTICAS, VARIEDADES Y FACTORES LIMITANTES	13
CAPÍTULO II: EL MERCADO INTERNACIONAL DE ARÁNDANO	21
I. PANORAMA GENERAL	22
II. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL FRUTO	30
A. EL MERCADO DEL ARÁNDANO FRESCO.....	30
B. EL MERCADO DEL ARÁNDANO PROCESADO.....	31
III. ANÁLISIS DE PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES E IMPORTADORES	33
A. EL ARÁNDANO EN EL HEMISFERIO NORTE	37
B. EL ARÁNDANO EN EL HEMISFERIO SUR.....	43
IV. TENDENCIAS RECIENTES	46
CAPÍTULO III: LA PRODUCCIÓN DE ARÁNDANO EN ARGENTINA.....	49
I. ANTECEDENTES Y SITUACIÓN ACTUAL.....	50
II. DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN SEGÚN LAS DIFERENTES REGIONES DE ARGENTINA	53
III. ACTORES DE LA CADENA AGROALIMENTARIA DE ARÁNDANOS	59
IV. LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES DE ARÁNDANO EN ARGENTINA.....	63
CAPÍTULO IV: LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO EN LA ARGENTINA	68
I. EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES.....	69

II. OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO SOSTENIDO.....	73
III. VENTAJA COMPETITIVA DEL ARÁNDANO DE ORIGEN ARGENTINO.....	74
IV. ¿CUÁLES SON LAS AMENAZAS Y LIMITACIONES PARA LA EXPORTACIÓN DE ARÁNDANOS?.....	77
V. ANÁLISIS COSTO-RENTABILIDAD DE LA PRODUCCIÓN DEL FRUTO	79
VI. EL DESAFÍO DE EXPLORAR NUEVOS MERCADOS EXTERNOS	82
CAPÍTULO V: CONSIDERACIONES FINALES	84
I. PROPUESTA.....	84
II. CONCLUSIÓN	88
BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXO.....	100

RESUMEN

La producción de arándanos está adquiriendo cada vez mayor relevancia en Argentina debido a los saldos positivos que han reportado las exportaciones en los últimos años.

En el mercado internacional, el crecimiento sostenido de la demanda obedece fundamentalmente a los componentes nutritivos del fruto, el cual reporta importantes beneficios para la salud. Sin embargo, en la actualidad aún existe una notable diferencia entre el Hemisferio Norte y el Hemisferio Sur en cuanto a consumo y producción, siendo el primero de ellos, el que supera ampliamente los márgenes de oferta y demanda del producto.

A nivel nacional, la crisis económica y social de hace unos años creó el ámbito propicio para que pequeños y medianos empresarios del agro procuraran nuevas alternativas de producción, entre las que se encontraban las actividades no tradicionales. A pesar del alto costo inicial y de la mano de obra intensiva que requiere el cultivo de arándanos, las posibilidades de rentabilidad son muy interesantes. Esto se debe principalmente al elevado precio abonado por algunos países desarrollados -como por ejemplo, Estados Unidos-, por el fruto argentino en contraestación, lo cual genera el desarrollo de producciones en diversas regiones del país con la finalidad exclusiva (hasta el momento) de exportación.

INTRODUCCIÓN

¿Es posible que la Argentina se convierta en el país líder del Hemisferio Sur en la exportación de arándanos?

En Argentina, si bien la base económica y fuente principal de las exportaciones se desarrolla fundamentalmente dentro del denominado primer sector (actividad agropecuaria), el cultivo de arándanos recién se conoció en la década del '90 cuando se comienza de manera incipiente con los primeros intentos de producción en el país.

En la actualidad, el auge de este berry en Argentina crea muchas expectativas y más concretamente está generando nuevas oportunidades de inversión. La causa principal es la posibilidad de obtener amplios márgenes de ganancia en la exportación en la época denominada “contraestación”, es decir cuando los países del Hemisferio Norte se encuentran desabastecidos por encontrarse en su estación otoño-invierno.

El nuevo nicho de exportación está siendo aprovechado hasta el momento por algunos productores rurales, especialmente aquellos identificados con el sector de MiPyMEs que luego de la crisis económica-social de 2001 vislumbraron una alternativa más que beneficiosa en esta nueva actividad productiva.

Por tal motivo, será de gran utilidad para el presente estudio una visita a empresas del sector que estén desarrollando dicho emprendimiento, así como también a directivos de cooperativas y/o

asociaciones de productores. Esto dará una idea de las condiciones en que se encuentra el productor y cuales son sus incertidumbres y preocupaciones.

Una cuestión que se tratará de explicitar se refiere al examen de las ventajas competitivas del producto con relación a otros países del Hemisferio Sur sobre todo Chile, que hasta el presente es el primer productor y exportador de la región. Para tal fin, se analizarán bases de datos, estadísticas y sondeos de diferentes fuentes nacionales e internacionales. También se consultarán material bibliográfico y revistas especializadas en el agro.

Se intentará además, conocer los pros y los contras del mismo y de esta forma, alcanzar una aproximación acerca de las posibilidades que tiene Argentina de liderar el mercado exportador de arándanos.

Pero aún restará conocer más acabadamente las posibilidades de éxito continuado en este emprendimiento para lo cuál será necesario investigar las amenazas y limitaciones del sector. Para ese fin se llevarán a cabo entrevistas con productores locales, asistencia a seminarios y jornadas sobre el tema.

Es indudable que la búsqueda a través de Internet será una herramienta imprescindible para el presente estudio pero, asimismo, es importante la recolección de información en bibliotecas y centros de documentación especializada en agricultura. También se realizarán consultas a organismos nacionales de promoción a la

exportación, informes de los Ministerios Nacionales de Agricultura, Economía y Producción.

CAPÍTULO I

EL CULTIVO DE ARÁNDANO

i. Aspectos principales del fruto

El arándano, cuya denominación varía según los diferentes idiomas (conocido como “blueberry” en inglés, “myrtille” en francés, “mirtillo” en italiano y “heidelbeere” en alemán), es un fruto nativo de América del Norte donde crece en forma silvestre pero al mismo tiempo es cultivado con un propósito comercial, constituyendo esta región el mayor mercado de consumo, producción, importación y exportación de arándano (en forma fresca o procesada) del mundo. Sin embargo, en años recientes este fruto experimentó un notable incremento de la demanda en otros países del Hemisferio Norte debido a determinados factores que confluyeron simultáneamente, tales como:

- el crecimiento demográfico natural de la población;
- la composición nutricional del arándano que lo hace atractivo a la tendencia del consumo de alimentos sanos y naturales en los países con un mayor grado de desarrollo;
- las campañas de educación al consumidor en este sentido, y en particular la publicidad realizada por distintos grupos de interés orientada a incrementar el consumo de arándano, especialmente en estado fresco.

Principales beneficios nutricionales del arándano:

- *Bajo contenido calórico, pobre en grasas y en sodio.*
- *No posee colesterol.*
- *Rico en fibras y minerales.*
- *Alta concentración en vitamina C.*
- *Propiedades antioxidantes.*

Entre las distintas variedades de frutas finas, el arándano representa una de las especies de más reciente domesticación ya que los programas formales de mejoramiento genético se iniciaron a principios del siglo XX. Asimismo, su fruto conforma el grupo de las frutas denominadas comercialmente en la esfera internacional como berries, entre las que se incluyen además, a la frutilla (strawberry), la frambuesa (raspberry), la grosella (boysenberry) y la mora y/o zarzamora (blackberry).¹

¹ VON BERNARD, T Y OBSCHATKO, E. Frutas Finas (Doc A-8). Estudio 1.EG.33.7, Componente A, Préstamo BID 925/OC-AR. Pre II. Coordinación del Estudio: Oficina de la CEPAL-ONU en Buenos Aires, marzo 2003. Argentina.

ii. Características, variedades y factores limitantes

Características

El arándano pertenece, dentro del Reino Vegetal (*Superdivisión Traqueóphyitas, División Pterophytas*), al género *Vaccinium* de la familia botánica de las *Ericáceas*.

La planta es un arbusto perenne cuya vida útil oscila entre 20 y 30 años dependiendo de la variedad y su tamaño varía según la especie de que se trate. En el caso del arándano Bajo (*lowbush blueberry*) la altura no supera los 50 cm., mientras que el arándano Alto (*highbush blueberry*) en condiciones de cultivo puede alcanzar hasta 2,5 metros. El arándano Ojo de Conejo (*rabbiteye blueberry*), por su parte, crecería aún más llegando a alturas de alrededor de 4 mts. pero es contenido mediante la poda.

El fruto es una baya casi esférica, que dependiendo de la especie y cultivar, puede variar en tamaño de 0,7 a 1,5 cm. de diámetro, y en color desde azul claro hasta negro. Contiene pequeñas semillas y presenta un sabor agridulce característico. La epidermis del fruto está cubierta por secreciones cerosas, que le dan una terminación muy atractiva.²

² Godoy, Carlos, *El arándano: plantación y manejo del cultivo*, Artículos de Divulgación Técnica, Unidad Integrada Balcarce INTA EEA - FCA UNMdP, Balcarce, provincia de Buenos Aires, Argentina, abril de 2002.

Variedades

El arándano crece en forma silvestre alrededor del mundo y existen diversas denominaciones atribuidos a las diferentes especies. El arándano puede ser multiplicado por estacas o mediante micropropagación, es decir vegetativamente, a partir de una planta original de características sobresalientes; así, en el marco de programas de mejoramiento genético, llevados a cabo principalmente en los Estados Unidos, se han obtenido un gran número de variedades. Algunas se cultivan desde hace mucho tiempo en aquel país, siendo ampliamente conocidas; otras son nuevas, consideradas prometedoras, pero aún no han sido suficientemente probadas³.

En la práctica y uso comercial se destacan tres especies principales (cada una de las cuales posee a su vez diferentes variedades) con características propias: **arándano "Alto"** (*highbush blueberry*), **arándano "Ojo de Conejo"** (*rabbiteye blueberry*) y **arándano "Bajo"** (*lowbush blueberry*) (ver cuadro n°1).

Arándano "Alto" (*highbush blueberry*)

Esta variedad está representada por las especies *Vaccinium corymbosum* y *V. Australe*, y es originaria de la costa este de América del Norte.

Fue la especie que primero se introdujo a cultivo. Su mejoramiento genético, que data de 1.906 tuvo por finalidad principal

³ Godoy, Carlos, ob cit. *up supra*.

ampliar la zona de adaptación de los distintos cultivares. Representa más del 80% del total de las demás especies cultivadas, exceptuando el arándano Bajo (cranberry), que crece silvestre en regiones frías de Norteamérica.⁴

Crece en suelos ácidos con un PH entre 4 y 5 y florece en primavera. El arándano Alto (*highbush blueberry*), justamente debido al largo proceso de mejoramiento a que ha sido sometido, es la variedad que produce la fruta de mejor calidad en cuanto a tamaño y sabor. El período de desarrollo del fruto es corto, particularmente en relación con el arándano Ojo de Conejo (*rabbiteye blueberry*), alcanzando entre 2 o 3 meses dependiendo del cultivo, del clima y del vigor de la planta. La producción puede alcanzar hasta 20 toneladas por acre.

Esta especie se divide, a su vez, en dos grupos basados en líneas geográficas:

- a. *Arándano Alto del norte (northern highbush blueberry)*:
buen desarrollo en regiones frías con inviernos largos;
- b. *Arándano Alto del sur (southern highbush blueberry)*: de
bajo requerimiento de frío, comprende un conjunto de

⁴ LEON, Alejandro, *Cultivo de arándanos*, Guía frutihortícola. 8va edición, Julio 2001.

variedades derivadas de cruzamientos entre la especie anterior y diversas especies nativas de zonas más cálidas. Presenta buena calidad de fruta, de maduración temprana, apta para primicias.

Arándano "Ojo de Conejo" (*rabbiteye blueberry*)

El cáliz de esta variedad se asemeja al ojo del conejo y de ahí deriva su nombre con el que se la conoce comercialmente. Corresponde a la especie *Vaccinium ashei*, nativo del sudeste de Norteamérica. Es de domesticación más reciente que el arándano Alto, ya que su mejoramiento genético se inicia en 1940. Ha sido considerada como una variedad de menor jerarquía económica, sin embargo, en la actualidad está adquiriendo gran importancia, por su tolerancia al PH de suelo más alto y su adaptación a regiones más cálidas. Presenta una mayor rusticidad debido a que resiste mejor en los períodos de sequía y permite su cultivo en un rango más amplio de suelos. Además, genera mayor producción y una fruta de mejor conservación en poscosecha. El período de desarrollo del fruto oscila entre 90 y 120 días, dependiendo de los más de 20 cultivares mejorados que de esta variedad se conocen. Constituye aproximadamente el 14% del total de las especies cultivadas.

Arándano "Bajo" (*lowbush blueberry*)

El arándano Bajo pertenece a las variedades *Vaccinium myrtilloides*, *V. angustifolium* y *V. brittonii*. Conocido también como arándano silvestre, es originario de Norteamérica y constituye la mayor extensión cubierta. A pesar de ser arbustos de reducido tamaño (alcanzan solo una altura de 1 a 2 pies) son muy resistentes -sobreviviendo incluso en lugares tan inhóspitos como el Ártico-. Sin embargo, poseen serios problemas de enfermedades y rendimientos menores en relación con otras variedades.

Factores limitantes

En la etapa productiva existen determinados factores edafoclimáticos que pueden condicionar el éxito en la plantación así como también en la calidad de los frutos.

Entre los más importantes se destacan los siguientes:

⇒ *el agua*

Como regla general, el arándano requiere de una buena disponibilidad de agua en forma permanente para lo cual es necesario conocer la evapotranspiración diaria.⁵ Debido a que esta planta presenta un sistema radicular que se desarrolla muy superficialmente, los riegos deben ser de alta frecuencia y poco caudal, asegurándose así una provisión equilibrada y constante de

⁵ Informe electrónico de la Asociación de Productores de Arándanos del Uruguay

agua (previando los excesos de salinidad). Este agente es de suma importancia para el éxito del cultivo.

➤ **el clima**

Con respecto al clima, el viento es un gran limitante para el progreso de la plantación y suele causar daños severos, al igual que la ocurrencia de heladas o granizos. Para resguardar el cultivo es esencial el uso de cortinas de viento artificial y/o natural.

Por otro lado, al arándano es un arbusto frutal de hojas caducas que necesita de un período acumulado de horas de frío (oscilan entre 150 a 200) durante el invierno que le permita asegurar una floración pareja y abundante en primavera. Se consideran horas de frío, a aquellas menores o iguales a 7° C. Esta última condición difiere según las especies. De acuerdo a la cantidad de horas frío efectivas/año acumuladas en cada zona o región en particular será la elección de la variedad. En el arándano Alto (*highbush blueberry*) existen dos clases ideales para zonas de baja y alta temperatura: Northern highbush blueberry y Southern highbush blueberry respectivamente. La especie Ojo de Conejo, por su parte, registra una necesidad de baja cantidad de horas frío, en tanto que la de mata baja o arándano Bajo, es la más exigente en relación con las horas de frío, lo que le permite adaptarse a zonas de bajas temperaturas y de mayor humedad.

En general, el clima determina el desarrollo del sabor y aroma de los frutos, siendo los días largos templados y noches frías, los que favorecen estas cualidades.

