

Comercialización y competitividad del arándano argentino

Ailyn Dell'Acqua, María Moyano, Julieta Galván,
Liliana Ríos y Corina Paz



COMERCIALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD DEL ARÁNDANO ARGENTINO



DELL'ACQUA, Ailyn J.*

MOYANO, María B.*

GALVAN, Julieta*

*Estudiantes avanzadas de la Lic. en Economía. FCE. UNT

Coordinación de la investigación:

MG. CPN Fátima Liliana del V. Ríos (EEA Famaillá. INTA)

MG. Lic. Corina Paz (Facultad Cs. Económicas. UNT)

2019



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE TUCUMÁN



El presente trabajo de investigación se realizó de manera conjunta por el área de Socio-Bioeconomía y Mercados de la Estación Experimental Agropecuaria Famaillá y la cátedra de Economía Agrícola de la Licenciatura en Economía (Facultad de Ciencias Económicas), dentro del marco del convenio que tiene el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la Universidad Nacional de Tucumán (UNT).

Resumen Ejecutivo

- La **producción** mundial de arándanos para el 2015 fue de alrededor de 66.400 toneladas.
- En una década y media, el **consumo mundial** se quintuplicó.
- Las **exportaciones mundiales** muestran una tendencia creciente a lo largo de los años. Entre el 2015 y 2016 las cantidades de arándanos **exportadas** en el **Mundo** aumentaron un 16,37% (61.452 tn). Canadá disminuyó sus exportaciones un 5,69% pasando de ser el primer exportador mundial a ser el segundo; en cuanto a Chile, se posicionó como primer exportador Mundial durante 2016 habiendo estado en 2015 en el segundo puesto.
- EE.UU. el primer **importador** (consumidor) a nivel **Mundial**, con el 48,63% del total importado mundialmente, seguido por Canadá.
- En **América del Sur** se destacan como principales exportadores: Chile, Perú y Argentina.
- La **producción en Argentina** se localiza en las regiones NOA, NEA, principales zonas productoras (86%); y Centro del país (con el 14% restante). Su principal destino es el comercio externo (98%). La mayor producción de Argentina se concentra entre los meses de octubre y diciembre.
- Actualmente es muy bajo su **consumo interno**. Para fomentar el mismo, se realizaron convenios entre el sector privado y público con la finalidad de su promoción.
- **Tucumán** es la segunda provincia productora de arándanos del **país** y la primera exportadora. La superficie productiva con arándanos en la provincia es de aproximadamente 1.023 hectáreas.
- Durante la campaña 2017 **Tucumán exportó** 6.300 toneladas de arándanos frescos y 2.500 toneladas de arándanos congelados.
- Durante el 2016 se registró el mayor **ingreso de divisas** (USD 49.417.374 FOB) derivadas del comercio internacional de arándanos tucumanos.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente trabajo es poner a disposición del público información consolidada sobre la producción y el consumo mundial de arándanos, sobre los principales países proveedores y consumidores mundiales, el comportamiento de los mismos en los más importantes mercados, sobre la producción y las exportaciones argentinas, y los períodos estacionales de exportación hacia los principales mercados de destino.

A nivel internacional, la comercialización de arándanos muestra una tendencia creciente en las exportaciones mundiales. Entre los años 2015 y 2016 tuvo un incremento del 16,37%. El principal exportador mundial es Chile.

Las importaciones mundiales están lideradas por EE.UU., con alrededor del 48%, seguido por Canadá.

En América del Sur, los principales exportadores son Chile, Perú y Argentina. El mercado de este fruto es altamente competitivo y se enfoca en lograr un abastecimiento global durante todo el año. En el mercado norteamericano, Perú se presenta como un importante competidor para Argentina, no sólo por la fecha en la que sale al mercado, sino por su fuerte competitividad en los costos laborales y de comercialización con relación a Argentina.

En pocos años Argentina logró un importante posicionamiento en el mercado internacional, especialmente en Estados Unidos, Reino Unido y Alemania. Actualmente se está buscando nuevos destinos en Europa y Asia.

En Argentina, la producción de arándanos se localiza en las regiones NOA (alrededor del 47% de la superficie) y NEA (alrededor del 39% de la superficie), quienes en conjunto representan cerca del 86% de la superficie cultivada. El 15% restante se localiza en la zona Centro del país. Casi el 98% de la producción es destinada al mercado externo.

Entre el NOA y NEA, se produce entre 7 y 8 millones de kilogramos de fruta anual.

La producción de arándanos se caracteriza por ser intensivas en la mano de obra y capital. Generan una rentabilidad considerable en superficies no muy extensas, con importantes impactos económico-social en las economías regionales.

Al tener un consumo interno muy bajo, en las últimas campañas el sector productivo en forma conjunta con el gobierno, instrumentaron medios para alentar dicha demanda accediendo a productos Premium a precios accesibles para el consumidor.

CAPITULO 1

GENERALIDADES DEL PRODUCTO



El arándano es un arbusto perenne, de ramificación basitónica, de madera leñosa, que llega a alcanzar en su madurez tres metros de altura. Posee hojas alternas, de margen entero o aserrado, que varían de 1 a 8 cm de largo, son de forma lanceolada u ovalada y de color verde pálido (Buzeta, 1997).

El fruto es una baya esférica que va de 0,7 cm a 1,5 cm de diámetro. Su color depende de la variedad y tiene secreciones cerosas, así mismo se presenta en diferentes colores como azules, negros y morados. Algunos frutos contienen hasta 100 semillas al interior del endocarpio. Comercialmente el fruto tiene una cicatriz estilar que se busca sea pequeña y seca (Muñoz, 1988).

Se trata de una fruta muy utilizada mediante diversas maneras: platos salados, dulces, mermeladas, jugos, etc. Medicinalmente por su bajo contenido de calorías es importante en la dieta, tiene propiedades antiinflamatorias y ayuda a reducir el nivel de azúcar en la sangre (Allende, 2005). El fruto ha sido muy apetecido por la gran cantidad de beneficios a la salud humana, otorgando a quienes lo incluyen en su dieta bajas calorías, alto contenido de antioxidantes y anticancerígenos (Pritts y Hancock, 1992)

1.1 Calidad del fruto del arándano

La calidad está definida por una serie de factores agrupados como: *calidad visible*, *calidad organoléptica* y *calidad nutritiva*.

La *calidad visible* se refiere a la apariencia de la fruta, la cual en arándanos se define como:

1. Un fruto de color azul uniforme
2. Presencia de cera en la superficie de la fruta (conocida como *bloom*) que el consumidor relaciona a una fruta fresca
3. Ausencia de defectos como daño mecánico y pudriciones
4. Forma y tamaño de la fruta
5. Fruta con firmeza adecuada

La *calidad organoléptica* está determinada por un contenido adecuado de azúcares, ácidos y compuestos volátiles responsables del aroma característico de la fruta. Por lo tanto, toda la operación de pre cosecha y post cosecha deben ir orientadas a maximizar la llegada de un producto de calidad hasta el consumidor. Los índices de calidad normalmente usados por la industria de fruta fresca son: color, tamaño, forma, ausencia de defectos, firmeza y sabor (Defilippi y col., 2013).

En relación a su *calidad nutritiva*, el arándano tiene un bajo contenido calórico, es pobre en grasa y en sodio. No posee colesterol, es rico en fibras y minerales, destacándose su alta concentración en vitamina C. Posee propiedades antioxidantes que actúan contra los radicales libres, disminuyendo así la probabilidad de contraer cáncer y enfermedades coronarias (Gordó, 2008).

1.2 Variedad a producir. Variables de definición

Para definir la variedad de arándano que se producirá, se deben considerar los siguientes aspectos:

- Destino de la producción: fresco, congelado, o ambas
- Adaptación climática a la localidad: requerimientos de frío
- Períodos de floración y cosecha
- Rendimiento
- Calidad organoléptica del fruto: presencia de semillas, color, sabor, calibre y piel suave
- Resistencia al estrés de la planta a condiciones ambientales extremas.
- Vigor y resistencia a enfermedades
- Facilidad de cosecha: piel firme al desgarro, separación del pedicelo del fruto
- Buena condición de pos cosecha del fruto: cicatriz pequeña, retención de la capa de pruina
- Resistencia a enfermedades

En función de estas características y el destino de la fruta, el productor define la variedad a utilizar en cada campaña (Undurraga y Vargas, 2013).

1.3 Requerimientos de suelo y clima

El arándano prefiere suelos ácidos con pH entre 4 y 5 para su desarrollo, livianos con abundante porosidad y materia orgánica (Valenzuela, 1988). Suelos que presentan alto contenido de calcio o fósforo no son buenos para el cultivo del arándano, así como tampoco son convenientes suelos calcáreos donde se presentan deficiencias en fósforo (Valenzuela, 1988).

El arándano requiere de humedad constante, es sensible a terrenos con poco drenaje y en terrenos saturados podría morir en pocos días (Valenzuela, 1988). El medio para el crecimiento óptimo del arándano son aquellos suelos que poseen buena porosidad que es útil para mantener constante la humedad y mantener buena oxigenación (Soto, 1993).

La temperatura es un factor importante en el crecimiento de esta planta ya que para la floración son necesarias temperaturas de 24°C (García y García, 2010). Meyer y Prinslo (2003), reportan que los mejores frutos se dan con temperaturas nocturnas de 10°C y diurnas de 26°C. Asimismo mencionan que un óptimo de temperatura es entre 20°C y 25°C.

1.4 Ciclo del cultivo del arándano

Según Carrera (2012), el crecimiento y el desarrollo son constantes de modo que la etapa de establecimiento del cultivo se da entre el primero y el segundo año después de la siembra; las primeras cosechas se realizan entre el tercer y el cuarto año y la estabilización de la cosecha se da a los 7 años. Darnell y col. (1992) y Meyer y Prinsloo (2003), presentan el ciclo anual de desarrollo, el cual está dividido en estados que se suceden en relación a las estaciones:

- Desarrollo vegetativo, que es el crecimiento de los ápices vegetativos y acumulación de carbono y de reservas de nutrientes;
- Botón floral de iniciación, cuando se da inducción a la floración y la transición de los ápices de vegetativo a reproductivo;
- Dormancia, cuando no hay crecimiento de meristemos vegetativos ni diferenciación de estructuras vegetativas;
- Floración, cuando se llevan a cabo procesos biológicos como la polinización y fertilización;
- Desarrollo del fruto, junto con el crecimiento de estructuras vegetativas y el crecimiento y la maduración de las estructuras reproductivas.



