



FACTORES QUE INFLUYEN EN PRECIO DE EXPORTACIÓN DEL ARÁNDANO

LUZ CONSUELO MORAGA CONCHA
INGENIERO AGRÓNOMO

RESUMEN

Con el objetivo general de estimar una función hedónica de precios para el arándano que se comercializa en el mercado exterior y los objetivos específicos de estimar el precio marginal de: las variedades Bluecrop (BLU), O'Neal (ONE), Duke (DUK), Elliot (ELL), Brightwell (BRG) y Berkeley (BER), los meses de comercialización, noviembre (nov), enero (ene), febrero (feb) y marzo (mar), los puertos de destino, Miami (MIA), Filadelfia (FIL), Felixstowe (FEL), Algeciras (ALG) y Hong Kong (HKG) y la temporada 2006-2007 y por otra parte analizar la importancia relativa de cada una de estas variables, se definieron diversas estrategias comerciales de venta para la toma de decisiones de los exportadores de arándanos. Para el logro de estos objetivos se revisaron los boletines de exportación de las temporadas 2005-2006 y 2006-2007 de una empresa exportadora de arándanos ubicada en la Séptima Región del Maule. Se recolectaron 437 datos, los que fueron tabulados en una planilla Excel, empleando una forma funcional semilogarítmica se estimó la siguiente función hedónica:

$$\ln P = 2,63473 + 0,03010*BLU - 0,03622*ONE + 0,30885*DUK + 0,58278*ELL + 0,34489*BRG + 0,19306*BER - 0,06127*nov - 0,28999*ene - 0,62670*feb - 0,48949*mar + 0,09951*MIA + 0,07150*FIL - 0,20093*FEL + 0,02743*ALG + 0,11605*HKG - 0,07922*Temporada$$

Esta función explicó en un 60 por ciento la variación en los precios del arándano exportado y gran parte de los coeficientes son estadísticamente significativos con un 95 por ciento de confianza o más. Del estudio realizado se pueden obtener las siguientes conclusiones: Existe una función hedónica entre precio y las variedades, mes de comercialización y destino de los arándanos, la que permitió estimar el precio marginal y el impacto porcentual para las diferentes variables. Entre las variables más influyentes en el precio del arándano definidas en este estudio se encontró a las variedades las cuales están asociadas al mes de

comercialización. En un orden preferencial para una decisión comercial de venta las mejores variedades son Elliot, Berkeley y Brightwell. El efecto que causan los meses de comercialización es negativo. Enero, febrero y marzo disminuyen el precio de referencia, ya que en estos meses son los que se concentran los envíos chilenos en destino. En el caso de noviembre también se produce una disminución en el precio, dado que la oferta chilena en este mes es baja y se somete a la competencia de Argentina. Los puertos pueden causar un efecto negativo en el precio de referencia como en el caso de Felixtowe y Algeciras, o positivo en el caso de Estados Unidos y Hong Kong. Este último es la mejor opción de venta del arándano. El impacto de la temporada 2006-2007 fue negativo respecto de la temporada anterior. Esto ocurrió porque aumentó la oferta del fruto en 2007 y, adicionalmente hubo problemas climáticos que disminuyeron la calidad del producto en destino.

ABSTRACT

The general objective of this research was to estimate a hedonic function for blueberry prices in the international markets and, more specifically, to assess the marginal price effect of varieties, marketing month and destination port. The cultivars analyzed were: Bluecrop (BLU), O'Neal (ONE), Duke (DUK), Elliot (ELL), Brightwell (BRG) and Berkeley (BER); the marketing months: November (nov), January (jan), February (feb) and March (mar) and the destination ports: Miami (MIA), Philadelphia (PHI), Felixtowe (FEL), Algeciras (ALG) and Hong Kong (HKG). With the estimates obtained, it was also deemed interesting to define the most convenient commercial strategy for exporters. To reach the above mentioned goals, data was gathered from 437 export bulletins of a fruit export company located in the Maule Region of Chile. These bulletins belong to the 2005- 2006 and 2006-2007 seasons. The information was tabulated and via Ordinary Least Squares regression, the following semilogarithmic function was obtained:

$$\ln P = 2,63473 + 0,03010*BLU - 0,03622*ONE + 0,30885*DUK + 0,58278*ELL + 0,34489*BRG + 0,19306*BER - 0,06127*nov - 0,28999*ene - 0,62670*feb - 0,48949*mar + 0,09951*MIA + 0,07150*FIL - 0,20093*FEL + 0,02743*ALG + 0,11605*HKG - 0,07922*Temporada$$

This function explains a 60% the variation in the blueberries exported prices and almost all the coefficients are statistically significant with at a 95% confidence level or more. The following conclusions were obtained: There is a statistically significant hedonic function between price and varieties, marketing month and destination port, which allowed the estimation of the marginal price effects. Marketing month and varieties are two related variables. Taking into account the combined effect of these two variables, the most preferred cultivars are, in a descending order: Elliot, Berkeley and Brightwell. The best price occurs in December. Later months have negative marginal prices, i.e they reduce the reference (December) price. Felixtowe and Algeciras cause negative effects on the reference price, while the United States and Hong Kong have positive marginal price effects. The last one is the best sale option for blueberries. The impact of the 2006-2007 season was negative with respect to the preceding season. This happened because of an increase in supply during the 2007 and, in addition, there were weather problems that diminished the quality of the product at the moment of arrival in destination.