✍ **el suelo:**

El arándano crece en suelos friables, sueltos, livianos que retengan humedad para facilitar la absorción de nutrientes por sus raíces. En campos bajos, es necesario solucionar el drenaje y realizar la plantación sobre camellones. Otro aspecto muy importante a tener en cuenta antes de la implantación del cultivo es trabajar previamente el predio para conseguir la erradicación de malezas y evitar así la competencia hídrica y de nutrientes. Obviar este procedimiento originará mayores costos de mano de obra y el riesgo de lastimar las raíces al intentar controlar la maleza mecánicamente o con herbicidas sistémicos o de contacto.⁶

Por tanto, es imprescindible la realización de un buen análisis de suelo y de agua, luego una inversión en riego y la instalación de malla antigranizo, en caso de ser necesario.

Finalmente, existen además de los referidos factores agroclimáticos, otros obstáculos que pueden condicionar el éxito del proceso productivo. Uno de ellos es la mano de obra especializada y temporaria. Otra dificultad es la rápida perecibilidad de los berries, lo

⁶ El cultivo de arándanos, 2002. Página web: www.infoagro.com

cual impone requerimientos muy específicos con relación al manejo post-cosecha y al transporte.

Aspectos positivos y negativos de las principales especies comerciales de arándanos

Cuadro n°1:

Variedades	Factores positivos	Factores negativos
<i>Arándano “alto” (highbush blueberry)</i>	- Alta calidad de la fruta	- Menor rinde - Maduración concentrada
<i>Arándano “Ojo de Conejo” (rabbiteye blueberry)</i>	- Se adapta a regiones más cálidas. - Mayor rinde - Mejor conservación en poscosecha - Buena resistencia en periodos de sequía - Permite su cultivo en rango más amplio de suelos - Ciclo más largo - Maduración poco concentrada	- Variedad de menor jerarquía económica (plantas más rústicas)
<i>Arándano “bajo” (lowbush blueberry)</i>	- Arbusto muy resistente al frío	- Poseen serios problemas de enfermedades y rendimientos menores en relación con otras variedades

CAPÍTULO II

EL MERCADO INTERNACIONAL DE ARÁNDANO

i. Panorama general

Antes de analizar específicamente el mercado internacional de arándano es preciso aclarar ciertos conceptos teóricos.

Un mercado es una institución social donde se encuentran compradores y vendedores para intercambiar bienes altamente sustituibles entre sí. Por lo tanto es importante definir quienes son los compradores y vendedores y cuál es el bien que se intercambia. Existen dos formas de delimitar un mercado:

I. *Por tipo de bien:* Con este criterio se establece que dos bienes pertenecen al mismo mercado si existe un alto grado de sustituibilidad.

II. *Por área geográfica:* Desde este punto de vista se puede dividir en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. El área geográfica del mercado es aquella dentro de la cual los compradores buscan y/o aquella dentro de la cual los vendedores envían sus productos.⁷

En el presente estudio, el bien en cuestión es el arándano, incluyéndose dentro de este mercado a las distintas variedades del fruto, e identificando dos submercados: el de arándano fresco y el de arándano procesado. Con respecto al criterio del área geográfica, el mercado será el internacional debido a que si bien se considerará el

⁷ SHEPHERD, William, G., *"The Economics of Industrial Organization"*. Third Edition, Prentice-Hall International, Englewood Cliffs, 1988.

caso de la producción de este berry en Argentina, la misma está dirigida principalmente al mercado externo.

Una vez realizado el análisis del mercado se examinará la oferta y la demanda que interactúan dentro del mismo.

La oferta muestra la cantidad que los productores están dispuestos a entregar a los distintos precios, existiendo una relación positiva o directa entre ambas variables. Pero además del precio del propio bien hay otros factores que intervienen sobre la cantidad ofrecida:

- Los costos de producción, en los que influyen principalmente los precios de los factores de producción y de los insumos, y la tecnología utilizada.
- Los precios y costos en bienes sustitutos desde el punto de vista del productor.
- Otros aspectos institucionales, como ser el modo de organización del mercado, aspectos que puedan influir en la ampliación o reducción del mismo y las expectativas con respecto a la evolución de éste. Aquí influirán no sólo cuestiones legales sino también aquellas políticas económicas que afecten al mercado (tipo de cambio, tasa de interés, impuestos, subsidios, etc.).

En cuanto al arándano, los costos de producción son considerables en relación a otras producciones alternativas.

Según un estudio técnico⁸, el costo total operativo y de inversión para una hectárea en los dos primeros años es de aproximadamente U\$S 13.000⁹. Este elevado desembolso inicial excluye a aquellos potenciales productores que no disponen de suficiente capital financiero ni tampoco cuentan con el financiamiento necesario para emprender dicha actividad. Por lo tanto, la oferta del fruto en el país nunca llegará a tener una participación semejante a la de los cultivos tradicionales (soja, trigo, maíz, etc.) de Argentina cuyos costos por hectárea son significativamente menores.

En lo que refiere a producciones sustitutas, se debe tener en cuenta otro tipo de cultivos no tradicionales, puesto que cuando se realiza un proyecto de inversión sobre producción de arándanos, evidentemente éste diferirá sustancialmente respecto a desembolso por hectárea, riesgo, retorno, plazos, etc., de lo que sería la siembra de cereales u oleaginosas.

Por último, en cuanto a los aspectos institucionales y las expectativas en relación a la evolución del mercado, en Argentina constituyen factores que aumentan sobremanera la prima de riesgo de la inversión, ya que es un país de instituciones débiles y la

⁸ BUSILACCHI, Héctor; "Resumen del proyecto para la producción y comercialización de arándanos", Chabás, Diciembre de 1996.

⁹ Costo total de plantines por ha. U\$S 5.752; costo preparación del suelo y plantación por ha. U\$S 1.420; costo total equipo de riego U\$S 3.850; costo operativo total 1º y 2º año U\$S 1.980.

experiencia histórica muestra la falta de continuidad no sólo de la política económica sino también del sistema tributario y legal.

La demanda, por su parte, expresa la relación existente entre el precio del bien y la cantidad demandada del mismo. La ley de la demanda decreciente indica que ante aumentos del precio del bien los consumidores demandarán menos cantidad de éste. Asimismo, influirán sobre la cantidad demandada:

- a) El ingreso de los consumidores.
- b) El gusto de los consumidores.
- c) El precio de bienes sustitutos desde el punto de vista de los consumidores.
- d) El precio de bienes complementarios en el consumo.¹⁰

a) El nivel de ingresos de los consumidores influye en la demanda de arándanos; se podría inferir, a pesar de no existir cálculos, que el arándano es un bien normal, cuya elasticidad ingreso es mayor a 0, lo que significa que al aumentar el ingreso aumenta la cantidad demandada. Hasta se podría considerar que es un bien de lujo, es decir que al aumentar el ingreso la cantidad

¹⁰ SAMUELSON, P. y NORDHAUS, W., *Economía*, Decimotercera Edición, McGraw – Hill, Estados Unidos, 1986.

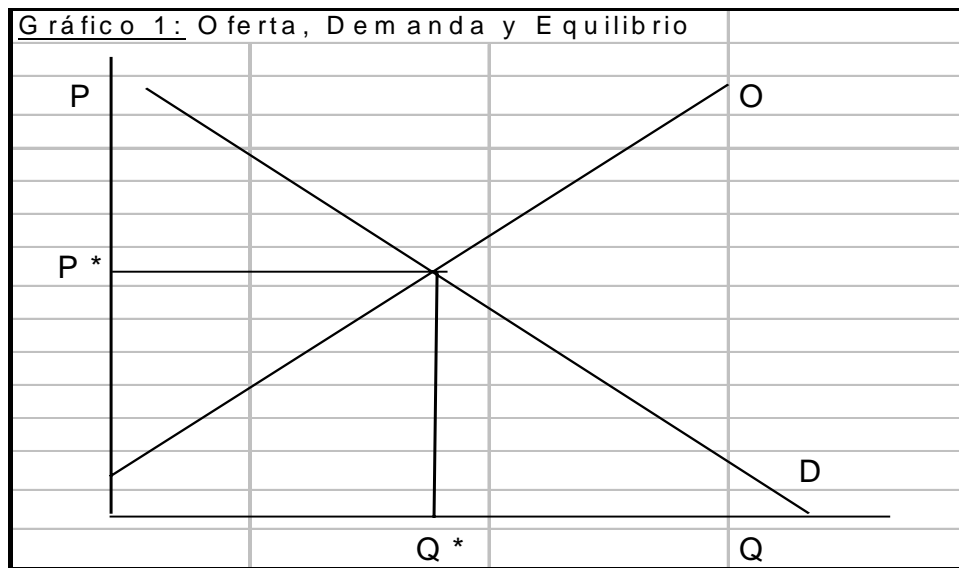
demandada aumenta más que proporcionalmente (elasticidad ingreso mayor a 1).

b) Por otro lado, los gustos son también muy importantes en la demanda del fruto. El arándano se encuentra incorporado a la alimentación cotidiana de canadienses, estadounidenses y algunos europeos, quienes lo consumen como fruta fresca, deshidratada o congelada, en comidas dulces o saladas, y en aplicaciones industriales tan diversas como productos farmacéuticos, colorantes, pastelería, jugos concentrados, purés, mermeladas, salsas, helados, yogures, golosinas, conservas, etc.

c) Por ser un fruto con características propias (alto valor nutritivo, etc.), el arándano no posee productos sustitutos próximos.

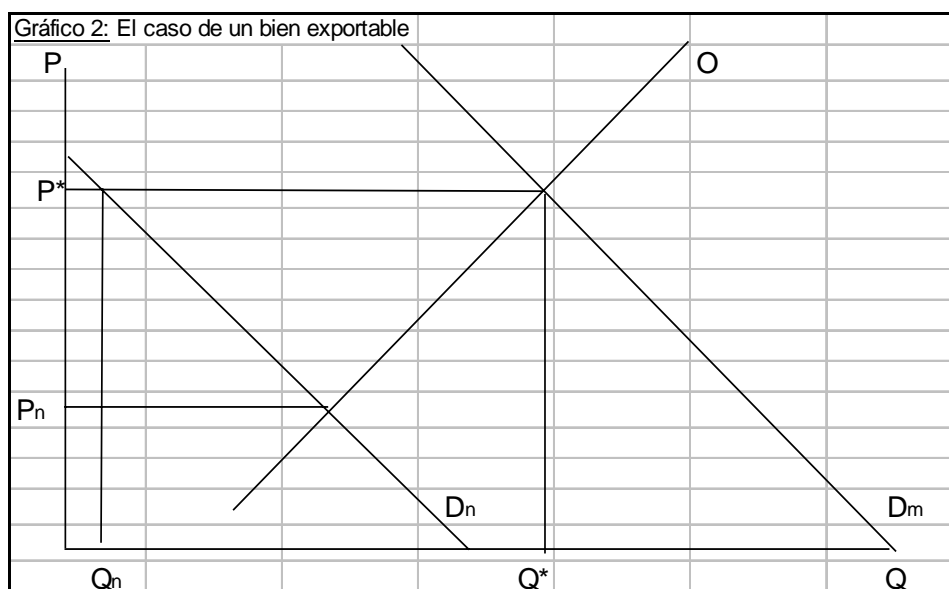
d) Se podría afirmar que no existen bienes complementarios en el mercado que puedan llegar a afectar las decisiones de los potenciales compradores de esta variedad de berry.

Representativamente se puede exhibir lo anteriormente expresado en el Gráfico 1, donde se observa la situación de equilibrio del mercado en el punto donde se interceptan la curva de oferta (O) y la de demanda (D), determinándose el precio y la cantidad de equilibrio (P^* y Q^* respectivamente).



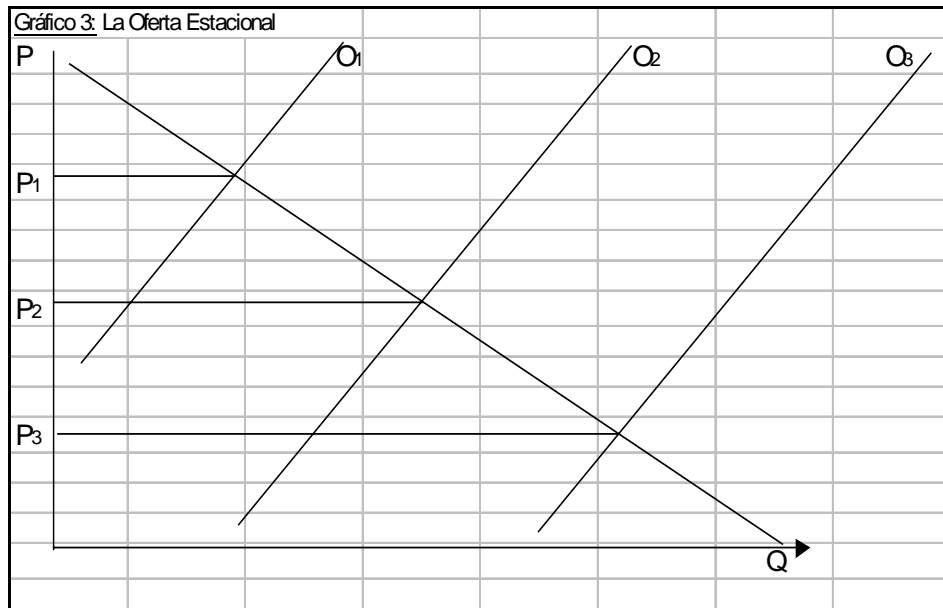
Sin embargo, como ya se mencionó precedentemente, el arándano es un bien comercializable internacionalmente, es decir que el precio se determina en principio por la oferta y la demanda mundial del bien.

En el Gráfico 2 se muestra en términos teóricos la situación para un país que produce un bien exportable, en este caso el bien sería el arándano y el país Argentina.



El equilibrio se encuentra donde se interceptan la oferta nacional del bien (O) y la demanda mundial del bien producido en el país (D_m). También puede observarse que si el bien se vendería solamente en el mercado interno, el precio del mismo sería mucho menor (P_n), en donde se interceptan la oferta con la demanda nacional del bien. Por otro lado, se percibe que Q_n sería la cantidad consumida por el mercado interno, de lo que se deriva que al precio de equilibrio P^* el saldo exportable se representa por $Q^* - Q_n$.

Hasta ahora los gráficos corresponden a un determinado momento en el tiempo, pero en el arándano como en muchos otros frutos, la estacionalidad en la oferta del bien es una característica a destacar del mercado, esto implica variaciones importantes en los precios del fruto fresco debido a la inestabilidad de la oferta en los distintos meses del año.



En el gráfico 3 se ejemplifica lo anteriormente referido con tres curvas de oferta diferentes (O1, O2 y O3), quedando en evidencia que en aquellos momentos del año en que hay menor oferta a nivel mundial, más altos serán los precios del bien, por tal motivo, los países del Hemisferio Sur aprovechan la denominada contraestación, vendiendo su producto en el momento en que los mercados norteamericanos, europeos y de Japón se encuentran desabastecidos.

ii. **Formas de comercialización del fruto**

La industria del arándano se encuentra segmentada en dos grandes categorías de mercados:

a. El mercado del arándano fresco

b. El mercado del arándano procesado

a. El mercado del arándano fresco

Décadas atrás, el consumo en el Hemisferio Norte se limitaba a los meses de mayo a septiembre (llegando muchas veces hasta la primera quincena de octubre), período de cultivo en aquella región. Sin embargo, actualmente la importación de arándano proveniente de países exportadores del Hemisferio Sur crea la posibilidad de encontrar estos frutos en estado fresco durante todo el año.¹¹

La comercialización en estado fresco requiere de una serie de recaudos que deben tenerse en cuenta a fin de que el producto llegue en condiciones óptimas a destino. En la etapa de cosecha, cuando el fruto se torna de un color azul profundo debe extraerse en forma manual cuidando de no dañarlo. Una debilidad que posee el arándano fresco es su rápida perecibilidad, por lo que se hace necesario considerar el manejo poscosecha, eligiendo el tipo de

¹¹ NORTH AMERICAN BLUEBERRY COUNCIL, Página Web: www.blueberry.org/

transporte adecuado que lo coloque en el mercado a unas horas de cosechado, o bien recintos apropiados para su conservación.

b. El mercado del arándano procesado

En la industria del procesado, se suelen utilizar, cosechadoras especialmente diseñadas. Si bien el empleo de la tecnología en el agro ayuda en la obtención de un mayor rinde, en este caso la utilización de estas máquinas puede no ser altamente provechosa al tener que atravesar el terreno varias veces por no madurar los frutos al mismo tiempo.