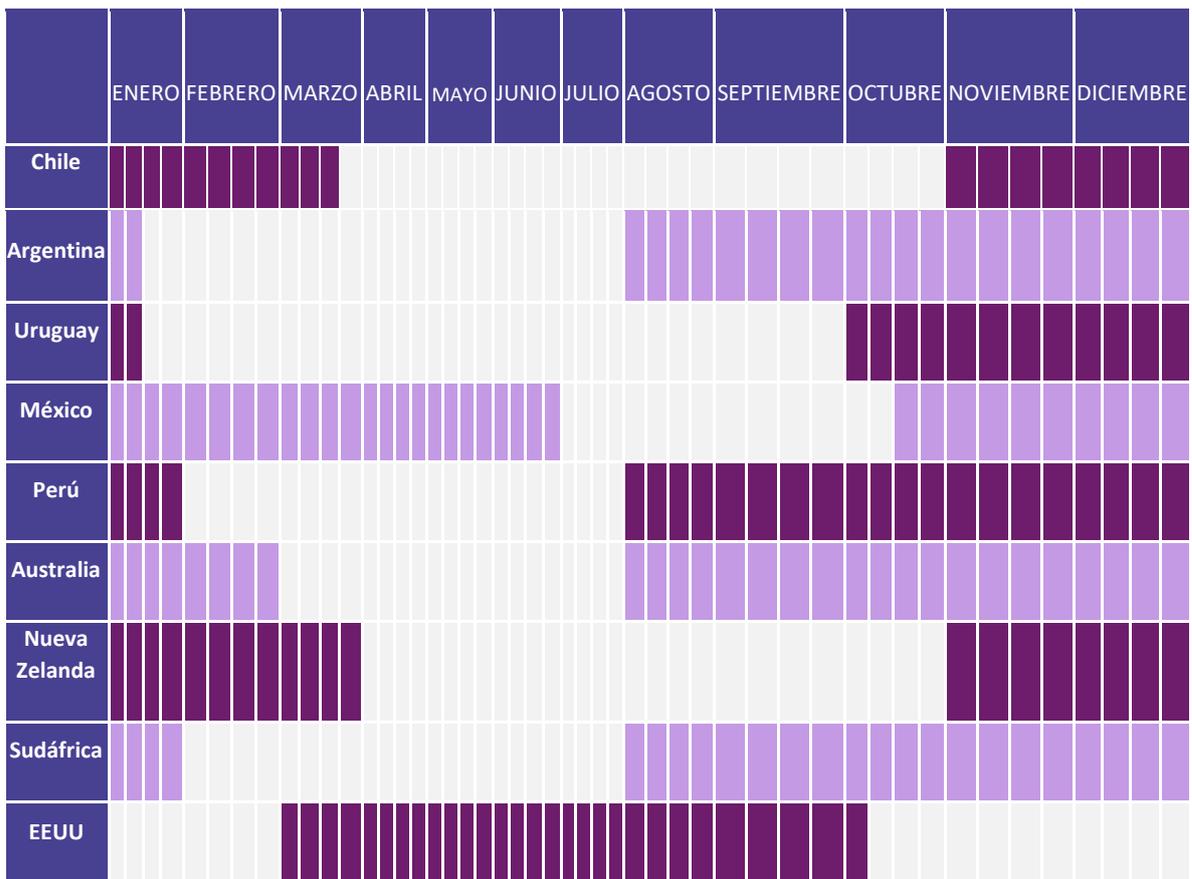
CAPITULO 2

COMERCIO INTERNACIONAL

El intercambio internacional o comercio internacional fue definido por diferentes autores como aquellas actividades que tienen como finalidad el intercambiar bienes y servicios entre diferentes países, ajustándose los mismos a diferentes normativas que rigen estos actos.

En el caso particular del intercambio comercial de arándano a nivel mundial, una de las variables que mayor incidencia tiene es el comercio en contra estación, ya que se trata de un fruto de estación, por lo que no se encuentra disponible todo el año. Pero estratégicamente existe una amplia cantidad de productores alrededor del globo tanto en el hemisferio Norte como el hemisferio Sur, que permite cubrir la demanda del fruto en distintas estaciones, por lo que el mercado de arándano se encuentra provisto todo el año (Cuadro 1).

Cuadro 1. Calendario Mundial de la producción de arándano. FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Gobierno del Principado de Asturias (www.serida.org).



2.1 PRODUCCION Y CONSUMO MUNDIAL

La producción mundial de arándanos ascendió de 23.600 millones de toneladas en 1995 a 66.400 toneladas en 2015.

El consumo de arándanos en el mercado mundial se da principalmente en el consumo fresco, marcado por el 65% de los volúmenes totales. El mismo tuvo un gran crecimiento en los últimos 15 años; desde 2001 hasta 2016 ha aumentado un 440,14%, es decir que se ha quintuplicado en una década y media.

Los diez productores más importantes son los Estados Unidos, Canadá, Chile, China, Polonia, Perú, México, España, Argentina y Marruecos; y la producción total de arándanos de estos diez países supone el 90% de la cantidad producida en todo el mundo.

2.2 EXPORTACIONES A NIVEL MUNDIAL

A pesar de que el arándano es una especie de reciente introducción en la fruticultura mundial, el crecimiento de la producción y consumo que se ha observado en los últimos años de este fruto es notoria.

Para el análisis de la dinámica de demanda y oferta de arándano a nivel Mundial se tomó como fuente de información, las estadísticas de TRADE MAP. De las mismas surgieron las siguientes características en cuanto al origen de las ofertas para el año 2016:

En el hemisferio norte:

Canadá es el principal referente con el 23,08% de las exportaciones mundiales; luego se sigue Estados Unidos con el 10,51%; España con un 8,26%; y los Países Bajos con un 5,23%,

En el hemisferio sur:

Se destaca principalmente Chile con 25,91% de la producción mundial quien ocupa el primer lugar del ranking de exportadores mundiales; le sigue Perú con un 6,24%, quien fue la sorpresa de los últimos años al mejorar su desempeño; Argentina con 3,88% y México con un 1,92%.

La Figura 1 muestra los principales exportadores en el año 2016 con su participación en las exportaciones mundiales siendo Chile el primer exportador a nivel Mundial, como ya mencionamos, seguido por Canadá, EE.UU, España y Perú. Argentina se ubica en el puesto nº7.

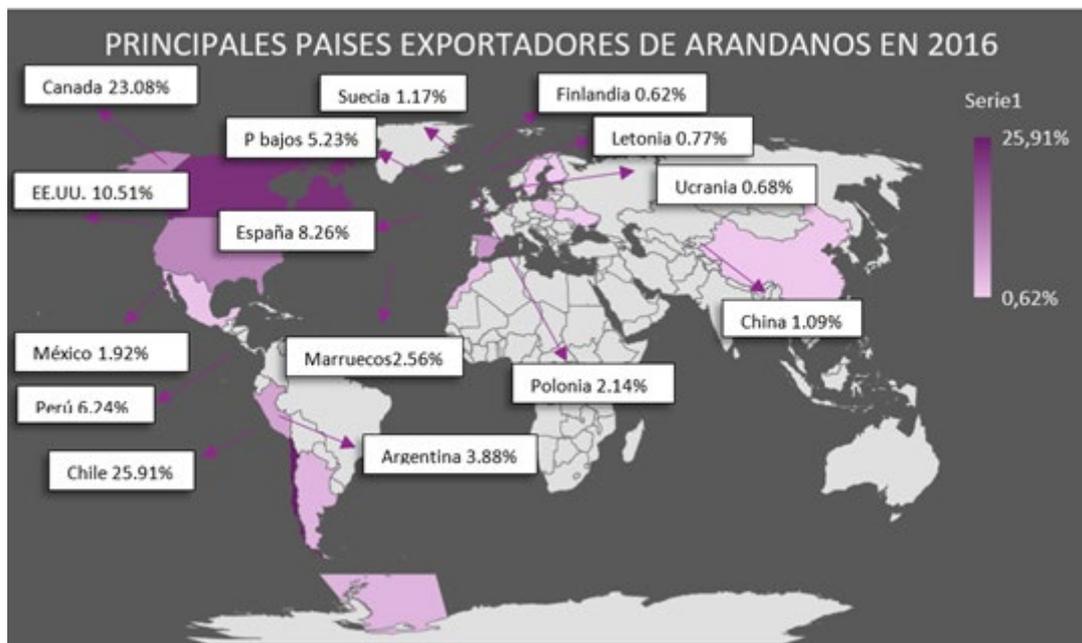


Figura 1. Principales exportadores de arándano a nivel mundial (2016). FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

La variación de los volúmenes de exportación a nivel mundial ha mostrado un crecimiento significativo (Figura 2). Desde 2001 hasta 2016 el incremento fue del 331,69%, es decir que en 15 años cuadruplicó los volúmenes exportados en 2001. Aunque debe mencionarse que dicho crecimiento no fue constante o uniforme, ya que hubo temporadas que los mismos tuvieron una baja ya sea por cuestiones climáticas o situaciones financieras negativas en el contexto.



Figura 2. Evolución de los volúmenes exportados a nivel mundial (tn). FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

El análisis de estas situaciones y su impacto en las exportaciones fueron analizadas mediante el comportamiento de la Tasa de Crecimiento anual, el cual

se ve reflejado en la Figura 3, mostrando la variabilidad de la misma entre los años 2002-2016.

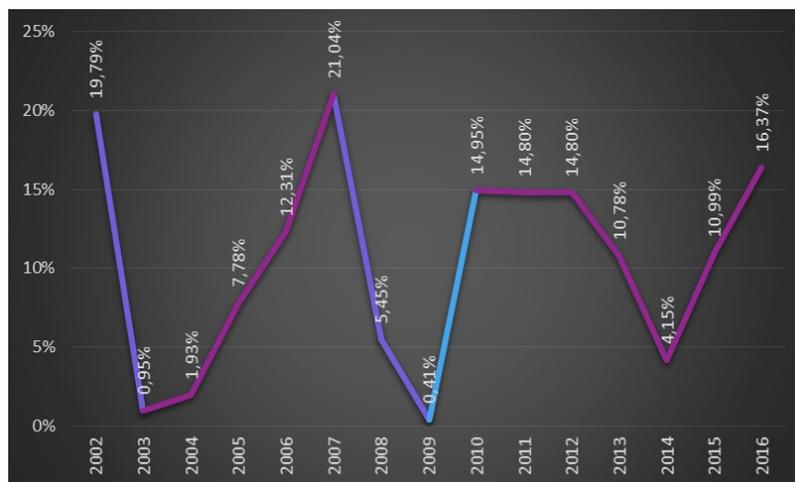


Figura 3. Tasa de crecimiento anual de volúmenes de exportación 2002-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

Las crisis financieras mencionadas anteriormente estuvieron asociadas a las siguientes situaciones:

- 2001-2002: Como consecuencia de los atentados del 11 de septiembre de 2001 en EE.UU., se generó un impacto negativo en las diferentes Bolsas internacionales. Por ejemplo, Tokio cayó más del 6%, y las bolsas europeas llevaron a los inversores a refugiarse en el oro y bonos del tesoro estadounidense.