Existe una diversidad de formas en la que el arándano procesado puede ser comercializado. Estas incluyen:

⇒ Arándano en forma congelada

El arándano puede ser congelado siguiendo distintos procedimientos. En general se los coloca en contenedores y luego se los congela a temperaturas extremadamente bajas. Esta forma es utilizada para la comida procesada donde la identidad de la fruta no es requerida.

⇒ Arándano secos o deshidratados

Los arándanos frescos o congelados también pueden ser deshidratados con aire caliente para reducir el nivel de humedad

(alrededor del 18%) con el objeto de producir un fruto seco para la industria alimenticia.

⇒ Arándano en estado líquido

Existen varias formas de líquidos para usar en bebidas (jugos, licores, jarabes) y otros productos como purés y concentrados.

iii. Análisis de principales países exportadores e importadores

La principal demanda proviene de Estados Unidos y Canadá donde su consumo es habitual. Sin embargo, algunos países europeos como Italia, Inglaterra, Alemania, Holanda así como también Japón son importantes compradores del fruto. Polonia por su parte es un relevante productor.

En lo que concierne al Hemisferio Sur, los principales mercados productores se encuentran en Chile, seguido por Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica. También Uruguay y Brasil comenzaron a hacer sus experiencias en este cultivo.

Argentina se ubica luego de Nueva Zelanda en volumen, no obstante se estima que en 2005 podría ser el tercer país exportador del Hemisferio Sur (en contraestación).¹²

A nivel mundial, el mercado de las distintas variedades creció entre los años 1990-2001 un 136%, pasando de una importación total en valor de casi 57 millones de dólares a 142 millones.¹³

La variación en volumen fue del orden del 86% ya que se importaron más de 89 mil toneladas en el mundo en 2001 respecto de las 44 mil toneladas de 1990.

A su vez, los países que mayor participación en valor tuvieron fueron los Estados Unidos con el 45% y Canadá con el 18%. Le

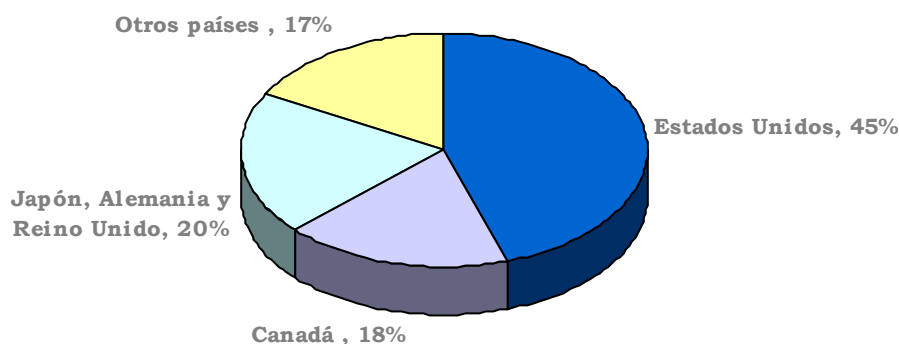
¹² Resumen de la Producción de Arándanos en Argentina y justificación del “2° Simposio Internacional de arándano”, Buenos Aires, 2004.

¹³ OBSCHATKO, EDITH Y VON BERNARD, TAMARA: *Frutas Finas*, Documento 8, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-Argentina) - marzo 2003.

siguieron Japón, Alemania y Reino Unido que suman el 20% del mercado (Gráfico n° 1), absorbiendo estos cinco países el 83% del valor de las importaciones mundiales durante el período 1990-2001.¹⁴

Participación en valor importaciones en porcentaje por países (1990-2001)

Gráfico n°4



Exportaciones

En los cuadros que se detallan a continuación se observa que tanto en valores (Cuadro 1) como en volumen (Cuadro 2) los principales exportadores del fruto son Canadá y EEUU. Entre ambos países en 2001 tienen una participación en las exportaciones totales del 66,7% en valores y 92,2% en volumen. La diferencia significativa que se evidencia entre ambas cifras se debe obviamente a que los meses en que ellos venden el arándano fresco coinciden con el momento de mayor oferta en el mercado internacional (por el

¹⁴ OBSCHATKO, EDITH Y VON BERNARD, TAMARA: Ob. Cit.

volumen que los mismos producen) y por lo tanto cuando los precios son más bajos.

Con respecto al resto de los países exportadores, se destaca el crecimiento continuo de los países del Hemisferio Sur con clima templado-frío: Chile, Argentina, Australia y Nueva Zelanda (exportaron aproximadamente el 20% de las exportaciones mundiales en 2001). Entre ellos, el país de mayor importancia en las exportaciones es Chile (11,3% en valores en 2001), aunque en los demás se verifica un crecimiento sostenido y muy superior al de Chile a pesar de no haber realizado exportaciones de este producto en el primer quinquenio de la década de 1990.¹⁵

Cuadro 2: COMERCIO INTERNACIONAL DE ARÁNDANOS (Posición: 081040)								
EXPORTACIÓN (VOLUMEN EN TONELADAS)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
CANADA	33.792	33.898	26.368	27.531	33.725	41.868	40.435	45.301
USA	13.541	11.671	12.677	8.670	12.390	17.261	26.780	26.106
HOLANDA	583	767	753	663	749	1.007	968	880
ESPAÑA	32	30	138	223	216	306	622	582
AUSTRALIA	-	-	-	-	-	-	375	417
NUEVA ZELANDA	-	-	-	-	-	-	365	403
ARGENTINA	-	3	3	25	58	93	183	289
OTROS	5.969	2.243	3.635	3.246	3.665	3.203	3.466	3.454
TOTAL	53.917	48.612	43.574	40.358	50.803	63.738	73.194	77.432
Fuente: Subdivisión propia en base a T. Von Bernard y E. Obschatko (IICA); Frutas finas (Doc. A-8)								

Importaciones

Del cuadro 4 se extrae que nuevamente Estados Unidos y Canadá fueron los países que mayor importancia tuvieron en las importaciones totales ocupando entre ambos en 2001 el 64,3% en

¹⁵ OBSCHATKO, EDITH Y VON BERNARD, TAMARA: Ob. Cit.

valor y el 79,9% en volumen. Además, el resto de los países con mayor relevancia en lo concerniente a importación pertenecen todos al Hemisferio Norte y tienen un alto PBI por habitante (Alemania, Japón, Suecia y Austria).

Cuadro 4: COMERCIO INTERNACIONAL DE ARÁNDANOS (Posición: 081040)								
IMPORTACIÓN (VOLUMEN EN TONELADAS)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
USA	34.098	34.183	27.353	28.750	35.008	43.519	43.042	49.229
CANADA	9.216	5.385	4.588	4.923	8.907	13.515	22.535	22.500
ALEMANIA	3.948	3.117	4.294	4.806	5.135	3.694	3.847	4.868
SUECIA	3.595	3.594	1.785	2.243	3.782	2.440	3.703	3.325
AUSTRIA	758	659	2.425	1.268	1.193	1.139	1.230	1.389
JAPÓN	1	4	11	62	772	1.188	1.299	1.181
ARGENTINA	-	-	-	1	7	5	8	5
OTROS	5.567	5.381	8.379	8.021	8.239	8.617	8.803	9.883
TOTAL	56.424	51.660	46.399	48.743	61.071	71.785	81.930	89.805
Fuente: Subdivisión propia en base a T. Von Bernard y E. Obschatko (IICA); Frutas finas (Doc. A-8)								

Precios

Para este trabajo es de suma importancia el análisis de los precios de exportación, los más altos son percibidos por los países del Hemisferio Sur debido a la contraestación de su producción. A su vez, entre ellos, el que exporta a mayores precios es Argentina, a un precio promedio de 13,15 U\$S por kg en 2001. Esto evidencia una tendencia decreciente del precio recibido por el país desde 20 U\$S por kg en 1994, que se explica por el incremento de la oferta argentina y mundial de arándanos¹⁶.

Por otro lado, como se detalla en el Cuadro 5, Argentina percibe precios promedios diferentes según el destino de sus exportaciones,

¹⁶ OBSCHATKO, EDITH Y VON BERNARD, TAMARA: Ob. Cit.

siendo Estados Unidos el país que pagó el precio más alto en 2001 (cerca de 14U\$\$ por kg).

Cuadro 5: COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO DE ARÁNDANOS (Posición: 081040)								
PRECIO MEDIO DE EXPORTACION (U\$S POR KG)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
USA	-	-	-	19,92	18,97	19,03	11,46	13,91
ESPAÑA	-	-	-	-	20,36	12,30	9,89	12,15
ITALIA	20,00	22,04	22,01	-	-	14,72	10,79	11,83
HOLANDA	-	22,02	-	11,84	12,35	10,92	9,40	11,36
FRANCIA	-	22,05	22,23	22,00	18,31	7,65	10,02	11,24
ALEMANIA	-	-	-	18,39	-	11,56	10,37	11,00
CANADÁ	-	-	-	22,02	8,59	11,27	-	10,59
UK	20,00	22,03	15,19	11,40	8,60	7,69	10,36	10,44
SUIZA	-	-	22,19	-	-	7,33	9,62	10,23
JAPON	-	-	-	-	-	-	-	1,25
BÉLGICA-LUXEMBURGO	-	22,03	22,23	-	-	-	7,31	-
AUSTRIA	-	-	-	-	14,67	-	-	-
TOTAL	20,00	22,03	19,00	19,03	17,33	16,31	11,14	13,15
Fuente: Subdivisión propia en base a T. Von Bernard y E. Obschatko (IICA); Frutas finas (Doc. A-8)								

A. El arándano en el Hemisferio Norte

En el *Hemisferio Norte*, en un principio, el consumo de arándano se satisfacía con la recolección de plantas silvestres que crecían en distintos sectores de Norteamérica, Canadá y en algunos países de Europa. Luego, al producirse un notable incremento de la demanda y al ampliarse la franja consumidora de este fruto se comenzó con la realización de plantaciones comerciales extensivas y semiextensivas, en lugares tan distantes y distintos agroclimáticamente como Canadá y los estados de Arkansas, California, Carolina del Norte, Florida, Georgia, Lousiana,

Massachusetts, Michigan, Mississippi, Nueva Jersey, Oregon, Texas y Washington en Estados Unidos.¹⁷

En este sentido, **Estados Unidos** lidera el mercado destacándose como el principal productor, consumidor, exportador e importador de arándano del mundo constituyendo un megamercado en este sector.¹⁸ Por su parte, Chile es el principal productor y exportador del Hemisferio Sur en contraestación.

Estados Unidos conjuntamente con Canadá integra el 90% del área productiva mundial. El cultivo de estos berries en aquella región se realiza desde mediados de abril hasta principios de octubre, con el pico de cultivo en julio que es conocido también como el mes nacional del arándano.

La producción total de arándano cultivado en 2001, según el Servicio Estadístico Nacional de Agricultura del Ministerio de Agricultura de Estados Unidos, fue de 200.2 millones de kgs., un 8% más que en el año 2000. Aproximadamente 89.0 millones de kgs. del total del cultivo (cosecha) estadounidense de 2001 fue utilizado para la venta del mercado de fresco y 106.9 millones de kgs. fue procesado (principalmente congelado).

Los Estados Unidos exportaron 5.8 millones de kgs. de arándano fresco cultivado en 2001, estimado en 8.2 millones de dólares. Canadá es el principal destino para las exportaciones

¹⁷ NORTH AMERICAN BLUEBERRY COUNCIL. *The Blueberry. Crop Estimate*, 26 de julio de 2001. Estados Unidos. Página Web: www.blueberry.org/

¹⁸ Revista Hortícola, Página Web: www.agroguias.com

estadounidenses, dando cuenta de cerca del 74% del total en 2001. Otros mercados clave fueron Japón (23%), y Australia (1%). El resto de las exportaciones fue mayormente hacia Europa y otros países asiáticos (Tabla n° 1).

Las exportaciones de arándanos cultivados congelados hacen un total de 6.9 millones de kgs. en 2001. Las exportaciones fueron valuadas en 6.1 millones de dólares. La mayor exportación estadounidense se dirigió al mercado japonés, teniendo en cuenta que fue el 51% de la cantidad total en 2001. Canadá fue el segundo destino del mercado estadounidense para el arándano fresco cultivado, dando cuenta de un 31% del total. Australia fue el tercero representando un 12% del total. El 6% restante fueron enviadas principalmente hacia otros países europeos (Tabla n°1).

En 2001, los Estados Unidos importaron:

- 30.2 millones de kgs. de arándano fresco cultivado con un valor de 38.2 millones de dólares. Las importaciones desde Canadá solamente llegaron a un 70% del total por peso. Otro importante proveedor de arándano fresco cultivado fue Chile, Argentina y Nueva Zelanda.
- En ese mismo año, las importaciones de arándanos cultivado congelados representó un total de 18.6 millones de kgs., valuados en 14.1 millones de dólares. El volumen de la importación de arándano cultivado fresco de Estados

Unidos procedió en un 99% de Canadá. El resto fue originario de México, Chile y Colombia.

Canadá, por su parte, se destaca como principal proveedor de arándano congelado del mundo, pero a diferencia de Estados Unidos, la producción canadiense es mayoritariamente de tipo silvestre. Actualmente Canadá invierte en programas de mejoras de cultivo que le permitan maximizar sus períodos cortos de cosecha. Sin embargo, a pesar de ello, el mercado canadiense de frutas continúa dependiendo del exterior ofreciendo cada año nuevas oportunidades a potenciales países exportadores, debido entre otras razones a:

- A. Incremento de grupos étnicos, los cuales según el Ministerio de Agricultura, consumen aproximadamente un tercio más de vegetales y frutas que los de origen canadienses o Estadounidenses.
- B. Interés general de la población de consumir alimentos y nutrientes orgánicos sin aditivos.
- C. Nueva estructura y estilo de vida de la población (envejecimiento de la población y necesidad de trabajo de la pareja)¹⁹.

Asimismo, existe una mayor disponibilidad (cantidad) y una mayor variedad de frutas durante todo el año, lo que ha incidido en el abaratamiento de los precios de los mismos.

¹⁹ EMBAJADA DE LA REPÚBLICA ARGENTINA EN CANADÁ - SECCIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL, *Informe electrónico*, Ottawa, Canadá, 2.004. Página Web: www.argentina-canada.net

En general, Canadá es un país exportador neto de arándanos. En el año 2000, Canadá exportó más de 30 mil toneladas de arándanos silvestres, con un valor de U\$S 66 millones, 47% más que en 1999. Este incremento se debió principalmente a los resultados de nuevas investigaciones que indican que su consumo tiene beneficios para la salud. El incremento en la demanda se efectuó particularmente en Japón, Alemania y los Estados Unidos.