Por otro lado, en el caso particular de Argentina, su economía atraviesa una fuerte crisis, donde cae la paridad fija del peso-dólar y suspende el pago de la deuda, constituyendo la mayor quiebra de la historia. Esto impacta de manera negativa en el crecimiento de las exportaciones, reflejándose en una fuerte caída, aumentando menos del 1% respecto al año anterior

- A partir de 2003 la tasa de crecimiento se recupera paulatinamente alcanzando los mayores niveles de crecimiento en volumen de exportación en 2007 con un 21% de variación anual respecto al año anterior.

- 2008-2010: se produce una Gran Recesión que tiene origen en EE.UU. como consecuencia en la caída de los bancos estadounidenses, crisis hipotecaria y la “burbuja Inmobiliaria”.

Por otro lado, la crisis de la deuda europea y la guerra de divisas en 2010.

Todo esto genera una fuerte caída en la tasa de crecimiento anual, que desestabiliza la economía de los principales exportadores y el mundo en general. Se alcanza la tasa más baja de crecimiento, de un 0,41% anual. Pero pese a esto a partir de 2009 la tasa se recupera para alcanzar finalmente un 14,95%.

- 2010-2012 la tasa de crecimiento permanece constante.
- 2013-2014 nuevamente el comercio internacional muestra una fuerte caída.
- 2015-2016 se recupera notoriamente alcanzando un crecimiento del 16,37% respecto al año anterior.

Este aumento de la oferta de la demanda mundial se ha debido no sólo al comportamiento de los principales exportadores, sino que a este proceso se han incorporado nuevos países en la medida que los precios aumentaban, convirtiendo al arándano en un proyecto rentable. Un ejemplo de esto son las mejoras en el desempeño de países productores, principalmente del hemisferio sur como Perú y Chile. Y la incorporación de otros países que, si bien no entran dentro de los principales “rankings”, contribuyen al crecimiento de las exportaciones.

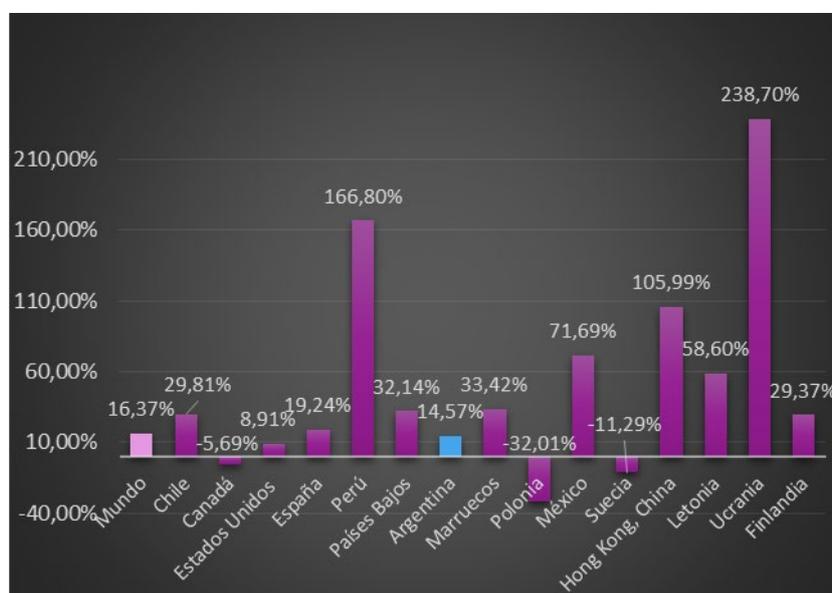


Figura 4. Variaciones porcentuales de las cantidades exportadas de arándano de los principales países entre el año 2015-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

Entre el 2015 y 2016 las cantidades de arándanos exportadas en el Mundo aumentaron un 16,37% (61.452 tn).

Argentina aumentó sus niveles en un 14,57% (2.154 tn) pasando del puesto 6 en el Ranking al 7 en 2016 (Figura 4).

Lo que respecta al resto de los países del “ranking” de exportadores, los mejores desempeños lo tuvieron Ucrania quien aumentó su nivel de exportación en un 238,70%, es decir más que triplicó su desempeño como exportador, lo que le permitió entrar dentro del “ranking” pasando del puesto 24 al 14; seguido de Perú que tuvo una variación en su nivel de exportación de un 166,8% casi triplicando sus exportaciones respecto al año anterior, con lo que pasó del puesto

8 al 5 superando a Argentina; luego China cuya variación fue de un 105,99% con ello se ubicó en el puesto 12 luego de estar en el 15 y por último México con un 71,69% que pasó del puesto 11 al 10 (Figura 4).

En cuanto a los principales exportadores mundiales, EE.UU. aumentó sus exportaciones en un 8,91% manteniéndose en el puesto 3 al igual q el año anterior; Canadá disminuyó sus exportaciones un 5,69% pasando de ser el primer exportador mundial a ser el segundo, en cuanto a Chile, se posicionó como primer exportador Mundial durante 2016, habiendo estado en 2015 en el segundo puesto, España aumentó sus exportaciones un 19,24% y se mantienen en el puesto 4 al igual q el año anterior y por último Países Bajos que aumentaron sus exportaciones un 32,14%, pero fue desplazado por Perú pasando del puesto 5 al 6 (Figura 4).

2.3 IMPORTACIONES A NIVEL MUNDIAL

Según las cifras disponibles en Trade Map (Figura 5), los principales importadores en el año 2016 fueron: EEUU, con el 48.63% del total importado mundialmente, seguido por Canadá con el 10,31% (que junto a EEUU tienen una gran tradición de consumo que data de año), Reino Unido (9,83%), Países Bajos (6,12%), Alemania (4,31%), China (3,66%), etc.

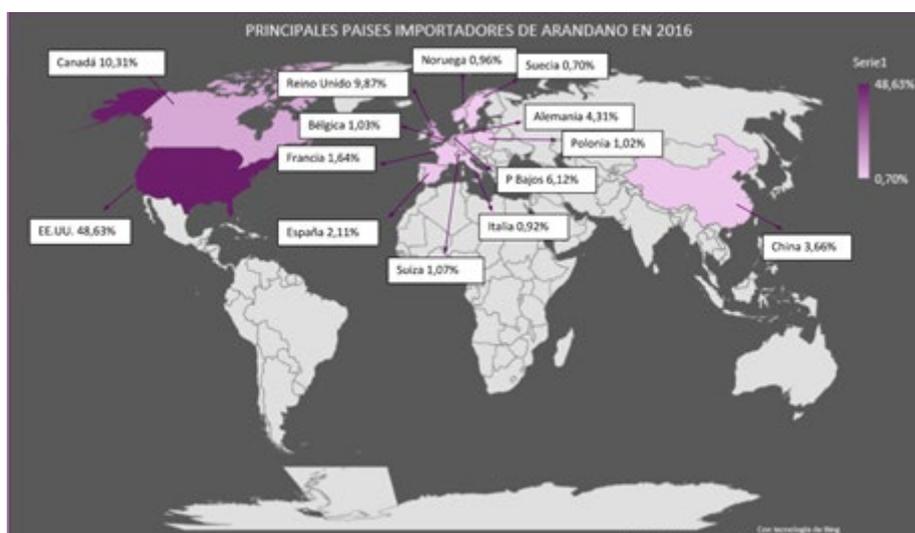


Figura 5. Principales importadores de arándano a nivel Mundial (2016).
FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

Al igual que en el caso de las exportaciones, las importaciones también tuvieron una tendencia creciente, pero el ritmo de crecimiento varió en los distintos periodos (Figura 5) bajo análisis.

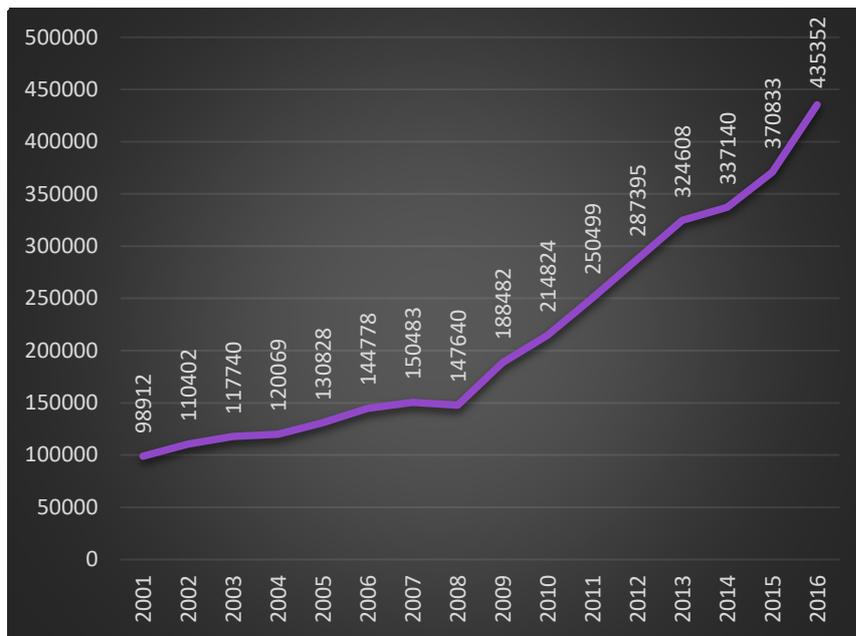


Figura 6. Evolución de los Volúmenes importados a Nivel Mundial (tn) 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

Se realizó asimismo un análisis del comportamiento de la tasa de crecimiento de las importaciones (Figura 7), la misma refleja la caída de dicho crecimiento que coincide, al igual que en caso de las exportaciones, con los periodos de crisis detallados anteriormente.



Figura 7. Tasa de crecimiento de las importaciones 2001-2015. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de Trade Map.

CAPITULO 3

PRODUCCIÓN Y COMERCIO NACIONAL

3.1 PROVINCIAS PRODUCTORAS

En Argentina la producción de frutas finas (berries y cherries) se ha convertido en una actividad agroindustrial de suma importancia, debido a los variados productos de alta demanda que ofrece, a la generación de empleos y, asimismo, al fuerte impacto económico que esta clase de cultivos produce en las economías regionales donde tienen lugar.

Según revisión de diversas fuentes, podemos decir que en nuestro país la difusión del arándano comenzó a principios de la década del 90, sin embargo, es a partir de 1994, año en que EE.UU. habilita el ingreso del producto argentino, cuando comienzan a analizarse con mayor interés las posibilidades de producción y exportación. El arándano es un cultivo no tradicional en el que se incursiona para satisfacer la demanda de países del Norte, consumidores en contra estación.

Hasta el año 2001 el 72 % de las plantaciones se ubicaba en la provincia de Buenos Aires, el 17 % en Entre Ríos y el 4 % en Corrientes. Nuestro país llegó a tener 4.200 hectáreas en 2007. El sector debió soportar varias crisis siendo la peor la del año 2008.

La superficie destinada al cultivo durante el 2017 es de alrededor de 2.750 hectáreas, las que se encuentran distribuidas en 3 regiones: Nordeste (38%), Noroeste (48%) y Central (15%). En cuanto a producción, la región NEA incluye las provincias de Entre Ríos y Corrientes; el NOA, a Tucumán, Salta y Catamarca; y la región Central está compuesta exclusivamente por Buenos Aires (Kirschbaum, 2017;2018) (Figura 8).

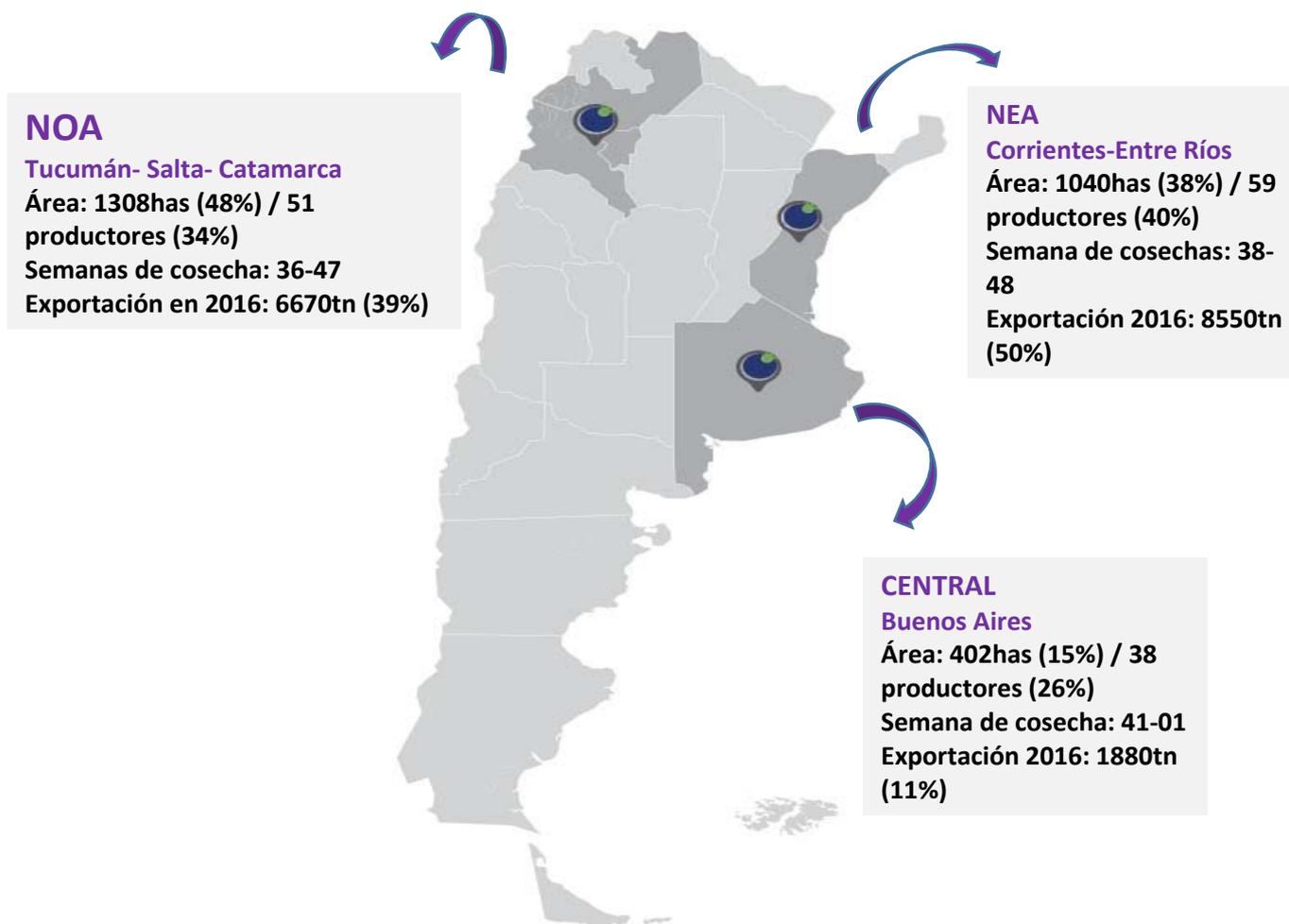


Figura 8. Principales zonas productoras en Argentina (2016). FUENTE: Argentinean Blueberry Committee (ABC).

Las geolocalizaciones de las plantaciones de arándanos mutaron de manera importante en los últimos años trasladándose en su mayoría al NOA y NEA, quienes hoy poseen el 86% de las hectáreas cultivadas del país.

Cuadro 2. Destino de la producción Nacional de arándano 2016. FUENTE: Argentinean Blueberry Committee (ABC).

PRODUCTO	KGS PRODUCCION 2016	
Fresco exportado	17.100.000	77%
Congelado exportado	3.000.000	14%
Fresco Mercado Interno	2.000.000	9%
Total producción 2016	22.100.000	100%

El sector ha realizado importantes inversiones para procesamiento (consistente en clasificación, enfriamiento y desinfección de la fruta) y empaque. La cosecha y clasificación son manuales, con alto requerimiento de personal, especialmente femenino, durante los meses de recolección, motivo por el cual este cultivo es un importante generador de empleos.

Lo que caracteriza a las plantaciones de arándanos es que se trata de producciones intensivas en mano de obra y capital. Generan alta rentabilidad en pequeñas superficies y son movilizadoras de las economías locales y regionales.

Las plantaciones de arándanos argentinos se encuentran muy tecnificadas en los sistemas de riego, control de heladas y mecanización en la etapa del empaque, donde se separa el producto por calibre, firmeza y color. Sin embargo, el objetivo actual del sector arandanero es producir más y mejor, profundizando su posicionamiento en el mercado externo a través del perfeccionamiento de los cultivos de manera integral (Padin, 2018).

3.2 CONSUMO INTERNO

En relación al consumo interno de esta fruta, es prácticamente inexistente, por lo que hasta el momento, producción y exportación son cifras prácticamente similares.

El mercado interno está desarrollándose, debido principalmente al cierre de algunos mercados y la aparición de nuevos e importantes competidores. Esto llevó a que el sector productivo-industrial implemente nuevas estrategias de promoción y consumo en el mercado interno. Tal es así que los productores del sector en conjunto con Argentina Blueberry Committee (ABC), emprendieron un proyecto que tiene como objetivo incentivar el consumo interno.

Como una estrategia para promocionar el consumo interno, tanto el gobierno como el sector productivo, implementaron acciones para estimular el consumo de arándano. Dicho proyecto se conoció como “Semana del Arándano” en la cual se resaltaron principalmente sus características nutricionales y los beneficios que tienen para la salud.



A nivel país, los productores de las distintas regiones se encuentran asociados a distintas entidades, como una estrategia destinada a fortalecer la competitividad de la actividad. Entre una de ellas podemos mencionar lo realizado por ABC, quien lleva a cabo diversas actividades relacionadas a mejorar la comercialización del arándano. Actualmente está liderando un

Programa de Calidad de Arándanos a nivel nacional, cuyo objetivo es unificar las normativas de calidad con las que trabajan productores y exportadores en la actualidad, trabajando bajo parámetros internacionales que aseguren la máxima calidad de la fruta argentina. El programa se encuentra en la fase inicial de implementación y se realiza conjuntamente con las Asociaciones de Productores de cada zona (Tucumán, Concordia y Buenos Aires), asegurando así, la implementación a nivel nacional.

Las siguientes instituciones u organizaciones son las relacionadas con el sector:

- ABC (Argentina Blueberry Committee)



- APAMA (Asociación de productores de Arándanos de la Mesopotamia Argentina)



- APRATUC (Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán)



- CAPAB (Cámara Argentina de Productores de Arándanos y otros Berries, Buenos Aires)



3.3 VARIEDADES COMERCIALIZADAS

Argentina posee características agroecológicas diferenciales que le permiten obtener fruta de primicia destinada principalmente al hemisferio Norte: Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.

Al ser productos en "contra estación", estos cultivos poseen atractivas ventajas: con el uso de variedades tempranas y un buen manejo planificado, Argentina tiene la posibilidad de producir desde agosto y posicionarse en el mercado internacional de frutas finas.

La mayor producción de Argentina se concentra entre los meses de octubre y diciembre, momento en que el mercado está desprovisto y los precios son mayores.

Cuadro 3. Calendario argentino de producción de arándano. FUENTE: Elaboración propia en base a datos de Argentinean Blueberry Committee (ABC).

	AGOSTO	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE		
VARIEDAD	32-35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
Snowchaser																
Sopphire																
Springhigh																
Emerald																
Primadonna																
Jewel																
Star																
Bluecrisp																
Onreal																
Misty																
Abundance																

3.4 EXPORTACIONES ARGENTINAS

La economía argentina es la tercera en importancia en América Latina, pero su bajo volumen de exportaciones lleva a que su presencia en el comercio internacional no refleje esa relevancia. En 2017 el país exhibió la tasa de crecimiento exportador más bajo de América Latina y el volumen de sus ventas externas apenas superó el 10% del PBI.



Figura 9. Índice de crecimiento de las exportaciones Argentina 2002-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

El arándano constituye la tercera fruta de exportación de la Argentina.

Las exportaciones de arándanos del país en promedio crecen año a año. Entre el año 2001 y 2016 dicho crecimiento estuvo alrededor del 5.760% (Trademap). Es un mercado con una amplia demanda y con grandes perspectivas de crecimiento. Su evolución entre los años 2001 – 2016 (Figura 10), muestra una tendencia ascendente.