En el año 2000, Canadá cultivó cerca de 35.817 hectáreas de arándanos (blueberries y cranberries). Ese mismo año, este país produjo cerca de 37.500 toneladas de arándanos silvestres y 24.597 toneladas de arándanos cultivadas. Las provincias de mayor producción son British Columbia, Ontario y Quebec.

Las importaciones de Canadá de arándano en el año 2000, fueron de más de U\$S 24 millones, 41% más que en 1999. De este total, el 57% lo constituyeron compras de arándanos silvestres, 18% arándanos cultivados, 15% arándanos agrios y 10% otros tipos de bayas (berries). Los principales socios son: Estados Unidos y Chile. Argentina ocupó el quinto lugar en la exportación del fruto siendo proveedor de arándanos agrios (cramberries).²⁰

²⁰ Informe sobre el mercado de arándanos, Embajada de la República Argentina en Canadá, Ottawa, 2.004

Origen de las importaciones canadienses de arándanos en dólares estadounidenses y en toneladas, período 1998-2000:

	1998		1999		2000
<i>Países proveedores</i>	<i>dólares estadounidenses</i>	<i>toneladas</i>	<i>dólares estadounidenses</i>	<i>toneladas</i>	<i>dólares estadounidenses</i>
<i>Estados Unidos</i>	13.716.000	8.484	15.972.000	12.929	22.473.000
<i>Chile</i>	733.000	352	1.056.000	491	1.448.000
<i>Nueva Caledonia</i>	0	0	0	0	83.000
<i>Australia</i>	92.000	36	22.000	15	62.000
<i>Argentina</i>	16.000	6	20.000	7	18.000
<i>Los demás</i>	77	49	117	73	160
<i>Total</i>	14.624.000	8.927	17.187.000	13.515	24.244.000

Precios FOB en dólares estadounidenses

Fuente: Informe de la Embajada de Argentina en Canadá, 2.004.

En **Europa**, el mercado de arándano es mucho menor que en Norteamérica siendo los principales países productores: Francia, Holanda, Alemania, Austria, Polonia y España (ver cuadro en el Anexo), mientras que entre los países demandantes de estos berries se encuentran: Japón, Italia, Inglaterra, Bélgica y Holanda.

En Inglaterra la importación de estas frutas ascendió, en el año 2001, a 5.9 millones de dólares, habiendo significado un incremento del 44,5% con respecto al año precedente y un aumento del 66,0% con relación a 1999. Los principales países proveedores fueron (año 2001): Estados Unidos (17,6%), Chile (17,6%), Australia (14,5%), Países Bajos (10,7%) y Sudáfrica (8,5%).

Argentina fue el séptimo proveedor del Reino Unido durante ese año, con una participación del 7,2%, y el noveno durante los dos años anteriores. Cabe destacar que este país ha venido

incrementando sus exportaciones a este mercado, año a año, desde 1996²¹.

B. El arándano en el Hemisferio Sur

Los países del Hemisferio Sur no son grandes consumidores de arándano. Sin embargo, las producciones en esta región son muy atractivas debida a la oportunidad de exportar este fruto en contraestación, es decir cuando los países del norte se encuentran en la estación otoño-invierno y no pueden abastecerse con su producción local.

Chile es pionero en el mercado de arándano en el Hemisferio Sur y actualmente es el principal exportador en contraestación. A su vez, se ubica en el tercer lugar en importancia a nivel mundial destacándose como el mayor productor y exportador de arándano del sur.

Durante la década de 1980 se iniciaron los primeros cultivos chilenos del fruto. En 1988, luego de una etapa formal de investigación y desarrollo de las diferentes variedades en las condiciones agroclimáticas propias de las distintas zonas, se comienza con las primeras exportaciones produciéndose una gran expansión en los años noventa.

²¹ Informe electrónico, Embajada Argentina en el Reino Unido, Sección Económica-Comercial, Londres, 2004.

En el año 2001, la superficie cultivada con arándano se estimaba en 1910 has. (2/3 partes en producción creciente y el resto en formación). La producción actual asciende a 7.500 toneladas con un potencial de 12.000 a 15.000 ton/año²².

El Estado chileno hace aportes técnicos en este cultivo, mediante los cuales se desarrollaron buena parte del negocio de arándano. Los logros de los últimos quince años en el país trasandino han pasado por el desarrollo del arándano, el asesoramiento permanente, la producción y venta de plantas de calidad (100.000 anuales), recibiendo apoyo del Estado.²³

En el año 2000, la plantación de arándano ascendió a 1.590 has. a lo largo de todo Chile, alcanzando una producción de 5.500 toneladas.²⁴ La exportación se dirige mayormente a Estados Unidos (89%). La experiencia lograda concuerda plenamente con los comportamientos en localidades del Hemisferio Norte, con precocidades y rendimientos a menudo más altos que los esperados.

La experiencia chilena ayuda positivamente al resto de los países del Hemisferio Sur en la promoción de nuevos emprendimientos con esta especie agrícola no tradicional debido a los buenos resultados obtenidos en el mercado internacional.

²² Datos de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile

²³ Ruperto Hepp Gallo, de la Universidad de Concepción y líder del Proyecto ProPlant

²⁴ Revista del campo, 2000

Más del 80% de la producción exportada en estado fresco proviene del sur del país. La cosecha se concentra en los meses de enero y febrero, razón por la cual el mercado reacciona con una notable baja de precios. Esta circunstancia ha ocasionado que en los últimos años se haya comenzado a exportar por vía marítima en contenedores refrigerados con atmósfera controlada para abaratar el flete. Chile tiene la ventaja de llegar por barco a los puertos de los Estados Unidos en aproximadamente 15 días.

Actualmente los productores chilenos están tratando de adelantar su oferta para llegar antes de enero y febrero al mercado. Para ello, están cultivando variedades tempranas de "arándano Alto" (*highbush blueberry*).

Las plantaciones de arándano en **Australia** comenzaron en forma incipiente a fines de la década de 1970 y comienzos de 1980. Con el tiempo la aceptación pública provocó un gran desarrollo con producciones en diferentes regiones del país. La industria del arándano continúa creciendo con plantaciones en estados del este y sur, y actualmente varía desde grandes corporaciones de holdings hasta pequeños emprendimientos.²⁵

En **Nueva Zelanda** por su parte, la producción es reducida pero continúa y estable.

²⁵ Australian Blueberry Growers Association, Pagina web: www.blueberry.org

iv. Tendencias recientes

En la actualidad, los principales países exportadores que continúan liderando el mercado son Estados Unidos y Canadá con el 38% y 29% respectivamente, configurando un sector interesante por el marco positivo de ganancia que dicho fruto genera. Es precisamente por este motivo que Estados Unidos ha incrementado la superficie cultivada y ha desarrollado campañas de promoción del consumo.

Además de ello, se evidencia una importante perspectiva de crecimiento del consumo en países europeos y asiáticos (especialmente Japón) que hacen prever un aumento de la oferta e incentivos para promover su demanda en los países oferentes del fruto. Asimismo, un nuevo nicho de exportación se perfila en el mercado internacional de arándano con una enorme posibilidad para los países productores: el mercado chino.

A su vez, el arándano presenta una oportunidad notable para los países del Hemisferio Sur con posibilidades de cultivar esta fruta en la denominada contraestación a través de la cual pueden proveer a los grandes mercados del Norte cuando éstos se encuentran desabastecidos en los meses de octubre a abril. En este sentido, Argentina se ubica en sexto lugar en el mundo, con el 2,44% del valor, lo que sólo le requirió una participación del 0,31% del volumen. Sin embargo, ocupa el primer lugar en precios. El precio promedio

obtenido en 2001 fue de 13,15 U\$S/kg, mucho más alto que el logrado por todos los demás países.²⁶

Calendario de cosecha en varios países

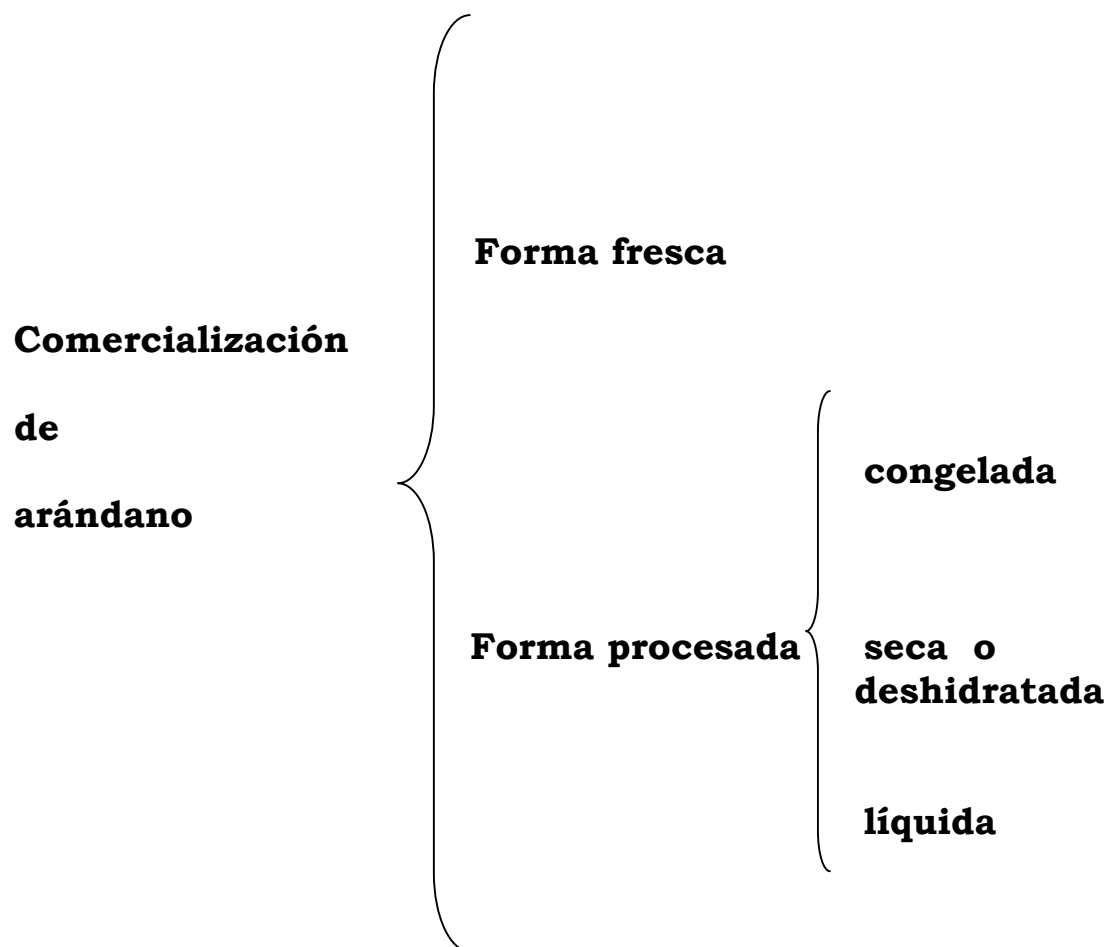
PAISES	En	Fe	Mr	Ab	My	Jn	Jl	Ag	Se	Oc	No	Di
Estados Unidos												
Argentina				*								
Chile												
Sudáfrica												
Australia												
Nueva Zelanda												

Fuente: elaboración propia

* Producción en los Valles neuquinos (Patagonia) Argentina

²⁶ OBSCHATKO, EDITH Y VON BERNARD, TAMARA: Ob. Cit.

Esquema n:1



Capítulo III

La producción de arándano en Argentina

i. Antecedentes y situación actual

La historia del arándano en Argentina es muy reciente por lo que hasta el presente no existe la cultura de incorporarlo a la dieta diaria nacional, y como consecuencia de ello, la demanda en el mercado interno es prácticamente nula.

A principios de la década del noventa se inicia una fuerte difusión de este berry como una nueva alternativa de producción frutícola intensiva no tradicional orientada a los mercados del exterior. Su principal atractivo fue la posible rentabilidad que podía obtenerse por su oferta en contraestación en el Hemisferio Norte.

Sin embargo, la mayoría de las primeras explotaciones fracasaron debido a la falta de soportes básicos, técnicos y comerciales.

Entre los principales errores se destacaron:

- La elección de zonas de producción poco aptas
- Una inadecuada preparación de los suelos
- Uso de plantas importadas sin contemplar aspectos sanitarios
- Inversiones llevadas a cabo por capitales totalmente ajenos a la producción agrícola

El 25 de octubre de 1994 Estados Unidos habilitó el ingreso de arándano fresco argentino a sus mercados. Esta apertura justificó analizar con mayor detenimiento y profundidad las oportunidades y perspectivas productivas del cultivo en el país para su exportación²⁷. El producto comenzó a ser exportado en un 100% a distintos países del Hemisferio Norte.

Entre 1996 y 1997 se realizan plantaciones con mejores variedades y más adecuadas al suelo y clima de las distintas regiones, lo cual tuvo como consecuencia rendimientos superiores a años anteriores.

El período de cosecha en Argentina comienza en la primera semana de octubre y termina en la última semana de diciembre.

Hasta el presente, los productores argentinos aún no han logrado solucionar totalmente los diferentes problemas que surgen de la producción de arándano por disímiles causas tales como: falta de experiencia y de asesoramiento adecuado, ausencia de mano de obra especializada, empleo de bibliografías foráneas basadas en cultivos de países con más años en este sector que, aunque posean características similares a las del país en relación con el suelo y clima, no condice con otras particularidades propias de Argentina. No obstante, el implemento de equipamientos tecnológicos modernos, el desarrollo de distintos niveles de capacitación que se imparten a

²⁷ LEON, Alejandro, *Cultivo de arándanos*, Guía frutihortícola. 8va edición, Julio 2001.

productores e interesados en distintas zonas del país, sumado a las reuniones que se realizan en cooperativas, universidades y otras entidades, favorecen el mejoramiento de las producciones existentes y a la vez, incentiva a potenciales emprendedores a iniciarse en esta actividad creando nuevas posibilidades de inversión en el país.

ii. Distribución de la producción según las diferentes regiones de Argentina

Una particularidad que posee el arándano es la posibilidad de adaptar distintas especies en función del clima lo que beneficia la geografía de Argentina. Para determinar la variedad que se adecua mejor a una región y no a otra es necesario tener en cuenta los requerimientos de suelo, clima y agua precedentemente descriptos.

En Argentina actualmente existen alrededor de 1.900 hectáreas con plantaciones de arándano (Cuadro 1). Las provincias de mayor concentración de cultivo son: Entre Ríos y Buenos Aires. Le siguen Santa Fe, Tucumán, Córdoba, La Pampa, Corrientes y la zona de la Patagonia. También pueden observarse algunos emprendimientos de menor dimensión en las provincias de San Luis, Salta, y Mendoza (Ver mapa en Anexo). Se destaca un predominio en el centro y en el este del país que corresponde principalmente a las provincias de la región pampeana.

Cuadro 1: Argentina. Estimación de Áreas Cultivadas con arándano

PROVINCIA	HA
Entre Ríos	1000
Buenos Aires	700
Tucumán	100
Santa Fe	100
Otros	s/d
Total	1900

Fuente: Elaboración propia en base a estimaciones.

Una primera zona es la determinada por la influencia del Río Uruguay²⁸ (este del país). Esta región presenta una alternativa interesante para la producción de arándano de calidad exportable. El noreste de la provincia de Entre Ríos y sureste de la provincia de Corrientes poseen inmejorables condiciones agroecológicas, fundamentalmente debido a los suelos naturalmente ácidos, sueltos, arenosos. Además, los valores de los campos son razonables y existe una arraigada tradición frutícola, producto de años de trabajo en citricultura y otros frutales.²⁹ El volumen total cosechado en esta zona durante 2000 ascendió a 11,2 toneladas. Entre los inconvenientes más relevantes que afectaron la calidad comercial en esa campaña cabe mencionar los daños por granizo y heladas, además de la incidencia de enfermedades fúngicas. Por este último motivo, en la actualidad, se ha priorizado el diagnóstico de enfermedades que afecta al cultivo en la región, de modo de implementar técnicas apropiadas de prevención y control, evitando la inducción de generación de resistencia a patógenos sin descuidar la protección de la salud humana y del medio ambiente. Asimismo, dada la importancia económica de los daños provocados por el factor climático (granizo y heladas), se considera relevante la implementación de sistemas de predicción y de prácticas preventivas de control eficientes y económicamente accesibles. Comercialmente,

²⁸ El río Uruguay es límite natural de Argentina en el este separando las provincias de Entre Ríos, Corrientes y Misiones de los países de Uruguay y Brasil.

²⁹ Fabiani, A., Martínez, C. y Carlazara, G.: *“La zona del río Uruguay”*, EEA INTA Concordia, Entre Ríos, Argentina, 2.000.

en el noreste de Entre Ríos se hallan en producción variedades del tipo arándano Alto (*highbush blueberry*), mientras que en el sureste de Corrientes, además de la mencionada han entrado en producción la especie Ojo de Conejo (*rabbiteye blueberry*). A la hora de elegir variedades para la zona de Concordia (provincia de Entre Ríos), es sin duda prioritario tener en cuenta que la maduración coincida con el momento de mayor demanda dentro de la estación de primicia.

El interés por el cultivo en esta zona, más precisamente en los Departamentos de Concordia y Federación (este de Entre Ríos) y Monte Caseros (este de Corrientes), crece con ritmo sostenido. Las características de los suelos, la calidad de agua de riego, las temperaturas correspondientes al período de crecimiento y la calidad de la mano de obra constituyen ventajas comparativas que, combinadas con la elección de variedades con criterio agronómico y comercial, potencian la factibilidad de convertir al cultivo en una de las más interesantes alternativas de producción en la zona. Al mismo tiempo, en aquella región del país, las inversiones en la producción de arándanos son más elevadas. Mientras que el promedio general de cada emprendimiento abarca una superficie de 5 a 6 hectáreas, allí supera las 40 hectáreas. En la actualidad, en Entre Ríos el área cultivada es de aproximadamente 1.000 has.

La segunda zona se sitúa contra la costa del río Paraná y abarca desde la ciudad de Zárate hasta San Pedro pasando por Baradero y Alsina (ciudades de la provincia de Buenos Aires). Esta

región cuenta con la ventaja de estar cerca del aeropuerto internacional de Ezeiza, o sea a pocos kilómetros de la Capital Federal. La calidad del agua es media. Existen alrededor de 350 has. en esta zona. También en la provincia de Buenos Aires se encuentra otro sector de importancia donde se constituyó una cooperativa, es la zona de Mercedes y su área de influencia. Hay unas 200 has. en producción. Finalmente existen algunos cultivos menores diseminados por el interior de la provincia. En total, la provincia de Buenos Aires posee unas 700 has. con cultivo de arándanos.

La provincia de Santa Fe cuenta con más de 100 has. de cultivo de arándano y se encuentra en una etapa de crecimiento. Los emprendimientos son de reducida dimensión (promedian en 5 a 6 hectáreas), por lo que es primordial la integración de los productores. Actualmente existe la cooperativa de Chabás³⁰ que nuclea a distintos productores de la zona a los fines de conseguir volúmenes adecuados para la exportación y, además, con el objetivo de disminuir costos (realizando compras de materias primas y tecnología en conjunto).

En la provincia de Tucumán, el área cultivada asciende a 100 has. aproximadamente. La ventaja de esta zona, aparte de poseer un clima adecuado para un buen desarrollo y cosecha, es su posición geográfica (al encontrarse más al norte que las demás provincias

³⁰ Ciudad ubicada al suroeste de la provincia de Santa Fe.

argentinas con producciones de arándanos, permite entrar antes en el mercado con fruta de primicia y mejores precios).³¹

La Patagonia, por su parte, se vislumbra como una zona muy interesante, y en los últimos años se registran importantes inversiones en ese sector.

La región de los denominados valles cordilleranos patagónicos presenta una serie de ventajas comparativas, que permiten obtener productos altamente diferenciados y de calidad reconocida en los mercados local e internacional.

Se destacan:

- Las excelentes condiciones agroclimáticas: baja humedad relativa durante el período estival que favorece una alta sanidad y calidad; marcada amplitud térmica que deriva en una lenta maduración mejorando así la calidad organoléptica. En cuanto a los suelos, tienen muy pocos años de uso intensivo.
- El riego (presurizado o sistematizado) con aguas de excelente calidad y equilibrio mineral, provenientes de deshielos o de surgentes.
- La producción en contraestación.

³¹ HEGUY, Florencia L.; “Jóvenes emprendedores: Un ejemplo a imitar”, exclusivo Agrositio.com, 30 de noviembre de 2004.

- La zona libre de "mosca de los frutos", lo que facilita el ingreso a los mercados internacionales.
- La baja utilización de agroquímicos. Casi todos los productos usados son los aprobados para producciones orgánicas.
- El manejo de muy buena tecnología de post-cosecha.

También en la región del sur argentino, se encuentran los Valles neuquinos. Localizados en la parte sudoeste de la provincia de Neuquén. La producción de arándanos en este lugar, entra al mercado en contraestación (en los meses de marzo-abril), lo cual redundará en un diferencial de precio internacional. Se estima que para la campaña 2006-2007, la superficie actual implantada en plena producción, generará una oferta de 24 toneladas de arándanos. Esta región cuenta con diversas organizaciones que reúnen a distintos productores de frutas finas dentro de los cuales se incluyen los arándanos: Cámara de Fruticultores del Agrio, AFR (Asoc. Fomento Rural) Mariano Moreno; AFR Alumine; AFR Lago Lacar (fruta fresca e industria), AFR Sabores de la Patagonia y AFR Villa La Angostura (industria).³²

³² Bruzone, Alfredo, *Frutas Finas en los valles cordilleranos patagónicos*, Dirección Nacional de Alimentación, Ministerio de Economía, Buenos Aires, Argentina, 2.003

iii. Actores de la cadena agroalimentaria de arándanos

El sector agroalimentario se define como el subconjunto económico que incluye la producción primaria e industrial de bienes con destino a la alimentación humana y animal.³³ Dentro del mismo se encuentra el frutícola donde corresponde el arándano.

Este sector y las diversas cadenas que lo constituyen pueden caracterizarse por medio de los subsectores que lo integran. Ellos pueden ser funcionales identificándose entonces por la función que desempeñan en la cadena, por lo que encontramos al: subsector agrícola, de transformación o agroindustrial, de distribución y finalmente de consumo. Otro modo de caracterizar al sector es por medio de los subsectores socioeconómicos que realizan las diversas funciones y encontramos entonces los subsectores capitalista, artesanal, cooperativo y público.

En la literatura existe una cierta ambigüedad terminológica sobre la definición de una fila o cadena productiva, pero en este caso se sigue el llamado enfoque de fila o cadena: producto que caracteriza la mayor parte de los estudios en el sector agroalimentario. La cadena frutícola argentina puede definirse

³³ OBSCHATKO, EDITH S. Y VON BERNARD, TAMARA, *Componente a: fortalezas y debilidades del sector agroalimentario*, documento 3: competitividad de las exportaciones argentinas de origen agropecuario según el modelo can-2000, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-Argentina), Marzo 2003.

como el itinerario recorrido por los productos frutícolas dentro del sistema.

En la fila pueden identificarse cuatro momentos que permiten su descripción, identificación y comprensión:

1. las unidades de producción comprendiendo las unidades agrícolas, industriales y distributivas;
2. los mecanismos externos a las empresas que regulan la producción y los intercambios;
3. el consumo;
4. las relaciones de tipo horizontal y vertical de las empresas y sus comportamientos estratégicos.

En definitiva, fila o cadena constituye una representación de un conjunto diferenciado y estructurado, centrado en un producto y relativamente separable dentro del ámbito del sistema económico en general y agroalimentario en particular. Comprende entonces todos los niveles por los que pasa el producto y todas las formas de producción, transformación, distribución y consumo. Es sin duda heterogénea ya que incluye una sucesión de actividades diversas, realizadas con tecnologías diferentes por unidades productivas de distinto tipo y organización.

En este nuevo emprendimiento se permite la incursión en el mercado internacional de productos no tradicionales a

productores que no tendrían acceso por el bajo volumen comercializado o por la carencia de poder negociar frente a importadores o partners internacionales. El producto analizado y que da origen a la fila es el arándano. A su vez, se pueden desdoblar en dos subfilas: el de fresco y el de procesado. El presente estudio se centra en el mercado de arándano fresco por el incremento sostenido de los últimos años.

Los agentes o actores de la cadena son variados. En el nivel primario encontramos los proveedores de plantines que producen la materia prima arándano que da origen a toda la cadena. La provisión de plantines está altamente concentrada en el país, se trata de un oligopolio parcial.

Otro grupo importante está representado por los agricultores que implantan los plantines. Aquí es donde se está desarrollando rápidamente el mercado del fruto en Argentina.

En cuanto a la unidad industrial, no existe debido a que se trata de arándano fresco.

La venta y distribución de arándanos puede ser realizado individualmente por empresas y compañías dedicadas exclusivamente a la exportación en general. También los agricultores pueden optar por colocar su producción en organizaciones cooperativas y de esta manera vender al exterior.

En relación con el consumo, el mismo se dirige al mercado externo casi en su totalidad ya que el consumidor local no lo demanda.

iv. Los pequeños y medianos productores de arándano en Argentina

La industria del arándano en la Argentina se desarrolla bajo la forma de MiPyMEs (micro, mediana y pequeña empresa), a diferencia de los países con mayor volumen de exportación donde coexisten desde pequeños productores rurales hasta grandes empresas y holdings.

La devaluación del peso en el país, en el año 2002, brindó sin duda alguna mayores posibilidades de incursionar en mercados externos.

A fin de lograr la colocación de sus producciones en mercados foráneos, una empresa debe analizar la realidad de los nuevos mercados, investigando la factibilidad del ingreso de sus productos y diseñando las distintas estrategias a seguir en sus primeros pasos hacia la exportación.

Las exportaciones no tradicionales son las producciones de alto valor agregado. En la actualidad -y si bien los volúmenes son aún escasos-, la tendencia marca un crecimiento sostenido.

En relación con las dificultades que se le presentan a las MiPyMEs en este emprendimiento, las problemáticas habituales se centran principalmente en: las dificultades para decodificar señales

de los mercados o en la falta de manejo profesional del comercio exterior, lo cual hace que con mucha frecuencia se vean disuadidas en sus intentos por hacer pie en mercados externos; o que en muchos casos emprendan acciones que las llevan a asignar ineficientemente sus limitados recursos humanos y materiales.

Resulta así conveniente para los pequeños productores de arándanos agruparse y/o asociarse a fin de compartir costos de asesoramiento y capacitación, estudios y perfiles de mercado, costo relativos a la postcosecha (enfriado, envase, embalaje) y exportación. De esta manera, los emprendimientos de menor tamaño tienen posibilidades de negociar precios más altos, y obtener beneficios similares a los de las grandes explotaciones.

Un caso de asociación se presentó en el país en el año 2000. Unos 19 inversores formaron la Cooperativa Frutihortícola Grupo Arándano de Mercedes (provincia de Buenos Aires), que hoy suma más de 110 hectáreas en producción. Se inauguró una planta de frío y empaque en el predio de la escuela agrotécnica de la ciudad cuyo costo demandó una inversión de 110.000 pesos. Desde allí la producción se dirige por vía aérea a los distintos mercados de Estados Unidos y Europa.

También se destaca la creación de un fideicomiso en la provincia de Tucumán³⁴. El negocio se basa en el mercado de arándano fresco y tiene como actores empresas líderes en la comercialización.

³⁴ [www. Agrositio.com](http://www.agrositio.com), 30.11.04.

v. ¿Posibilidad de grandes inversiones?

Por iniciativa de inversores hasta ahora ajenos a la actividad agropecuaria, la producción de esta fruta se convirtió en una importante fuente de ingresos para el país y actualmente se dispone de un mejor paquete tecnológico para el manejo a campo y el tratamiento poscosecha.

A diferencia de otras alternativas productivas de larga data en Argentina, la rentabilidad del fruto es extraordinaria. Genera un crecimiento del 40% en volumen de comercialización al exterior y deja a los productores una tasa de retorno que fluctúa entre un 70 y un 80%. Se estima que en 2004 se venderá al exterior más de 1.000 toneladas.

El gran potencial exportador crea la posibilidad de atraer inversiones cada vez más elevadas en precios. En este sentido en las provincias de Entre Ríos, Buenos Aires y en la Patagonia, las mismas aumentan considerablemente.

Dicha atracción se debe a los muy buenos precios que se obtienen del exterior, que oscilan entre 13 y 18 dólares por kilo. La fruta suele alcanzar picos de U\$S 20 en la primavera y U\$S 25 en otoño. Este es un dato relevante, sobre todo si se tiene en cuenta que el costo de iniciar el cultivo ronda, sin incluir la inversión en la tierra, entre 12.000 y 38.000 dólares por hectárea.

La “performance” exportadora, de Argentina tiene en los Estados Unidos el destino del 75% de la producción local y en el Reino Unido otro 11%. En 1998 se habían exportado algo más de 50 toneladas, volumen que contrasta con las 500 de 2002, las estimaciones de 900 toneladas en el 2003 y las proyecciones de más de 1000 toneladas para 2004.

Una valoración en dólares permite determinar que el cultivo de arándano reportó en 2003 exportaciones por unos 9 millones. Con esta cifra supera los 6 millones de 2002.

Indudablemente el negocio del arándano es creciente y continuo en Argentina. Son cada vez más las áreas con producciones del fruto y las inversiones se incrementan en las zonas con mayor potencial natural para ese cultivo.

Capítulo IV

La exportación de Arándano en la Argentina

i. Evolución de las exportaciones

La primera experiencia exportadora argentina en arándanos se produjo en el año 1984 con un volumen de sólo 50 kgs.; el país de destino fue Gran Bretaña. A partir de esa fecha y hasta 1997 su participación en el comercio internacional fue prácticamente inexistente o muy reducida (ver cuadros 1 y 2 del presente capítulo). Posteriormente, aquellas crecieron a un ritmo sorprendente de más del 50% anual acumulativo en el quinquenio 1997-2001 en valor, y utilizando la misma medida las exportaciones tuvieron un crecimiento que supera el 60% en volumen.