Figura 10. Evolución del volumen de exportaciones Argentinas de Arándanos. 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

Dentro de éste periodo, en el año 2013 mostró una caída de alrededor del 18% en los niveles exportados, la cual tuvo como principal origen razones climáticas. Fuera de este año que fue atípico, el comercio del fruto continúa con una clara tendencia ascendente.

En la búsqueda de nuevos mercados, Argentina empezó un proceso de negociación con china para empezar a exportar hacia ese país. En 2018 se cerraron las negociaciones con la posibilidad de que los arándanos argentinos sean exportados al país asiático, implicando ello una importante oportunidad de expansión para el mercado local.

En relación a la logística de comercialización de los arándanos argentinos para su comercialización internacional, el mismo se realiza por vía aérea, ya que se trata de un fruto altamente perecedero y muy delicado en su tratamiento. El arándano necesita llegar lo más rápido posible a destino, conservado en cámaras de frío que garanticen la calidad y presentación del producto. Casi el 90% de su producción se envía por este medio. El país cuenta con dos aeropuertos internacionales desde donde parten las cargas: el Aeropuerto Internacional de Ezeiza (Buenos Aires) y el Benjamín Matienzo (Tucumán).

En comparación con la carga marítima, los costos son muy altos y comienzan a marcar diferencia respecto a los nuevos competidores que aparecen en el mercado. En los últimos años emergió con fuerza la producción de Perú, que exporta su mercadería por el mar, reduciendo valores de envío. Se estima que

el costo de enviar la fruta vía aérea es de 2,50 dólares el kilo, mientras que el costo por mar es de 50 centavos dólar.

Las razones del éxito en este agro negocio tienen una explicación; se trata de un fruto altamente perecedero que los estadounidenses y europeos no pueden mantener en fresco por largo tiempo. Así, en otoño-invierno deben importar, indefectiblemente, por la enorme demanda sustentada en sus tradiciones.

3.5 PRODUCCIÓN ORGÁNICA

En el mercado mundial es cada vez mayor la demanda y presencia de productos orgánicos, situación está que también la tuvieron presente el sector arandano argentino por lo que, con el apoyo de políticas gubernamentales, decidieron apostar a ésa diferenciación y satisfacer esos nichos de mercados.

De acuerdo a información del Argentinean Blueberry Committee (ABC), a 2017 Argentina cuenta aproximadamente con unas 600 hectáreas de arándanos con certificación orgánica. De las mismas, 430 ha se ubican en el NOA, 120 ha en el NEA y 50 ha en Buenos Aires. Desde ABC estiman que el precio del arándano orgánico en el mercado es un 25% más alto que el convencional, debido al mayor cuidado y demanda de mano de obra que requiere la producción orgánica. A ellas podrían sumarse más superficies ya que el país cuenta con las condiciones edafoclimáticas óptimas para el desarrollo del mismo.

Los beneficios de éste tipo de cultivo, no sólo está relacionado con la calidad del producto a obtener, sino también por los buenos precios a lograr y por su contribución al medioambiente.

CAPITULO 4

MERCADO REGIONAL

4.1 DISTRIBUCIÓN POR PROVINCIA

En la región NOA las provincias que participan de la producción de arándano son Salta, Catamarca y Tucumán. De acuerdo a registros de la Asociación Productora de Arandaneros de Tucumán (APRATUC), entre las tres provincias alcanzan alrededor de 1.337 ha cultivadas, aproximadamente 29 ha más que el año anterior.



Figura 11. Principales zonas productoras en el noroeste argentino (2016). FUENTE: Sistema Estadístico Provincial (SEP). Tucumán.

El NOA tiene el 48% de la superficie de arándano del país, lo cual no es sinónimo de mayor producción. La producción no solo está ligada a la superficie sino también al rendimiento, es decir, a las toneladas que se pueden cosechar por hectárea.

Las plantaciones en Concordia en general son más antiguas y las plantas ya han alcanzado su clima productivo. En Tucumán, en cambio, prácticamente todas las variedades antiguas han desaparecido y la renovación varietal de los campos es constante, introduciéndose continuamente genética más nueva de mayor precocidad, productividad y/o mejor calidad. A ello se suma que nuevas hectáreas de a poco se van incorporando al cultivo arándano. Todo esto trae como resultado que las plantaciones en el NOA sean todavía muy jóvenes, con la consecuente menor productividad, si se compara con las plantaciones maduras del NEA.

Cuadro 4. Distribución de superficie cultivada con arándanos en el NOA. Clasificado por campos productivos. FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la APRATUC. Censo 2017

Rango de ha	% Campos	ha/Rango	Campos
1 a 5	9	21	5
5,1 a 10	26	115	14
10,1 a 30	45	438	24
más de 30	20	763	11
TOTALES		1.337	54

Cuadro 5. Distribución de la superficie productiva según provincias. FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la APRATUC. Censo 2017.

DEPARTAMENTO	CAMPOS	HECTÁREAS 2017
Burruyacú-Tucumán	1	4
Yerba Buena-Tucumán	1	5
Lules-Tucumán	4	59
Famaillá-Tucumán	6	117
Monteros- Tucumán	18	579
Chicligasta- Tucumán	10	225
Simoca-Tucumán	1	4
Juan B. Alberdi-Tucumán	6	93
La Cocha-Tucumán	2	37
Metán- Salta	1	180
Santa Rosa-Alijilán- Catamarca	4	34
TOTAL	54	1337

4.2 VARIEDADES PRODUCIDAS EN LA REGIÓN NOA

Todos los años disminuyen las ha con las variedades Oneal y Millenia. Se suspendieron las plantaciones de la variedad Snowchacer y se incrementaron las variedades como Farthing y San Joaquín. Emerald es la variedad más cultivada (24% del total).

Principales variedades del NOA



- JEWEL
- MISTY
- SNOW CHASER
- STAR

Entre los años 2014-2017 el uso de las diferentes variedades mostró diferentes comportamientos respecto a las decisiones adoptadas por el sector productivo.

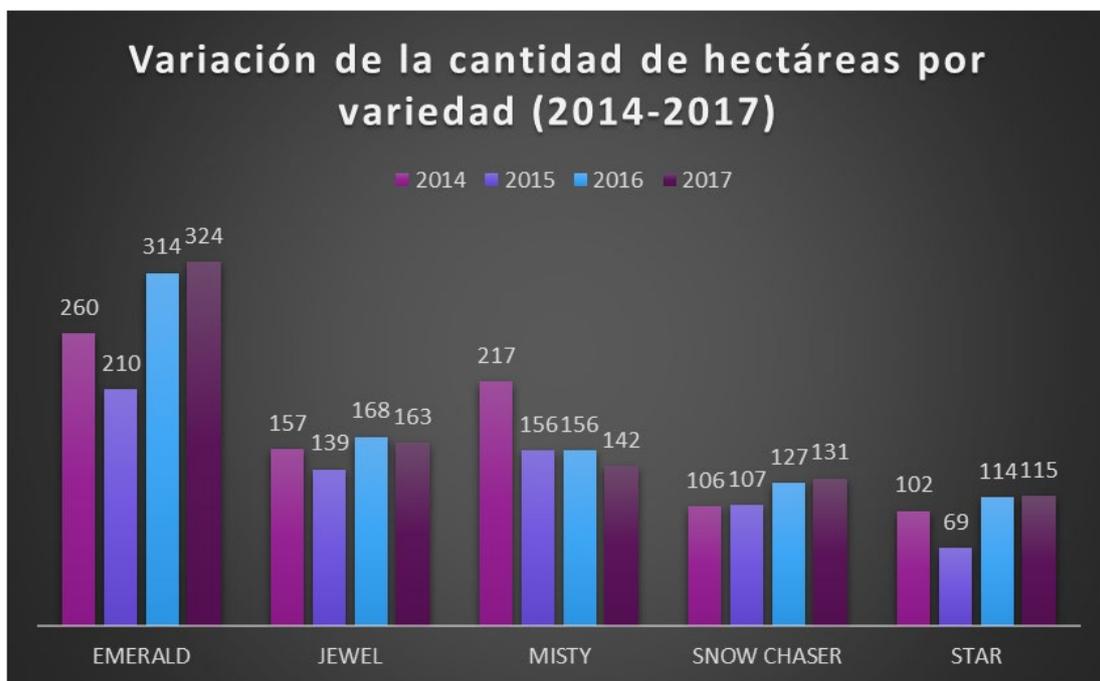


Figura 12. Variación cantidad de hectáreas por variedad 2014-2017. FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la APRATUC. Censo 2017.

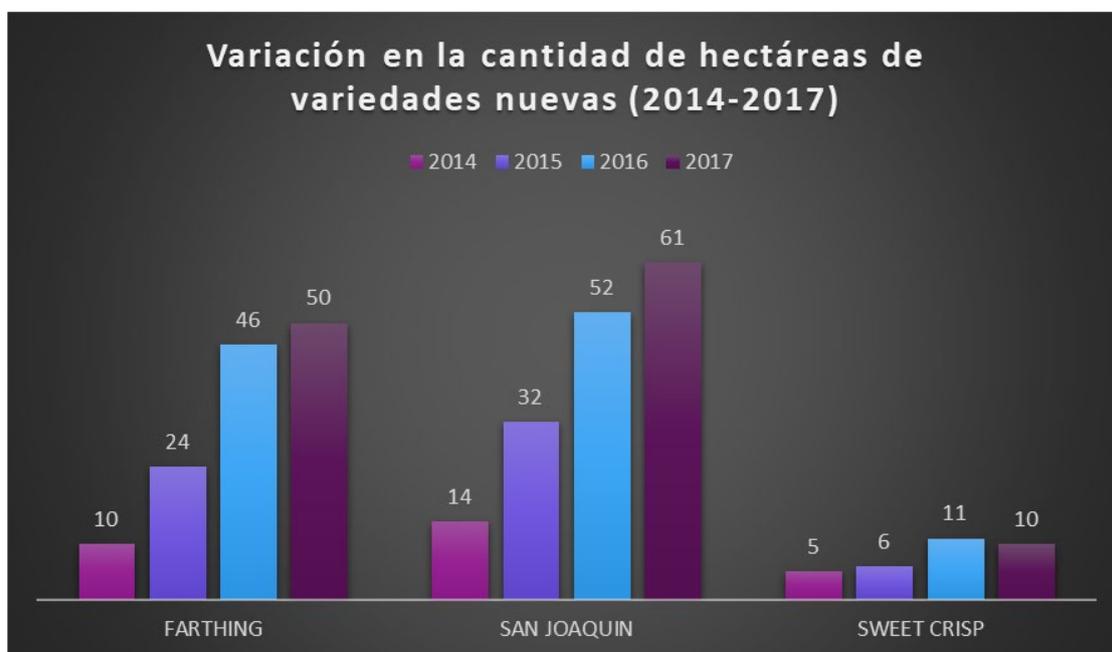


Figura 13. Variación cantidad de hectáreas de variedades nuevas. FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la APRATUC. Censo 2017.

Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán, en la cual los productores se agrupan para decidir, dirigir y coordinar el negocio arandanero tucumano.



La importancia del sector a nivel productivo y el destacado trabajo de APRATUC hacen que el Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán (IDEP) los distinga con la marca Tucumán. Además, el posicionamiento de la actividad en el país y el mundo posibilita que Marca Tucumán reconozca a la actividad arandanera como representativa del territorio, al punto de contar con 1.023 hectáreas (de acuerdo al censo de mayo 2017) de este cultivo.

5.2 COSECHA Y COMERCIALIZACIÓN DEL ARÁNDANO TUCUMANO

Las plantaciones son altamente tecnificadas y la cosecha comienza en septiembre se realiza manualmente, siendo exigente la manera de manipular la fruta para su corte, de modo tal que no pierda calidad el producto. Se lo hace preferentemente con mujeres, ya que el fruto tiene una cubierta que se llama *pruina* y es lo que le da la calidad a la fruta, por lo que es necesario cierta delicadeza en el corte de la fruta. Posteriormente van colocados en una bandeja con capacidad de aproximadamente un kilogramo.



Esas bandejas son acopladas y se llevan a un empaque. Allí se hace una selección por tamaño y se descarta todo lo que sea menor a diez milímetros de diámetro. Luego pasa por una cinta de selección donde se separan las frutas defectuosas. Después se embla en unos envases de polietileno y se colocan en cajas. Se conforman los pallets y son despachados en el aeropuerto de Tucumán. De aquí sale los vuelos directos a Estados Unidos.



Este cultivo es muy importante ya que su cosecha implica tomar mano de obra local, dinamizando la economía. Este fruto comienza su estación en mediados de agosto y termina a fines de noviembre. También es la primera fruta primicia de Tucumán y el hemisferio sur, esto hace que sea muy buscado por los compradores norteamericanos.

La mayoría de la cosecha va a exportación como fruta fresca. Los destinos son Estados Unidos, Unión Europea, Canadá, algunos países de Asia, durante 2018 se abrió el mercado con China.

Durante el año 2017, los arándanos representaron alrededor del 4% del total exportado por Tucumán y un 92% del total del rubro Frutas Finas. La conformación de sus exportaciones de arándanos fue de 6.300 toneladas de arándanos frescos y 2.500 toneladas de arándanos congelados.

La evolución que tuvo la provincia en sus ingresos (dólares FOB) por exportaciones entre el 2013 y 2017 puede ser observada en el Cuadro 6.

Cuadro 6. Exportaciones de arándanos tucumanos frescos y congelados. 2013-2017. Fuente: Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP).

Año	Arándanos Frescos (USD FOB)	Arándanos Congelados (USD FOB)	Total Arándanos (USD FOB)
2013	30.052.984	4.828.476	34.881.460
2014	38.999.861	4.355.054	43.354.915
2015	28.059.749	3.774.885	31.834.634
2016	45.047.010	4.370.364	49.417.374
2017	39.764.750	5.332.046	45.096.796

En el Cuadro 7 se puede observar la participación de los principales destinos del arándano tucumano durante la campaña 2017, confirmando la mayor participación en las exportaciones tucumanas que tiene Estados Unidos.

Cuadro 7. Exportaciones de arándanos tucumanos frescos y congelados. Principales destinos y participación 2017. Fuente: Instituto de Desarrollo Productivo (IDEP).

Arándanos Frescos	Arándanos Congelados
EE UU 61%	EE UU 75%
Reino Unido 16%	Canadá 13%
Países Bajos 10%	Uruguay 3%
Canadá 5%	Polonia 2%
España 3%	Alemania 2%

De todas las provincias productoras, Tucumán se caracteriza por contar con la segunda terminal de carga más grande del país, instalada en el aeropuerto local. La misma cuenta con la infraestructura y tecnología adecuada para que el producto llegue en buenas condiciones a sus destinos, 48 horas después de su cosecha. Desde que comenzó a funcionar en el año 2013, por dicha terminal se exportaron 20 millones de kilogramos de arándanos frescos a diversos destinos.

CAPITULO 6

COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARANDANERO ARGENTINO. INDICADORES

El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura define la competitividad como un concepto “comparativo”, fundamentado en la capacidad dinámica que tiene una cadena agroalimentaria localizada espacialmente, para mantener, ampliar y mejorar de manera continua y sostenida su participación en el mercado, tanto doméstico como extranjero, a través de la producción, distribución y venta de bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma solicitada, buscando como fin último el beneficio de la sociedad” (Rojas, 1999).

La medición de la competitividad puede realizarse mediante el cálculo de distintos tipos de indicadores, los cuales pueden ser clasificados en *directos* e *indirectos*. Los primeros se refieren a la comparación de costos de producción en regiones o países competidores, ajustados por los costos de transporte y comercialización, y por las tasas de cambio. Los segundos utilizan indicadores como la participación de mercado o algún índice de ventaja comparativa revelada.

Al analizar éste concepto en el sector arandanero argentino, se puede observar que el mismo mantuvo su competitividad por varios años para luego verse afectada principalmente por los altos costos, en relación a los que tienen los productores peruanos y chilenos, principales competidores de nuestro comercio arandanero. Esto lleva al país a perder posición en el comercio mundial de manera gradual y obliga a la vez a buscar nuevos mercados.

Para ello se evaluaron dos tipos de indicadores: a) de *posición*, los cuales determinan la competitividad en un momento del tiempo, y b) los de *evolución*, los cuales respaldan los resultados obtenidos por los indicadores de posición.

6.1 INDICADORES DE POSICIÓN

6.1.a BALANZA COMERCIAL RELATIVA

El índice de Balanza Comercial Relativa mide la relación entre el saldo de la balanza comercial de un producto (exportaciones menos importaciones) y la suma total de las exportaciones y las importaciones de un país. Mediante el cálculo del mismo se tiene una aproximación sobre la situación de la cadena en el mercado. Su resultado señala la presencia de la ventaja competitiva si el resultado es un valor positivo. Por el contrario, si el resultado es negativo, indica que un país se orienta a las importaciones del producto.

Éste índice se define como el cociente de las siguientes variables:

$$BCR = \frac{(X_{ij} - M_{ij})}{(X_{ij} + M_{ij})}$$

X_{ij} = Exportaciones de un producto i por un país j al mercado mundial o un mercado específico en un período dado.

M_{ij} = Importaciones de un producto i por un país j del mercado mundial o un mercado específico en un período dado.

$(X_{ij} - M_{ij})$ = Balanza o saldo comercial neto del producto i, por un país j, en un período dado.

Interpretación del modelo:

Si BCR: -1 y 0, el país es un importador neto del producto y carece de ventaja Competitiva;

Si BCR: 0 y 1, el país es un exportador neto del producto y tiene ventaja competitiva.

En el caso particular del comercio internacional de arándanos que realiza Argentina, y tomando como periodo 2001-2016, el mismo demostró un comportamiento netamente exportador.

De acuerdo con los resultados obtenidos, este indicador señala la presencia de una ventaja competitiva para Argentina en la exportación de arándanos, debido a que el resultado es un valor positivo, para el periodo 2001-2016, la balanza comercial relativa fue de 0,96 y 1, lo cual significa que Argentina es un exportador neto de arándano y tiene ventaja competitiva. En el Cuadro 8 se observa que Argentina ha mantenido una ventaja competitiva creciente en la comercialización de arándano durante el periodo estudiado.

Cuadro 8. Índice de Balanza Comercial Relativa Argentina para el periodo 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
X-M	283,9	533	789	1558	2721	5858	7557	10537	10787	14953	15607	15050	12249	16026	14521	16803
X+M	294,1	533	789	1558	2721	5858	7557	10537	10787	14955	15609	15050	12249	16588	15043	17069
BCR	0,965	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,966	0,965	0,984

Entre los años 2002 y 2013 se mantuvo constante y con un buen desempeño, en tanto que en los años posteriores el mismo comenzó a decaer, periodos en los cuales los arándanos argentinos comenzaron a perder mercado por la aparición de otros competidores, principalmente Perú y Chile.



Figura 15. Balanza Comercial relativa de Argentina. Evolución entre 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

Argentina exporta la mayor parte de su producción de arándanos y no necesita importar este fruto. Si bien el consumo interno está aumentando lentamente, la actividad es casi un 98% exportadora. La producción de arándanos argentino desde sus comienzos tuvo como principal destino el mercado mundial; muy poco para el mercado interno.

6.1.b INDICE DE POSICIONAMIENTO Y EFICIENCIA

Por *posicionamiento* se entiende la participación de las importaciones de un producto en el total de las importaciones que fueron realizadas por el país destino del producto que se está analizando, con independencia de los países proveedores. El posicionamiento se califica como “favorable” cuando la participación de dicho producto aumenta en el total. Esta situación indica que las compras del país de destino de ese producto en el mercado externo, crecen más rápidamente que las compras totales del país. En tanto, el posicionamiento será “desfavorable” cuando la participación disminuya.

La *eficiencia* se define como la relación que existe entre las importaciones de un producto originario de Argentina, en el total de las compras al exterior realizadas por el país destino, del mismo producto. La eficiencia se califica como “alta”, cuando aumenta la participación de las importaciones originarias de Argentina de un producto en el total de las importaciones de dicho producto por parte del país destino. Esto significa que los proveedores de origen argentino están aprovechando mejor las posibilidades que el mercado de destino brinda, en un contexto de ampliación del mismo y/ o de sustitución de proveedores.

Cuadro 9. Situaciones competitivas seleccionadas.

POSICIONAMIENTO			
DESFAVORABLE	FAVORABLE		
VULNERABLE	ÉXITO	ALTA	EFICIENCIA
RETIRADA	OPORTUNIDADES PERDIDAS	BAJA	

Las diferentes situaciones competitivas por las que atraviesan los productos argentinos en el mercado externo pueden ser agrupadas en cuatro principales, combinando los indicadores de posicionamiento y eficiencia. Las mismas se detallan a continuación y se resumen en el Cuadro 9.

1 - Situación óptima/éxito: Un producto se encuentra en situación óptima cuando el consumo importado del mismo se amplía en el mercado externo, y estas oportunidades son aprovechadas por los productores argentinos. En término de los indicadores definidos, el posicionamiento es favorable y la eficiencia es alta durante los años: 2001 a 2008; 2010 y 2014.