Exportaciones Argentinas de Arándanos en volumen y en dólares

Cuadro 1: COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO DE ARÁNDANOS (Posición: 081040)								
EXPORTACIÓN (VALOR EN MILES DE U\$S)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
USA	-	-	-	289.79	875.54	1,250.32	1,604.86	3,027.11
UK	3.92	6.65	19.24	14.87	58.40	91.68	144.91	368.63
HOLANDA	-	18.30	-	3.41	28.21	80.64	58.95	116.57
FRANCIA	-	11.64	12.16	18.22	19.88	11.70	60.41	75.70
ALEMANIA	-	-	-	143.24	-	7.49	3.11	68.51
ESPAÑA	-	-	-	-	14.62	11.95	20.39	63.56
CANADÁ	-	-	-	12.20	7.56	22.52	-	24.82
ITALIA	3.36	13.86	8.87	-	-	34.71	117.22	24.44
SUIZA	-	-	0.55	-	-	1.32	9.38	23.10
JAPON	-	-	-	-	-	-	-	0.02
BÉLGICA-LUXEMBURGO	-	6.65	12.16	-	-	-	14.40	-
AUSTRIA	-	-	-	-	2.90	-	-	-
TOTAL	7.28	57.10	52.98	481.73	1,007.11	1,512.33	2,033.63	3,792.46

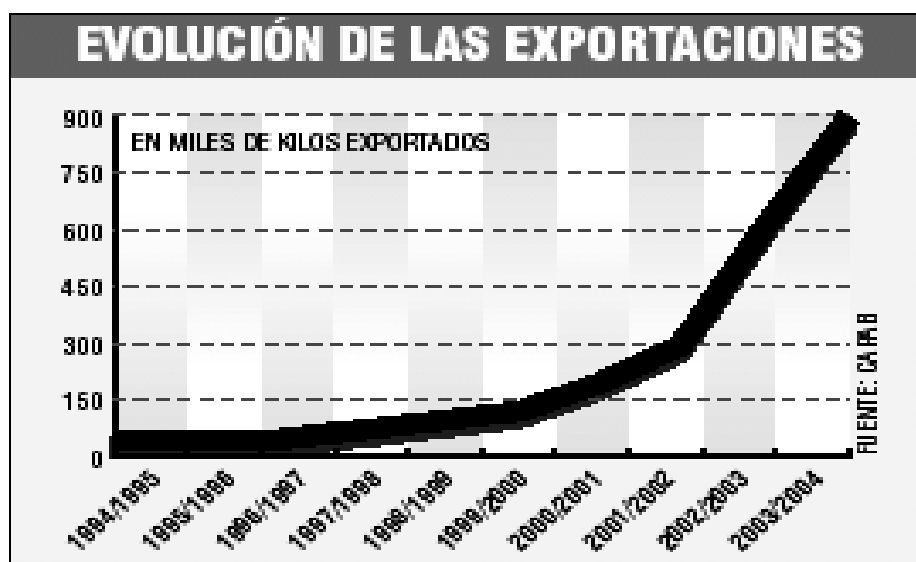
Fuente: Subdivisión propia en base a T. Von Bernard y E. Obschatko (IICA); Frutas finas (Doc. A-8)

Cuadro 2: COMERCIO EXTERIOR ARGENTINO DE ARÁNDANOS (Posición: 081040)								
EXPORTACIÓN (VOLUMEN EN KG)								
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
USA	196	-	-	14,551	46,148	65,704	140,037	217,707
UK	-	302	1,267	1,304	6,790	11,929	13,993	35,321
HOLANDA	-	831	-	288	2,283	7,387	6,270	10,264
FRANCIA	-	528	547	828	1,086	1,530	6,027	6,735
ALEMANIA	-	-	-	7,788	-	648	300	6,226
ESPAÑA	-	-	-	-	718	972	2,063	5,230
CANADÁ	-	-	-	554	880	1,998	-	2,343
SUIZA	-	-	25	-	-	180	975	2,258
ITALIA	168	629	403	-	-	2,358	10,869	2,066
JAPON	-	-	-	-	-	-	-	16
BÉLGICA-LUXEMBURGO	-	302	547	-	-	-	1,970	-
AUSTRIA	-	-	-	-	198	-	-	-
TOTAL	364	2,592	2,789	25,313	58,103	92,706	182,504	288,166

Fuente: Subdivisión propia en base a T. Von Bernard y E. Obschatko (IICA); Frutas finas (Doc. A-8)

Según informes de la CAPAB (Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries), este crecimiento aumenta en los últimos tres periodos (Gráfico n° 1).

Gráfico n°1



Fuente: CAPAB

En la campaña 2003/2004, los principales mercados para el destino de exportación continuaron siendo Estados Unidos y Canadá (68%)³⁵ y el volumen exportado fue de alrededor de 850 toneladas FOB Buenos Aires por un valor de 9 millones de dólares.³⁶

³⁵ Según datos de la Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries.

³⁶ Resumen de la Producción de Arándanos en Argentina, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 2004, www.agro.uba.ar

El resto de la demanda de arándanos argentino se encuentra atomizada en otros países del Hemisferio Norte y de alto ingreso per cápita. Se destaca entre ellos Gran Bretaña y Holanda con un 10% y un 3% en valor y un 12% y un 3,5% en volumen respectivamente.

Exportación Argentina de arándanos 2.003/2.004

Gráfico n° 2



Fuente: C.A.P.A.B.

ii. Oportunidad de crecimiento sostenido

Desde hace unos años puede observarse un crecimiento importante en las exportaciones de frutas finas. Dicho incremento de la demanda de productos frutícolas especializados obedece fundamentalmente a la dinámica del mercado internacional, donde se evidencia una tendencia positiva hacia estos productos por parte de los países con mayor poder adquisitivo.

De esta manera, si bien en Argentina los volúmenes son aún reducidos en comparación con otros países del Hemisferio Sur (en especial Chile), el arándano argentino posee en la actualidad, una incipiente presencia en el mercado internacional teniendo en cuenta que la historia del fruto en Argentina es muy reciente.

Lo interesante de este negocio es la posibilidad de alcanzar un crecimiento y exportación sostenidos. Este país posee buenas perspectivas en este sentido que surgen de considerar el alto porcentaje de crecimiento en volumen de ventas al exterior de arándano en los últimos años.

A fin de obtener una estable y consolidada posición a nivel internacional en relación al comercio del fruto es necesario, en principio, que los países demandantes consideren al arándano argentino como un producto de alta calidad. Para lograr tal objetivo, se deben tener en cuenta ciertos recaudos relacionados con su producción, algunos de los cuales se detallan en el cuadro siguiente:

Factores mas importantes a considerar para exportar con éxito

- Cosechar con el índice de madurez adecuado.
- Cultivar variedades de arándano con las mejores características en términos de color, tamaño, firmeza y cicatriz.
- Minimizar el tiempo transcurrido entre la cosecha y la puesta en frío, almacenando la fruta en lo posible a 0°C y evitando quiebres en la cadena de frío.
- Cuidar el estado fitosanitario y calidad de la fruta a la cosecha, eliminando los frutos dañados, con heridas u hongos.

Fuente: Busilacchi, Héctor, Resumen del proyecto para la producción comercialización de arándanos, Chabás, Diciembre de 1996.

A lo referido en el cuadro precedente debe añadirse un requisito fundamental que no concierne intrínsecamente a la etapa productiva pero sin la cual sería muy difícil que la exportación sea un éxito: la existencia de una política del Estado que apoye la producción y comercialización del berry y que dé respaldo y seguridad a los inversionistas.

iii. Ventaja competitiva del arándano de origen argentino

En Argentina existe una serie de ventajas competitivas y comparativas en la producción y comercialización de arándanos que

genera buenas posibilidades para que el país se posicione dentro de los primeros exportadores del fruto a nivel mundial.

De manera sucinta se mencionan:

- Existencia de condiciones naturales (suelo y clima) apropiadas para este cultivo.
- Ventaja de la contraestación para exportar a un mercado en crecimiento y de alto poder adquisitivo, que aprecia las virtudes nutritivas del fruto.
- Amplia posibilidad de producción en Argentina desde octubre hasta abril.
- Ingreso del fruto argentino en un período importante: a fines de noviembre se celebra en Estados Unidos la “Fiesta de Acción de Gracias” donde el consumo de arándanos frescos aumenta considerablemente.
- Elevado precio de exportación del arándano argentino (alrededor de U\$S 14 el kilo).
- Los períodos en el cual Argentina coloca sus producciones en el mercado exterior son: tempranas o medias tempranas. En tanto que Chile (principal competidor) exporta las medias o tardías.
- Oferta de mano de obra.

Si se analizan las ventajas descriptas precedentemente, se observa que Argentina posee grandes oportunidades de convertirse en uno de los principales países exportadores del fruto.

En primer término, la diversidad de suelos y los variados climas producto de su gran extensión le permite elegir las mejores variedades para cada región. De esto se puede inferir también que no sólo puede ofrecer diversidad de especies sino que también podría entrar en el mercado en forma continuada (desde los meses de octubre hasta abril), teniendo en cuenta que Chile, Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica concentran sus producciones en los meses de enero y febrero.

Así, Argentina se encuentra en condiciones de exportar a los mercados del Hemisferio Norte (alto nivel de ingresos), en el período donde existe una elevada cantidad de “demanda insatisfecha” debido a que aquellos no pueden producirlo ni tampoco lo pueden mantener acopiado de manera alguna.

La posibilidad de colocar sus producciones en el mercado exterior, en el período correspondiente a las primicias y tempranas o medias tempranas (es decir desde octubre a diciembre), sumado a lo expresado en el párrafo anterior –y cumpliendo rigurosamente la ley de la oferta y la demanda-, eleva enormemente el precio de la fruta fresca y, por tanto, la rentabilidad es mayor. Además se le suma el hecho de que los principales países competidores de Argentina en

contraaestación, Nueva Zelanda y Chile, llegan al mercado para fines de diciembre, alcanzando su pico de oferta recién para la primera quincena de enero. De esta forma, Argentina posee una ventana comercial exclusiva desde noviembre hasta Navidad para ubicar sus productos en un mercado compuesto por alrededor de 600 millones de consumidores que tienen incorporado este fruto en su dieta alimentaria habitual.

iv. ¿Cuáles son las amenazas y limitaciones para la exportación de arándanos?

Argentina, si bien posee importantes ventajas competitivas en la exportación del fruto, existen, no obstante, amenazas y otros factores que pueden llegar a condicionar su presencia en los mercados internacionales. Así encontramos:

- Presencia de competidores. En el Hemisferio Sur son varios los países que exportan el fruto. En primer lugar se encuentra Chile, principal productor, seguido por Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica que a pesar de ser mercados de menor dimensión sus producciones son estables.
- Elevada inversión inicial. El alto costo que genera introducirse en la producción de arándanos, de por sí limita el margen de posibilidades de acceso a un número considerable de emprendedores que no cuentan con el capital suficiente.
- Falta de incentivos a nivel estatal. La ausencia de apoyo por parte del Estado a los proyectos de esta especie (el no otorgamiento del financiamiento necesario), provoca que los potenciales inversionistas decidan incursionar en otras actividades generalmente tradicionales.
- Rentabilidad a mediano plazo: el plazo necesario que debe transcurrir para que el fruto tenga posibilidades de obtener el volumen adecuado para la exportación produce el desaliento de los posibles interesados en este rubro.

- Barrera de ingreso al mercado estadounidense. La exportación de arándano fresco argentino a los Estados Unidos solo podrá realizarse luego de aplicar una fumigación con bromuro de metilo a la fruta, antes de su internación a ese mercado.

La aplicación de bromuro de metilo es el tratamiento preventivo que requieren las autoridades fitosanitarias norteamericanas por la presencia de la “mosca del Mediterráneo” (*Ceratitis capitata* W) en Argentina, la cual, Estados Unidos considera como una plaga cuarentenaria (ver anexo).

Sin embargo, el bromurado no se requiere para la exportación a Europa, pero hasta el presente los mercados europeos pueden considerarse como secundarios, comparados con el norteamericano.

v. Análisis costo-rentabilidad de la producción del fruto

Para incursionar en una inversión de estas características es imprescindible que la evaluación previa a la misma sea objetiva y realizada en base a proyecciones ciertas y demostrables en cuanto a potencialidad productiva, rentabilidad, nivel tecnológico necesario y disponible, características, requisitos y alcance de los mercados, etc.

Según un estudio realizado para la zona de Chabás en la provincia de Santa Fe³⁷, los emprendimientos de arándanos tienen una alta rentabilidad por hectárea, ya que el VAN es de 43.765 U\$S/ha, y la TIR es del 36% (ver cuadro).

ANÁLISIS DE VAN Y TIR PARA ARÁNDANOS*										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Rendimiento (kg/ha)	-	200	800	1.500	3.000	4.500	6.000	8.000	8.000	8.000
Precio (U\$S/kg)	-	8	7	7	6	6	6	5	5	4
Total de Ingresos (U\$S)	-	1.600	5.600	10.500	18.000	27.000	36.000	40.000	40.000	32.000
Costos Varios	2.701	2.701	3.846	3.846	4.094	4.466	5.211	5.832	5.832	5.832
Inversiones	13.500	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Egresos (U\$S)	16.201	2.701	3.846	3.846	4.094	4.466	5.211	5.832	5.832	5.832
Margen neto (U\$S)	-	-	-	6.654	13.906	22.534	30.789	34.168	34.168	26.168
	16.201	1.101	1.754							
Impuesto a las Ganancias (33%)			-579	-2.196	-4.589	-7.436	-10.160	-11.275	-11.275	-8.635
Flujo de caja (U\$S)	-	-	-	4.458	9.317	15.098	20.629	22.893	22.893	17.533
	16.201	1.101	1.175							
		VAN: 43.765					TIR: 36%			
Fuente: Subdivisión propia en base a un estudio preparado por Busilacchi, H. y L' Episcopo, E. Mayo de 2003										
* El estudio se realizó para una variedad temprana de arándanos, que se puede cosechar a fines de octubre y/o principios de noviembre y para una unidad económica de 4 has (mínimo 3 has).										

Estos valores de VAN y TIR dependerán de diversas variables:

³⁷ Busilacchi, H. y L. Episcopo, E.: "Emprendimiento Arándanos Tempranos". Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina, Mayo de 2003

- Por el lado de los ingresos dependerá de las distintas variedades con sus diferentes rendimientos y precios (ya que según la variedad es el mes de cosecha y venta del fruto). También depende de la especie la cantidad de años de vida del fruto.
- Por el lado de los egresos va a depender fundamentalmente el tamaño del emprendimiento, ya que existen economías de escala, que implican que a mayor cantidad de hectáreas, los costos medios por hectárea disminuyen.

Del cuadro quedan en evidencia algunos aspectos ya comentados:

- El alto monto de inversión.
- Un período relativamente largo de recupero de la inversión, que según el estudio citado sería luego del 5to. año (esto se debe a flujos de caja negativos en los dos primeros años y levemente positivos en el 3ero. y 4to.).
- La tendencia decreciente del precio por kg.

Si bien la devaluación de 2002 produjo una franca inclinación de muchas inversiones hacia actividades relacionadas con la exportación, fundamentalmente las agropecuarias, en el caso del arándano, por ser una inversión de largo plazo, el valor del tipo de cambio no es tan importante como en otras actividades (por ejemplo, soja), y sobre todo en países como Argentina donde es muy difícil

estimar el valor de la divisa para un proyecto de 10 años o más. Por eso, los análisis de viabilidad de las inversiones en este sector se realizan en dólares, aunque es necesario aclarar que con un tipo de cambio alto la rentabilidad en pesos será mayor (y probablemente también en dólares, aunque en menor medida) que con un tipo de cambio bajo, puesto que existen ciertos bienes que no son comercializables internacionalmente, como por ejemplo la mano de obra.

vi. El desafío de explorar nuevos mercados externos

En la actualidad, como se expresó a lo largo del presente estudio, Estados Unidos se destaca como el principal mercado consumidor. Sin embargo, en Europa la demanda está creciendo considerablemente, lo cual queda justificado en el alto porcentaje (32%) de las exportaciones de arándano desde Argentina hacia aquel continente. La posibilidad de colocar el fruto argentino en Europa donde siempre se han dirigido la mayoría de sus exportaciones, generará oportunidades más concretas de crecimiento.

Otro nicho que se avizora son los mercados asiáticos. Por un lado, Japón, ha aumentado el nivel de consumo. También China está comenzando a demandar el producto. Además, existen otros no menos interesantes como Taiwán, Corea, Hong Kong, Escandinavia y México. Esto redundaría en un aumento significativo de la producción argentina si se pretende incursionar en aquellos países.

Capítulo V

Consideraciones finales

i. Propuesta

La hipótesis que inició el presente estudio fue:

¿Es posible que Argentina se convierta en el país líder del Hemisferio Sur en la exportación de arándanos?

La respuesta a este interrogante presupone una serie de consideraciones.

En primer lugar, muchos de los productores argentinos difícilmente podrán alcanzar el objetivo de colocar con éxito sus productos en el exterior aisladamente debido a que, no sólo deben soportar una inversión inicial elevada, sino también el gasto posterior que genera el proceso de conservación (para lo cual se requiere la construcción de una planta de frío y empaque propias). A fin de reducir los costos de los mismos y lograr volúmenes adecuados de exportación, en algunos sectores del país se ha optado por la formación de cooperativas.³⁸ Sin embargo, no debe descartarse otros tipos de integración o alianzas como por ejemplo, sociedades comerciales que pueden llegar a brindar iguales o por qué no mejores resultados.

En relación con los períodos de producción, Argentina, como ya se manifestó anteriormente, exporta las variedades tempranas o medio tempranas. El objetivo principal inmediato que se persigue es producir en forma estable primicia para arribar con anterioridad a los mercados del Hemisferio Norte. Sin embargo, una meta mediata

³⁸ Un núcleo de inversores localizados en Mercedes estableció una alianza con otros que cultivan arándanos en Baradero y en Zárate. Asimismo, en la cooperativa de Chabás (Provincia de Santa Fe) se adquirió una planta envasadora para uso de los productores de la zona.

podría ser lograr continuidad en el ofrecimiento del producto, de este modo se podría fortificar la relación comercial internacional y obtener así un mejor posicionamiento en el exterior. Indiscutiblemente acorde con dichos objetivos se deberían ampliar los márgenes de producción.

Otra cuestión a tener en cuenta, y que ya se comentó precedentemente, es lo siguiente: Argentina posee una clara ventaja competitiva en la producción de alimentos de alto valor basado en la disponibilidad de abundantes recursos naturales y en la calidad de los mismos. Sin embargo, falta una real concientización nacional que lleve a identificar este atributo a través de una “marca país”. Tampoco se evidencia ninguna estrategia pública permanente y sistemática en este sentido. La marca país es uno de los instrumentos posibles, que debe ser acompañado de una estrategia global de calidad y diferenciación.³⁹

No obstante, estas propuestas serán de difícil cumplimiento mientras no exista una política estatal eficaz y eficiente basada en la fijación de prioridades y en una planificación orientativa que permita asignar determinados recursos públicos (a través de la concesión de créditos y otras formas de financiación interna o internacional) que sustente los proyectos de producción y comercialización de arándanos.

³⁹ OBSCHATKO, Edith S. Y VON BERNARD, Tamara; *“Competitividad de las exportaciones argentinas de origen agropecuario según el modelo can-2000”*, Documento 3, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA - Argentina), marzo 2003.

Al mismo tiempo, el Estado, a través de los entes de promoción y apoyo a las PyMEs debe asesorar a los inversores de arándanos sobre todas las posibilidades de exportación. Para tal cometido éste debe brindar información útil, veraz y actualizada de los países demandantes del fruto con todas las condiciones necesarias para el ingreso a los distintos países (como por ejemplo, los aranceles y las barreras de ingreso).

Finalmente, relativo al consumo interno es importante un marketing adecuado para que la población conozca los beneficios que reporta el berry para la salud. El mismo debería ser realizado por los actores de la cadena agroalimentaria, las cámaras, asociaciones, cooperativas y otras entidades públicas o privadas. Obviamente que es fundamental que los precios de comercialización interna sean accesibles para la mayor parte de la población.

ii. Conclusión

En base al trabajo desarrollado y luego de realizar el correspondiente análisis sobre la evolución de las exportaciones de arándano en Argentina se puede esbozar como conclusión lo siguiente:

En primer término, es oportuno hacer referencia brevemente al mercado de consumo local donde la demanda interna es prácticamente inexistente (la rentabilidad del fruto proviene en un 100% de la exportación).

La mayoría de la población argentina, hasta el presente, si bien asocia el arándano a los denominados “frutos rojos”, no lo distingue individualmente. Este grupo de frutas finas tiene cierta repercusión en el sector de la sociedad con mayores ingresos (por el elevado precio de venta), el cual los adquiere y consume más por una cuestión de “moda” que por ser un producto con altos valores nutricionales.

Desde el punto de vista del productor, tampoco se manifiesta una conducta favorable a la introducción del arándano al mercado local. Esto se debe principalmente al precio que abonan los compradores foráneos por el fruto en contraestación. Por otro lado, en caso de observarse un aumento en la demanda interna, las producciones argentinas previsiblemente optarían por colocar su producto en el exterior, donde obviamente los beneficios serían

mayores. En este sentido, en un futuro cercano no se avizora una posibilidad de aumento del consumo nacional, ya que la demanda local continuará situándose muy por debajo de la demanda externa. Esta posición no se modificará en tanto no cambien las condiciones de la oferta y no exista una acción pública concreta tendiente a difundir las propiedades nutritivas del berry.

Referido al tema de la exportación de productos argentinos en general, es importante destacar que la crisis económica y social que indudablemente implicó un perjuicio para numerosas pequeñas empresas dependientes de insumos importados, creó el ámbito propicio para que una considerable cantidad de MiPyMEs comiencen a dar sus primeros pasos en el campo de la exportación con resultados, en muchos casos, inesperados por lo extraordinario.

En relación con el negocio de arándano en particular, varios inversores se animaron a incursionar en esta nueva alternativa de producción orientada al exterior por los generosos márgenes de ganancia que el mismo otorga. Pese a ello, de acuerdo a las entrevistas realizadas a distintos productores regionales existe aún una gran incertidumbre, falta de confianza y hasta cierto grado de desaliento en lo concerniente al cultivo debido a que, al ser una actividad nueva, es mucho lo que se debe aprender y muchos los desaciertos que todavía se cometen.

Por este motivo, es menester subrayar la labor que realizan las cooperativas zonales, asociaciones relacionadas con las frutas finas y la Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries con el objeto de unir a los productores para lograr volúmenes y abaratar costos, intercambiar conocimientos y experiencias, entre otros beneficios.⁴⁰ Estas instituciones son un buen soporte para los productores locales y también son una buena fuente de información para los potenciales inversionistas que deseen iniciarse en este rubro. No obstante, se vislumbra que una vez que se superen los obstáculos y por ende, el mercado de este berry en Argentina se consolide, el mismo experimentará un crecimiento sostenido en su producción.

También es importante señalar que se trata de un producto que además de responder a estratos de demanda de mayor poder adquisitivo, tiene un mayor valor medio que las commodities y admite ser diferenciado por características intrínsecas o añadidas, las que implican crecientes agregados de valor. Por lo tanto, compete en mercados más segmentados, menos transparentes y también menos afectados por las distorsiones comerciales. Esto permite a los productores y exportadores desarrollar nuevos mercados y “nichos”.⁴¹

⁴⁰ Conferencia del productor de arándano Miguel Parra en la FESPAL, Chabás, provincia de Santa Fe, Argentina, abril de 2004.

⁴¹ OBSCHATKO, Edith y VON BERNARD, Tamara; *“Fortalezas y Debilidades del Sector Agroalimentario: Frutas Finas”*, Documento 8, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-Argentina) - marzo 2003.

Frente a la posibilidad de acceder a nuevos y grandes mercados, los volúmenes de producción del fruto en Argentina difícilmente lleguen a cubrir una gran demanda en el corto plazo puesto que es un producto muy nuevo y, además una vez cultivado es necesario esperar varios años para que el arándano llegue a un nivel óptimo de producción. Asimismo, los emprendimientos en el país, por el momento, son en general pequeños o medianos y bastante aislados.

Pero, a pesar de las dificultades anteriormente mencionadas, Argentina posee un interesante potencial que aún no está siendo debidamente aprovechado, basado en la cantidad de recursos naturales y humanos disponibles que podrían generar productos diferenciales argentinos con una merecida “marca país” del fruto en estudio.

Cabe añadir, que una vez solucionado el problema del bromurado que reduce las oportunidades de exportar a mercados de gran envergadura, sumado a la posibilidad de utilizar la vía marítima para el transporte (lo cual redundaría en una interesante disminución del precio), el arándano argentino genera una perspectiva muy positiva en la comercialización internacional. Además, el almacenamiento y transporte en atmósfera controlada

permitirá bajar los precios del flete y acceder a una mayor rentabilidad para los productores.⁴²

Para concluir, y reiterando lo expresado en las propuestas, si Argentina aspira a posicionarse en el mercado internacional de arándano como uno de los principales proveedores del fruto en contraestación, es ineludible la acción concreta por parte del Estado. Dicha acción deberá estar respaldada por una política eficiente orientada a la promoción de las exportaciones, sustentada en la ayuda financiera concreta y en el otorgamiento de un marco regulatorio adecuado que permita un crecimiento sostenido de las ventas al exterior. Por último, es preciso tener en cuenta que el consumo del berry está aumentando a nivel mundial (sobre todo en los países desarrollados del Hemisferio Norte tanto en Europa como en Asia) y consecuentemente, una vez que Argentina desarrolle sus producciones en forma estable y creciente, las posibilidades de liderar el mercado exportador en contraestación serán altamente viables.

⁴² Informe electrónico, Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries (CAPAB), Newsletter Año 1 N° 4, Argentina, 2004.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES

“Arándanos: Esa curiosa fruta azul”, en revista Fortuna, Argentina, 20 de septiembre de 2004, www.tecnoplant.com.ar • www.capab.org.ar • www.bioext.com

“Arándanos”, en revista Riego, Argentina, números 31 y 32, noviembre-diciembre 2002.

BUSILACCHI, H. y L'EPISCOPO, E.; “*Emprendimiento: arándanos Tempranos Cosecha fin Oct/Nov*”, Chabás, Provincia de Santa Fe, Mayo 2003.

BUSILACCHI, Héctor; “*Resumen del proyecto para la producción y comercialización de arándanos*”, Chabás, Diciembre de 1996.

BRUZONE, Alfredo; “*Frutas Finas en los valles cordilleranos patagónicos*”, Buenos Aires, Dirección Nacional de Alimentación, Ministerio de Economía, 2003.

“*Cómo exportar agroalimentos*”, Gobierno de Tucumán, Argentina, 19 y 20 de septiembre 2002, www.tucuman.gov.ar

COBELO, Liliana; “*El príncipe azul entre los berries*”, en suplemento Diario Clarín, Buenos Aires, 08.05.04, www.clarin.com

CHACHOLÍADES, Miltiades; “*Economía Internacional*”, segunda edición, México D.F., Mc Graw – Hill, 1999.

“*Desarrollo de Productos de Exportación*”, Centro de comercio internacional UNCTAD/GATT, Ginebra, <http://www.intracen.org>.

“*El arándano quiere un Marketing estable y coherente*”, en revista Todoagro, 20 de julio de 2.004.

“*El príncipe azul entre los berries*”, en diario Clarín, Argentina, 2004,

Entrevista al Ing. Ricardo Jones, productor de arándanos en Oliveros, provincia de Santa Fe, Argentina, 2004.

Entrevista al Ing. Héctor Busilacchi, productor e integrante de la cooperativa de arándanos de Chabás, provincia de Santa Fe, Argentina, 2004.

Entrevista al Lic. Luciano Vaudagna, Profesor de la Facultad de Ciencias Económicas y de la Facultad de Ciencias Agrarias de la

Universidad Nacional de Rosario, provincia de Santa Fe, Argentina, 2004.

“*Esa curiosa fruta azul*”, en revista Fortuna, Argentina, 20 de septiembre de 2004.

Estadísticas, Base de datos Tradstat-Dialog,
www.dialog.com/home/spain/tradstat.html

“*Estudios de Mercado*”, Fundación Exportar de la Argentina, Argentina, 2002, <http://www.export-ar.org.ar/>,
www.argentinatradenet.gov.ar

Conferencia del productor de arándano Miguel Parra en la FESPAL, Chabás, provincia de Santa Fe, Argentina, abril de 2004.

FABIANI A, MARTÍNEZ, C Y CARLAZARA, G.; “*Cultivo de Arándano en la zona del río Uruguay*”, Concordia, Argentina, 2001.

FABIANI, Anahi; “*Comportamiento de variedades de arándano en la zona de Concordia*”, Concordia, provincia de Entre Ríos, Argentina, EEA INTA, 2001.

“*Frutas finas*”, Exporta Pymes, Argentina, 29 de Septiembre de 2003,
www.exportapymes.com.ar

GODOY, Carlos; “*El arándano: plantación y manejo del cultivo*”, Artículos de Divulgación Técnica, Unidad Integrada Balcarce, INTA, EEA-FCA, UNMdP, Balcarce, provincia de Buenos Aires, Argentina, abril de 2002.

HEGUY, Florencia L.; “*Jóvenes emprendedores: Un ejemplo a imitar*”, exclusivo Agrositio.com, 30 de noviembre de 2004.

HEYMANN, D.; “*Políticas de reforma y comportamiento macroeconómico: la Argentina en los noventa. Serie Reformas Económicas*”, Chile, Mayo 2000,
www.eclac.cl/publicaciones/desarrolloeconomico/7/1357/lcl1357e.pdf

Informe electrónico, Asociación Nacional de Productores de Arándanos de Uruguay (ANPAU).

Informe electrónico, Australian Trade Commission, 2.004,
www.austrade.gov.au

Informe electrónico, Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries (CAPAB), Newsletter Año 1 N° 4, Argentina, 2004.

Informe electrónico, Consejo Estadounidense del arándano (USHBC), Estados Unidos, 2004.

Informe electrónico, Departamento de agricultura de Estados Unidos (USDA), Informe electrónico, Estados Unidos.

Informe electrónico, Embajada de la República Argentina en Canadá, Sección Económica y Comercial, Ottawa, 2004, www.argentina-canada.net

Informe electrónico, Embajada Argentina en Estados Unidos-Consejería Agrícola, Washington, D.C., 2004.

Informe electrónico, Embajada Argentina en el Reino Unido, Sección Económica-Comercial, Londres, 2004.

Informe electrónico, “*Exportación Argentina de frutas finas*”, Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA), 2003, www.senasa.gov.ar.

Informe electrónico de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile, 2004.

Informe electrónico de la Secretaria de la Alimentación, España, 2004.

Informes de la Secretaría de Producción de Neuquén, Argentina, 2004.

Informes de: INTA (Centros Regionales Patagonia Norte y Sur), juntamente con la Secretaría de la Producción del Neuquén, el Ministerio de -Economía de Río Negro, EEA Bariloche, EEA Santa Cruz, EEA Esquel, EEA Concordia.