2 - Oportunidades perdidas: En este caso, si bien el posicionamiento es favorable, por tanto el producto es dinámico, existen determinadas razones por las cuales la participación de los productos argentinos en el mercado externo se ha ido reduciendo, con lo cual la eficiencia se cataloga como baja. Situación que puede ser advertida durante el año 2009.

3 - Vulnerabilidad: Se trata de una situación en la cual, las importaciones de un producto por parte del mercado externo no han crecido al mismo ritmo que las importaciones totales, pero los productores argentinos han logrado mantener o incrementar su participación en las mismas, desplazando competidores.

4 - Retirada: En esta situación, el consumo del producto importado crece menos que el total y al mismo tiempo, los productores argentinos son desplazados por los productores de otros países. Esta situación estuvo presente durante los años: 2011 al 2013; 2015 y 2016.

En el caso particular de la comercialización en el exterior del arándano argentino, el análisis del indicador nos muestra el siguiente resultado (Cuadro 10).

Cuadro 10. Posicionamiento y eficiencia de la comercialización del arándano argentino 2001-2016.

POSICIONAMIENTO			
DESFAVORABLE	FAVORABLE		
–	(2001-2008)- 2010-2014	ALTA	EFICIENCIA
2011- 2012- 2013-2015-2016	2009	BAJA	

Estas mediciones del índice pueden ser apreciadas de manera gráfica, pudiéndose observar lo mencionado en el punto anterior.

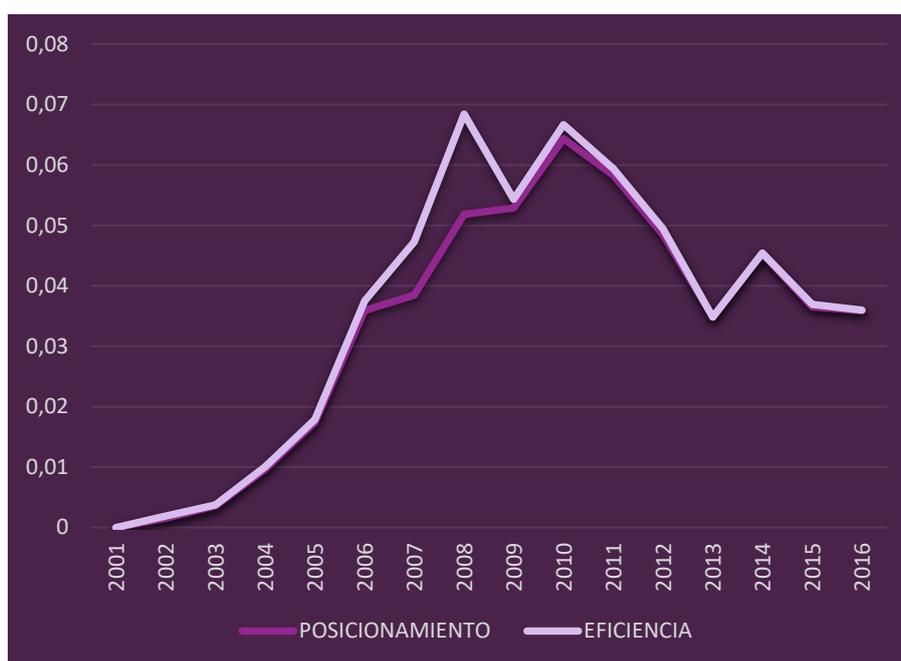


Figura 16. Comercio Internacional de arándano argentino. Evolución del índice de Posición y Eficiencia entre 2001-2016. Fuente: elaboración propia en base a datos de ABC (Argentinean Blueberry Committee).

La situación óptima o de éxito de las exportaciones de arándanos argentinos, surgen de una demanda norteamericana dinámica y eficiencia argentina alta. Las situaciones identificadas en este caso se dieron en tres momentos, donde el primero de los cuales (2001-2008) fue el periodo de mayor extensión para luego identificarse puntualmente en dos momentos o campañas: 2010 y 2014. A partir de allí, el arándano argentino comienza a mostrar una “retirada” ya que comienza a perder posición en el mercado ante el avance de fruta más competitiva en cuanto a costos de producción.

6.2 INDICADORES DE EVOLUCIÓN

Estos indicadores permiten analizar la evolución de la competitividad de un producto en el comercio internacional, durante un periodo de tiempo determinado. En base a la información disponible, se analizaron los siguientes indicadores:

6.2.a INDICE DE CRECIMIENTO DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES DE ARANDANOS

El índice muestra la tasa de crecimiento anual de las exportaciones de arándanos a nivel mundial. El mismo se define como el cociente entre:

$$ICP_{ij} = \frac{(Q_{ij} - Q_{(ij-1)})}{Q_{(ij-1)}}$$

Q_{ij} = exportaciones mundiales del producto i, en un período dado.

$Q_{(ij-1)}$ = exportaciones mundiales del producto i, en un período anterior.

La dinámica de las exportaciones mundiales de arándano mostró una tendencia ascendente (Figura 2) la cual no sólo está relacionada con el comportamiento de los países que tradicionalmente exportaban, sino que hubo un incremento en el número de países exportadores. A pesar del incremento en la diversidad de países exportadores, a 2016 el 92% del mercado estuvo en manos de doce países.

Cuadro 10. Índice de Crecimiento de exportaciones Mundiales de arándano para el periodo 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
X _t -X _(t-1)	20029	1156	2358	9700	16544	31763	9957	785	28926	32918	37802	31605	13491	37178	61452
X _(t-1)	101198	121227	122383	124741	134441	150985	182748	192705	193490	222416	255334	293136	324741	338232	375410
ICEM	0,1979	0,0095	0,0193	0,0778	0,1231	0,2104	0,0545	0,0041	0,1495	0,148	0,148	0,1078	0,0415	0,1099	0,1637

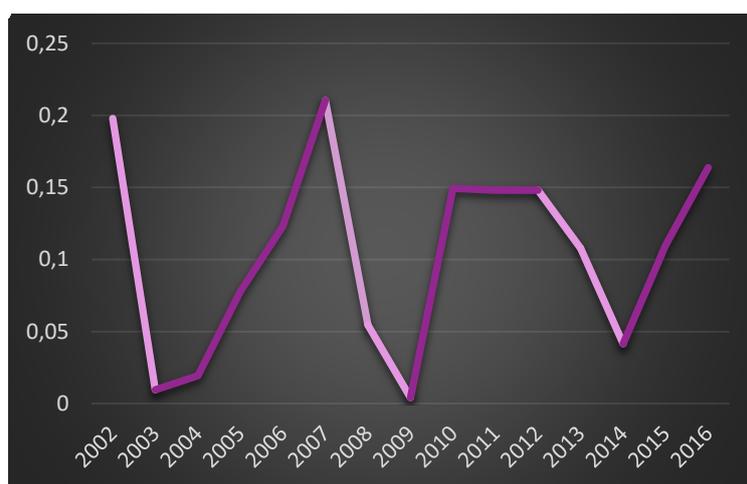


Figura 17. Índice de evolución de exportaciones mundiales de arándanos. 2002-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

El índice muestra la tasa de crecimiento anual de las exportaciones de arándanos a nivel mundial. Se puede observar que el crecimiento es positivo por lo que las exportaciones mundiales se encuentran en expansión, con índices por debajo del 20%. En el hemisferio sur Chile continúa liderando las exportaciones mundiales, seguido por Perú y luego Argentina.

6.2. b PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES TOTALES

Los ingresos que provienen de la exportación del arándano sobre los ingresos totales por exportaciones que registró el país, llegó a un 0,20 % en el 2016.



Figura 18. Participación de los ingresos provenientes de las exportaciones de arándano en los ingresos por exportación en Argentina. 2001-2016. FUENTE: Elaboración propia basada en datos de TradeMap.

Al igual que el volumen de exportaciones, este gráfico nos confirma la tendencia positiva de la variable.

CAPITULO 7 PROBLEMATICAS DEL SECTOR

El sector presenta una desventaja frente a sus principales competidores. Por un lado, a nivel internacional se enfrenta a una caída en los precios de venta al principio de la temporada ya que debe competir con Perú con un mismo producto y ventana comercial, pero afrontando costos mucho más elevados. Y por otro lado, a nivel nacional, altos costos en toda la cadena que se agravan por la estacionalidad. En un análisis realizado por las autoridades de ABC y expuesto ante la Comisión de Economías y Desarrollo Regional (03-2017.Cámara de Diputados), se sintetizaron los siguientes principales problemas del sector arandnero argentino:

7.1 PROBLEMÁTICA LABORAL

- Altos costos laborales: El jornal que se paga en Argentina es el más alto de toda la región. Alta incidencia de cargas sociales. El costo laboral representa el 65% del costo total.
- Falta de marco legal: Se trata de uno de los pocos sectores frutícolas sin Convenio Colectivo de Trabajo. Esto se traduce en una Inseguridad Jurídica.
- Falta de representatividad CNTA: Se toman decisiones y se realizan cambios de condiciones ya negociadas de forma unilateral, sin la participación del sector privado y aún en contra de organismos oficiales. AFIP, Estación Experimental Agroindustrial Obispo Colombres, INTA Concordia.

Cuadro 11. Detalle de Costos del Sector Arandnero en Argentina en la Campaña 2016. FUENTE: Argentinean Blueberry Committee (ABC) presentación en Diputados.

Detalle de costos	Valor USD	Costo Laboral
Costo Producción	USD 1,20	USD 0,96
Costo Cosecha	USD 1,60	USD 1,60
Costo Packing	USD 0,60	USD 0,36
Materiales empaque	USD 1,00	
Costo Total tranquera/kg	USD 4,40	USD 2,92

En el cuadro se muestran los costos de cada etapa y lo que representa la mano de obra en cada una de ellas, siendo esta, el 65% del costo total.

Si comparamos el costo laboral en el que incurre Argentina con el resto de los países competidores, nuestro jornal es 3 veces más caro que el de Perú y 1.5 veces más caro que Chile. Por lo que representa una gran desventaja a la hora de competir por un mismo producto y ventana comercial.

7.2 PROBLEMÁTICA IMPOSITIVA/ INVERSIÓN

- Carga tributaria alta.
 - Diferimiento de devolución de impuestos (ej. devolución de IVA a 180 días +) como reintegro, afectando toda la cadena de pago. Por la falta de liquidez algunos productores se retrasan o no realizan trabajos como poda, fertilizaciones. Esto resiente toda la cadena y deja de ser un problema meramente financiero.
 - Impuestos provinciales/ municipales. Ej. en Concordia los municipios comenzaron a aplicar tasas comerciales y reclaman importantes deudas.

- No hay incentivos para invertir en el sector y crecer.
 - Opciones para conseguir buen financiamiento y mejorar el rendimiento productivo por hectárea.
 - Líneas de créditos bancarias son de pre y post exportación. No hay opciones para inversiones mayores como por ejemplo el recambio varietal, mitigación de riesgo, flete, etc.

7.3 PROBLEMÁTICA DE LOGÍSTICA

Argentina tiene altos costos de logística y mayor tiempo de tránsito

- El transporte por Vía marítima
 - Los tiempos de tránsito más extenso.
 - Los costos portuarios son altos.
 - Existe una escasa oferta y con tecnología obsoleta.
 - La opción de enviarla vía Chile representa un incremento en los costos en USD 0,50 aproximadamente

- El transporte Aéreo
 - Tiene una diferencia de USD 2 con respecto al marítimo
 - Insuficiente infraestructura en Ezeiza: poca capacidad de frío

La competencia llega el 90% por vía Marítima, mientras que Argentina exporta el 90% por transporte aéreo.

7.4 PROBLEMÁTICA DE MERCADO

- La apertura de nuevos mercados lenta
Ejemplo hace 3 años que Argentina ha estado tratando de exportar a China y lo consiguió recién a principios del año 2018 (Perú y Uruguay empezaron las gestiones más tarde y lo abrieron antes).

- Baja inversión en promoción comercial en mercados existentes.
Falta una estrategia integrada de marca país. Que permita la identificación de los arándanos argentinos en el exterior. Aunque a nivel provincial APRATUC ha conseguido la Marca “Tucumán” para posicionar y reconocer la procedencia de los arándanos Tucumanos que otorgan además identificación, promoción y reconocimiento de garantía.



- Se enfrenta a Impuestos en origen y en destino que la competencia no tiene que afrontar.
Por ejemplo, impuestos de importación en CE (Perú no lo paga). Pérdida de Sistema Generalizado de Preferencias con Estados Unidos (Perú y Chile tienen acuerdo de libre comercio).

Entonces Perú y Chile tienen una política de promoción comercial y apertura de Mercados muy agresiva y eficiente que coloca a Argentina nuevamente en desventaja en estos aspectos.

7.5 PROBLEMÁTICA FITOSANITARIA

- Representa una amenaza constante para los mercados existentes
- Es un cuello de botella para la apertura de nuevos mercados
- Hay una falta de fondos para un plan integrado de mitigación de plagas

CONSIDERACIONES FINALES

La producción de arándanos en nuestro país comenzó hace más de 20 años. Las zonas productivas más representativas son el NOA (Tucumán, Salta), el NEA (Entre Ríos, Corrientes) y el norte de Buenos Aires. El NOA ocupa una superficie aproximada del 46%; en el caso del NEA la misma oscila alrededor del 39%; en tanto que el 15% restante se ubica en la zona centro del país.

La posición geográfica del país representa una gran ventaja comparativa para su inserción con fruta primicia en el mercado. Esto lleva a Argentina a ubicarse entre los primeros puestos a nivel mundial.

Se trata de un sector con grandes esfuerzos y logros para mantenerse competitivo en un mercado internacional donde supo posicionarse con éxito, trabajando tanto en la tecnología del cultivo, en el desarrollo varietal, como en la logística, para que los mismos lleguen en tiempo y forma a sus destinos.

Debido a la alta dependencia de EE.UU. (principal destino de las exportaciones argentinas) y el posicionamiento importante de Perú y Chile en el mercado internacional, el sector está trabajando en busca de nuevos mercados tanto en Europa como en Asia.

En relación al mercado interno, de muy baja demanda, mediante la articulación del sector privado y público, en las últimas campañas se está promocionando un mayor consumo interno (casi el 98% de lo producido se exporta) desarrollando el mercado y ofreciendo productos Premium a consumidores locales, a precios accesibles.

Podemos decir que actualmente el sector arandanero argentino tiene buenas perspectivas: se trata de un berry con tendencias actuales de consumo en crecimiento a nivel internacional y con buenos precios. Este consumo no solo como producto alimenticio, sino también destinada a la industria farmacéutica y cosmetológica.

Fuentes consultadas

I. Citas de Internet

APAMA (2014). Concordia termina la cosecha de arándanos liderando las exportaciones con el 50% del total del país. En: Asociación de Productores de Arándanos Mesopotamia Argentina. <https://www.apama.com.ar/>, consulta: agosto 2017

Argentine BlueBerries (2017). Arándanos orgánicos: un diferencial que ofrece Argentina. <http://blueberries.com.ar>, consulta: enero 2018

Cafiero J. Análisis de las Exportaciones Argentinas utilizando el Índice de Ventajas Comparativas Reveladas. En: CEI. <http://www.cei.gov.ar/>, consulta: enero 2018

Cámara Argentina de Comercio y Servicios (2016). Las exportaciones argentinas: Evolución reciente y caminos para su expansión. <http://www.cac.com.ar>, consulta: enero 2018

Cámara Argentina de Comercio y Servicios (2017). Informe de Actualización Comercio Exterior. <http://www.cac.com.ar>, consulta: enero 2018

Dirección de Agricultura de Tucumán (2016). Cultivo de Arándano 2016. Sistema Estadístico Provincial. <http://sep.tucuman.gob.ar>, consulta: marzo 2018

Durán Lima J.E., Álvarez M. (2008). Indicadores de comercio exterior y política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial. En: Cepal. <https://www.cepal.org/>, consulta: febrero 2018

Equipo de Marca Tucumán (2018). La Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán fue distinguida con Marca Tucumán. En: Marca Tucumán. <http://marcatucuman.com.ar>, consulta: marzo 2018

García Rubio J. C., González de Lena G., Ciordia Aram M. (2013). Situación actual del cultivo del arándano en el mundo. En: Gobierno del Principado de Asturias. <http://www.serida.org/>, consulta: marzo 2018

Gasalla J. (2018). Argentina tiene la tasa de crecimiento de exportaciones más baja de la región. En: Infobae. <https://www.infobae.com>, consulta: mayo 2018

Gordó M. (2008). Guía Práctica para el cultivo de arándanos en la zona norte de la provincia de Buenos Aires. En: INTA. <https://inta.gob.ar/>, consulta: enero 2018

Hernández R. A., Romero I. (2009). Módulo para Analizar el Crecimiento del Comercio Internacional. En: CEPAL. <https://www.cepal.org/>, consulta: enero 2018

Jiménez Bonilla V., Abdelnour Esquivel A. (2015). Arándano: Una opción para la diversificación de la agricultura en zonas altas. En: Repositorio TEC. <https://repositoriotec.tec.ac.cr>, consulta: junio 2018

Kirschbaum D. S. (2017). Situación actual de la producción de las frutas finas en Argentina. En: Suenacampo. <http://suenaacampo.com>, consulta: enero 2018

Kirschbaum, D. S. (2017). Arándanos, la fruta fina que más creció en los últimos años. En: Producción. <http://www.produccion.com.ar/>, consulta: enero 2018

Kirschbaum D. S., Rivadeneira M. F. (2011). Cadena de arándanos. En: INTA. <https://inta.gob.ar/>, consulta: enero 2018

Mendez Y., Frugoni M. L., Giordano V. informes Productivos Provinciales Tucumán n°1 (2016). En: Ministerio de Hacienda. <https://www.argentina.gob.ar>, consulta: enero 2018

Mercado Central (2017). Crece la producción de arándanos en Argentina. En Mercado Centra. <http://www.mercadocentral.gob.ar>, consulta: enero 2018

Mercado y Producción del Arándano. <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/3arandanos-produccion-mercado.pdf?sfvrsn=0>, consulta: marzo 2018.

Padin G. L. (2018). Mejor con arándanos. En: Internos. <http://www.revistainternos.com.ar/>, consulta: julio 2018

Rivadeneira M. F. (2016). Consolidación del cultivo de arándanos en Argentina evolución y actualidad de la producción. En: INTA. <https://inta.gob.ar>, consulta: enero 2018

Rojas P., Sepúlveda S. (1999). El reto de la competitividad de la agricultura. En: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. <http://www.iica.int>, consulta: junio 2018

Romero C. A. (2016). El arándano en el Perú y el mundo. En: Minagri. <http://www.minagri.gob.pe/>, consulta: noviembre 2017

Secretaría General de la ALADI (2010). Análisis de Competitividad. En: Asociación Latinoamericana de Integración. <http://www.aladi.org>, consulta: enero 2018

Instituto de Desarrollo Productivo de Tucumán. www.idep.gov.ar

Argentinean Blueberry Committee. www.argblueberry.com

Mercado Central de Buenos Aires. www.mercadocentral.gob.ar

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura www.fao.org/faostat/en/

Asociación de Productores de Arándanos de Tucumán. www.apratuc.com.ar

II. Capítulos de Libro

Defilippi B., Robledo P., Becerra C. (2013). Manejo de cosecha y poscosecha de arándano. En: Manual del arándano. Pablo Undurraga Díaz, Sigrid Vargas Schuldes, Instituto de Investigaciones Agropecuarias. Centro Regional de Investigación Quilamapu, Chillán, Chile. Boletín INIA 263. Capítulo 9.

III. Citas de presentaciones de congresos

Abc Argentinean Blueberry Committee (2017). Problemática del Sector. Situación actual y problemática del sector arándanos. Presentación ante la Comisión de Economías y Desarrollo Regional – Cámara de Diputados. Marzo 2017, Buenos Aires, Argentina.

Allende J. (2005). Análisis Comercial y Visión General del Arándano en Chile. Berries, Arándano – Frambuesa. 21-22 de junio, Santiago, Chile

Munóz C. (1988). Arándano: Variedades y su Propagación. El cultivo del Arándano. 30 de noviembre y 1 -2 de diciembre, Temuco, Chile. pp. 51-66.

El objetivo del presente trabajo es poner a disposición del público información consolidada sobre la producción y el consumo mundial de arándanos, sobre los principales países proveedores y consumidores mundiales, el comportamiento de los mismos en los más importantes mercados, sobre la producción y las exportaciones argentinas, y los períodos estacionales de exportación hacia los principales mercados de destino.

El mismo se realizó de manera conjunta por el área de Socio-Bioeconomía y Mercados de la Estación Experimental Agropecuaria Famaillá y la cátedra de Economía Agrícola de la Licenciatura en Economía (Facultad de Ciencias Económicas), dentro del marco del convenio que tiene el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y la Universidad Nacional de Tucumán (UNT).



Secretaría
de Agroindustria



Ministerio de Producción y Trabajo
Presidencia de la Nación