KOUZMINE, V.; “*América Latina: las exportaciones de productos básicos durante los años noventa*”, Serie Comercio Internacional, CEPAL, Chile, Diciembre 2001.

KRUGMAN, P., OBSTFELD, M.; “*Economía internacional, Teoría y política*”, 5ª edición, Addison Wesley, 2001.

“*La rentabilidad de un "berry de sangre azul*”, en diario La Nación, suplemento Campo, Buenos Aires, 30 de diciembre de 2004.

LEON, Alejandro; *“Cultivo de arándanos”*, en Guía frutihortícola, 8ª edición, Julio 2001.

National Agricultural Statistics Service (USDA/NASS Statistics), United States of America, <http://www.nass.usda.gov/nj/bbtoc.htm>

OBSCHATKO, Edith S. Y VON BERNARD, Tamara; *“Competitividad de las exportaciones argentinas de origen agropecuario según el modelo can-2000”*, Documento 3, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA - Argentina), marzo 2003.

OBSCHATKO, Edith y VON BERNARD, Tamara; *“Fortalezas y Debilidades del Sector Agroalimentario: Frutas Finas”*, Documento 8, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-Argentina) - marzo 2003.

OBSCHATKO, Edith y VON BERNARD, Tamara; *“Frutas Finas”*, Documento 8, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA-Argentina), marzo 2003.

Participación en la FESPAL 2004 (Feria y Seminarios Producciones alternativas), Sección Arándanos, 6 a 9 de Mayo de 2004, Chabás, Santa Fe, Argentina.

“Perfiles de mercado: arándano”, Instituto Nacional de Tecnología agropecuaria, www.inta.gov.ar/pergamino/econ/dp/perfiles.htm#arandano.

“Producción y exportación de frutas finas”, Cámara argentina de productores de arándanos y otros berries, 2003, www.capab.org.ar

“Productores de arándanos en contraestación”, en revista Dinámica Rural, suplento especial, Argentina, número 2, 2001.

“Regímenes vigentes en la actualidad para la promoción de las exportaciones”, Ministerio de la Producción de la Nación, Argentina, www.minproduccion.gov.ar/sicym/comercio/basehome/exportaciones.pdf

“Tecnología”, en diario Clarín, Buenos Aires, 2004.

“The Blueberry. Crop Estimate”, North American Blueberry Council, Estados Unidos, 26 de julio de 2001, www.blueberry.org/

TESTA, Analía, H.; *“Producción alternativa: negocio de exportación. Tiempo de cosechar arándanos”*, en diario La Nación, suplemento Campo, 13/12/2004.

Revista electrónica Estilo Agrositio, n° 4, 2.004, Argentina,
www.agrositio.com/estilo

Revista Hortícola, www.Agroguias.com

Resumen del Simposio sobre “la Producción de Arándanos en Argentina”, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 2004, www.agro.uba.ar

ROSALES, O.; *“Política económica, instituciones y desarrollo productivo en América Latina”*, en revista de la CEPAL, Chile, Agosto 1996, número 59.

SAMUELSON, P. y NORDHAUS, W.; *“Economía”*, decimotercera edición, McGraw – Hill, Estados Unidos, 1986.

SHEPHERD, William, G., *“The Economics of Industrial Organization”*. Third Edition, Prentice-Hall International, Englewood Cliffs, 1988.

TALAVERA, Pedro; *“Economía y comercio exterior en América Latina”*, Material del Master en Comercio y Finanzas Internacionales de la Universidad de Barcelona, España, Octubre 2002.

TUGORES QUES, Juan; *“La Integración y la Globalización de la Economía Internacional”*, material del Master en Comercio y Finanzas Internacionales de la Universidad de Barcelona, 2003.

Páginas Web de información económica y de comercio exterior de Argentina

CÁMARA ARGENTINA DE PRODUCTORES DE ARÁNDANOS Y OTROS BERRIES, www.capab.org.ar

COMISIÓN NACIONAL DE COMERCIO EXTERIOR,
www.mecon.gov.ar/cnce

CANCILLERÍA ARGENTINA, www.cancilleria.gov.ar/index0.html

CIENCIA Y TECNOLOGÍA PARA RECONVERTIR ZONAS AGRÍCOLAS, Entre Ríos, 13/07/02, www.ceride.gov.ar,

DIARIO CLARÍN, www.clarin.com.ar

DIARIO LA NACIÓN, www.lanacion.com.ar

DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS, www.afip.gov.ar

FEDERACIÓN AGRARIA ARGENTINA, www.faa.com.ar

HIGHBUSH BLUEBERRY COUNCIL, UNITED STATES OF AMERICA,
www.blueberry.org

INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR Y APOYO A LAS PYMES,
www.icex.com.ar

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (Argentina),
Área comercio exterior, www.indec.gov.ar

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (Argentina),
Estadísticas de las exportaciones, www.indec.gov.ar

INSTITUTO DE DESARROLLO RURAL (IDR), Mendoza,
www.idr.org.ar/pdf/4cereza.pdf,

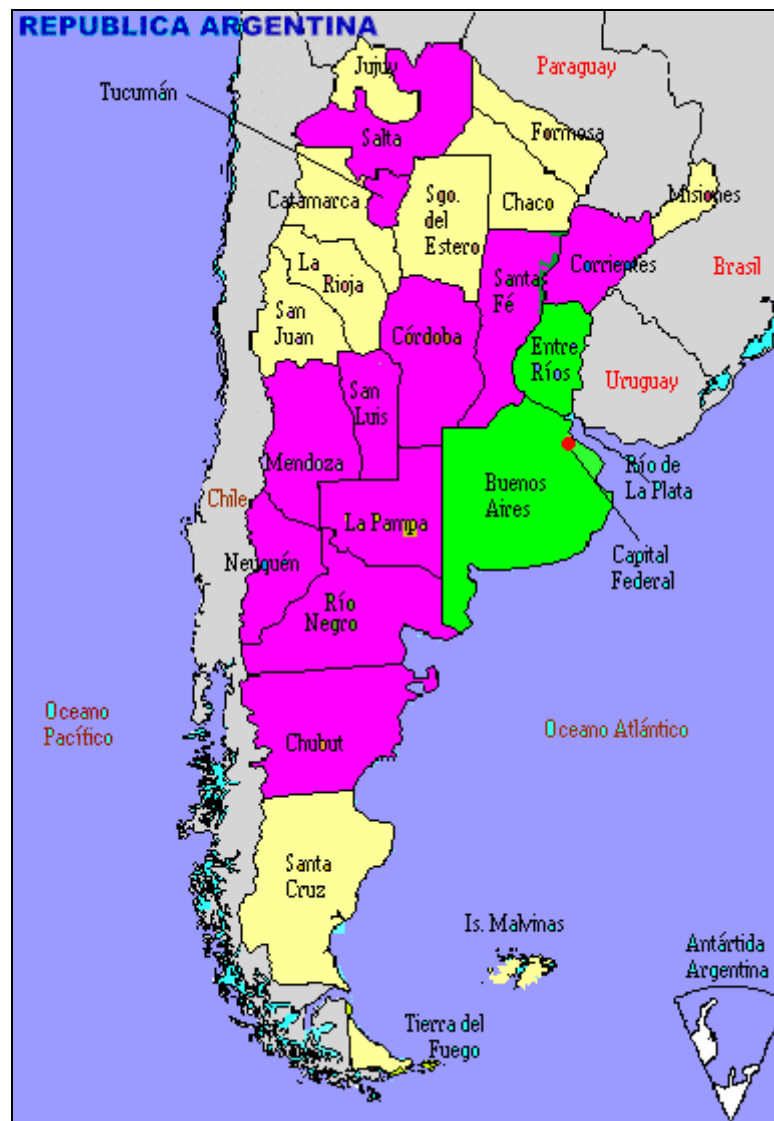
MINISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERÍA, INDUSTRIA Y
COMERCIO, (MAGIC), Santa Fe, www.santafe.gov.ar,

MINISTERIO DE ECONOMÍA DE LA NACIÓN. SECRETARÍA DE
POLÍTICA ECONOMICA, www.mecon.gov.ar,

SECRETARÍA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA,
www.sepyme.gov.ar,

ANEXO

MAPA DE LAS PROVINCIAS ARGENTINAS CON CULTIVOS DE ARÁNDANOS



Referencias

- Provincias con mayores hectáreas de cultivo de arándanos
- Provincias con menores hectáreas de cultivo de arándanos
- Provincias no cultivadas con arándanos o con producciones mínimas

**Factores nutricionales del arándano fresco para porciones de
142 grs. (5 onzas)**

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL ARÁNDANO C/142 GR			
Calorías	100,00 Kcal.	Zinc	0,16 mg.
Proteínas	0,97gr.	Cobre	0,09 mg.
Grasas	1,00 gr.	Manganeso	0,41 mg.
Carbohidratos	20,50 gr.	Vitamina C	18,90 mg.
Fibra	3,00 gr.	Tiamina	0,07 mg.
Calcio	9,00 mg.	Riboflamina	0,07 mg.
Hierro	0,24 mg.	Niacina	0,52 mg.
Magnesio	7,00 mg.	A. Pantoténico	0,13 mg.
Fósforo	15,00 mg.	Vitamina B6	0,05 mg.
Potasio	129,00 mg.	Folacina	9,30 mg.
Sodio	9,00 mg.	Vitamina A	145,00 IU

Fuente: Northeast Regional Agriculture Engineering S. y Produce Marketing Association's Labeling Facts, USA.

Exportación e importación de arándanos de España

		2000	2001	2002	2003	2004
EXPORT (KG)	001 Francia	29,709.00	52,670.00	3,220.50	7,788.50	6,322.00
	003 Países Bajos	4,200.00	23,730.00	17,201.00	36,036.00	37,323.00
	004 Alemania	273,714.44	289,370.00	373,328.00	380,026.00	329,371.00
	005 Italia	90,101.75	53,462.70	49,532.50	85,492.00	66,264.00
	006 Reino Unido	30,010.00	138,868.00	180,081.00	445,024.00	524,311.00
	007 Irlanda					130
	008 Dinamarca	1,920.00	20	2,710.00	2,250.00	419
	010 Portugal	183,226.20	18,492.00	17,663.00	34,588.20	15,719.55
	017 Bélgica	8,631.00	4,951.00	4,185.00	20,774.00	102
	030 Suecia				519	163
	032 Finlandia	300		1,200.00		
	038 Austria					4,310.00
	039 Suiza (1996-)				482	21
	044 Gibraltar				1	
	061 República Checa				240	
	204 Marruecos					3,234.00
IMPORT(KG)	001 Francia	171	2,297.00	12,319.00	9,276.00	104
	003 Países Bajos	18,710.00	26,605.00	22,671.00	41,437.00	43,368.00
	004 Alemania	42,236.00	40,261.00	34,946.00	15,496.00	25,344.50
	005 Italia	6,596.00	1,070.00	44,222.75	1,420.00	2,629.00
	006 Reino Unido	85		1,920.00		
	017 Bélgica	1,968.00	800	6,240.00	8,361.00	
	030 Suecia		8	48	210	99
	039 Suiza (1996-)	72	50			
	260 Guinea				58	
	388 Sudáfrica	240	305			
	412 México				14,380.00	5,485.50
	480 Colombia		45		12	
	508 Brasil			4,266.00	4,752.00	7,123.50
	512 Chile	11,324.00	26,826.00	25,556.00	16,227.00	1,305.00
	528 Argentina	2,122.00	5,089.00	15,646.00	12,383.00	4,426.00
	680 Tailandia	75				
	690 Vietnam		30			
	720 China		100			
	800 Australia	1,155.00				
	804 Nueva Zelanda		38			

Fuente: Secretaría General de Comercio Exterior de España, 2.004.

CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA ENTRE LA CAPAB Y EL SENASA

El día 18 de febrero del 2004 en la ciudad de Buenos Aires se firmó el Convenio Marco de Cooperación y Asistencia Técnica entre la CAPAB y el SENASA, y los específicos para la prestación de los servicios con la Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombres de la provincia de Tucumán (EEAOC), la Estación Experimental Agroindustrial del INTA de Concordia (EEAC), provincia de Entre Ríos y la Universidad Nacional de Luján (UNLu), provincia de Buenos Aires. El principal objetivo del mismo consiste en desarrollar los estudios necesarios para la revisión de la condición del fruto del arándano como hospedero de Mosca del Mediterráneo. Este proyecto incluye la inspección e incubación de muestras seleccionadas en zonas predeterminadas para observar la presencia de larvas, pupas y adultos de mosca. El SENASA audita el trampeo y muestreo de los frutos para lo cual la CAPAB facilita el desplazamiento de los técnicos y los viáticos respectivos. Durante la cosecha 2003/2004 se realizó la primera etapa de relevamiento de información y a partir de la segunda cosecha relevada ya estaríamos en condiciones de presentar un informe ante las autoridades del APHIS/USDA.

Este convenio representa un hito de suma importancia para la producción de arándanos en Argentina. La eliminación del bromuro de metilo tiene como consecuencia la mejora en la calidad de la fruta Argentina en el mercado de EEUU y redundará en beneficios económicos para todos los productores de nuestro país.⁴³

⁴³ Informe Cámara de Productores de Arándanos y otros Berries de Argentina.

ESTIMACIÓN DE RESULTADOS EXPORTACIÓN DE ARÁNDANO ARGENTINO.

Posición arancelaria argentina: 0810.40.00

Fuente: MULTIMEX, LTDA

Total Bandejas	Kg Netos Bandeja	Kg Brutos Bandeja	Total Kg Netos	Total Kg Brutos	Destino	Tarifa Aérea (U\$S / kg)	\$ / U\$S
250	1.50	1.80	375.00	450.00	NY	1.60	2.95
CONCEPTO		Total U\$S	U\$S / Bja.	U\$S / kg	Total \$	\$ / Bja.	\$ / kg
Precio Venta (C+F)		5,000.00	20.0000	13.3333	14,750.00	59.0000	39.3333
Flete Aéreo		-720.00	-2.8800	-1.9200	-2,124.00	-8.4960	-5.6640
Precio FOB		4,280.00	17.1200	11.4133	12,626.00	50.5040	33.6693
Honorarios Despachante		-80.00	-0.3200	-0.2133	-236.00	-0.9440	-0.6293
Tasa Fija SM		-10.00	-0.0400	-0.0267	-29.50	-0.1180	-0.0787
Gastos Varios		-15.00	-0.0600	-0.0400	-44.25	-0.1770	-0.1180
SENASA		-14.41	-0.0576	-0.0384	-42.50	-0.1700	-0.1133
Fitosanitario		-5.08	-0.0203	-0.0136	-15.00	-0.0600	-0.0400
Certificado de Origen		-20.00	-0.0800	-0.0533	-59.00	-0.2360	-0.1573
EdcadaSA		-25.00	-0.1000	-0.0667	-73.75	-0.2950	-0.1967
Total Gastos de Despacho		-169.49	-0.6780	-0.4520	-500.00	-2.0000	-1.3333
Precio FOB - Despacho		4,110.51	16.4420	10.9614	12,126.00	48.5040	32.3360
Comisión Multimex, Ltda.		-275.00	-1.1000	-0.7333	-811.25	-3.2450	-2.1633
Derechos - Reintegros (4%)		-171.20	-0.6848	-0.4565	-505.04	-2.0202	-1.3468
Neto de Exportación		3,664.31	14.6572	9.7715	10,809.71	43.2388	28.8259