

Rev. FCA UNCUYO. 2014. 46(1): 125-141. ISSN impreso 0370-4661. ISSN (en línea) 1853-8665.

Complejidad en el comercio mundial de peras

Complexity in world trade of pears

Jaime de Pablo Valenciano ¹, Miguel Angel Giacinti Battistuzzi ²

Originales: Recepción: 04/05/2013 - Aceptación: 29/04/2014

RESUMEN

En este artículo se analizan los cambios que se están experimentando en el comercio mundial de la pera. Su objetivo es conocer si los procesos de integración entre países están repercutiendo en el comercio internacional de peras y por lo tanto afectando su competitividad. Como metodología se emplea el Índice de Competitividad del Comercio Exterior (ICCE) que analiza la competitividad en un país para un producto en particular con nomenclador arancelario, abarcando sus principales destinos en las exportaciones y observando la evolución y tendencia de la cuota de participación en los principales mercados, y de esa forma evaluar a los competidores. Como resultado se observa cómo la competitividad del comercio mundial de la pera no es global y sí regional, y los países, en general, tienen sus mercados relevantes en territorios cercanos o con acuerdos comerciales. Ante este panorama es necesario la adaptación hacia un nuevo paradigma de mercado.

Palabras clave

economía regional • barreras comerciales • estrategia competitiva • variedades

ABSTRACT

This article describes the changes that are being experienced in the global trade in pears. Its purpose is to know if the processes of integration among countries are affecting their competitiveness in the international trade. Regarding the methodology utilized for this report, the Competitiveness Foreign Trade Index (CFTI) analyzes the competitiveness of a country for a particular product with its tariff nomenclature, covering its main export destinations, monitoring the rate of participation in accordance to the trends markets reflect, and thereby, assessing the competence. The result is seen clearly: The global trade competitiveness in pears is regional rather than global, resulting in being competitive solely on nearby markets subject to commercial agreements. The main solution would be related to an improvement of adapting their markets to a global dimension to increase competitiveness for their trade mark.

Keywords

regional economics • trade barriers • competitive strategy • varieties

INTRODUCCIÓN

"Globalización", "internacionalización" y "competitividad empresarial" son términos que significan un aumento en las relaciones entre los agentes implicados en el ámbito de la economía, la tecnología, la cultura y la política (10). Y esta globalización tiene varias consecuencias según Coriat (14): 1) La desregulación a todos los niveles;

- 1 Universidad de Almería, Departamento de Economía y Empresa. Carretera de Sacramento s/n. Almería, ESPAÑA. C. P. 04120. jdepablo@ual.es
- 2 Gabinete MAG. San Lorenzo 540, Ciudad de Centenario, Neuquén. Argentina. C. P. 8309. miguelgiacinti@gabinetemag.com

2) Al mismo tiempo el mundo se globaliza y también se regionaliza y 3) Se potencia el sistema de las economías de escala, de bajo costo, a la vez que se desarrolla un modelo segmentado en el que la dimensión cualitativa adquiere gran relevancia. Se está produciendo la confrontación en mercados diferenciados y variados (oferta ajustada a las necesidades particulares de una región o un consumidor determinado).

En este contexto globalizado, se perfilan cuatro bloques que han promovido procesos de integración regionales que constituyen la mayor parte del comercio internacional de frutas y hortalizas. Estos son: el constituido por los Estados Unidos, México y Canadá y con la perspectiva de aglutinar a otros países de América Latina, de MERCOSUR y Comunidad Andina de Naciones (CAN); el europeo, encabezado por Alemania, integrado por los países de la Unión Europea (UE); el bloque asiático con Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Taiwán, Singapur, y la Asociación de Naciones del Sureste (ASEAN), y el último bloque que lo constituye China.

Por tanto, se observa en la globalización un proceso de regionalización por bloques económicos donde predomina el comercio intra-regional. Y en este contexto, ¿cómo se comportan los países exportadores de pera? ¿Se comportan de la misma forma las variedades de pera?

La respuesta a estas preguntas es el objetivo de este artículo: conocer si los procesos de integración entre países están repercutiendo en el comercio internacional de peras y por tanto afectando a su competitividad y variedades cultivadas. Y también es fundamental cómo se deben enfrentar estos cambios, si la estrategia debe ser de reacción o de adaptación en cuanto a variedades, logística y gestión de la cadena de valor.

Se han considerado los nueve países exportadores más importantes y se han aglutinado en cuatro bloques, el americano (Argentina, Estados Unidos y Chile), el europeo (Holanda, Bélgica, Italia y España), el africano (Sudáfrica) y el asiático (China).

La metodología empleada se basa en: Índice de Competitividad de Comercio Exterior (ICCE) que se utiliza para el análisis de la competitividad internacional y ha sido desarrollada por el Centro de Información Frutihortícola (Argentina) y la Universidad de Almería (España).

MARCO DE REFERENCIA

Nueve países concentran el 81,17% de las exportaciones mundiales de pera (Argentina, Holanda, China, Bélgica, Italia, USA, Sudáfrica, España y Chile). En el período 2004-2012 (tabla 1, pág. 127) se han producido cambios en el ranking en valores monetarios con Argentina liderando las exportaciones.

Una particularidad, es que Lituania es el país que más ha crecido en sus exportaciones, pero se originan en Holanda. Este último triangula su comercio a Rusia por esta zona para pagar menos impuestos aduaneros.

Tabla 1. Principales países exportadores de pera (miles de dólares).**Table 1.** Major exporting countries of pears (thousands of dollars).

País	2004	Posición	2012	Posición	Variación (%)
Argentina	153.333	3	368.480	1	140,31
Holanda	245.600	1	314.307	2	27,98
China	90.671	7	325.149	3	258,60
Bélgica	219.698	2	279.217	4	27,09
Italia	133.582	4	228.046	5	70,72
U.S.A.	123.381	5	215.635	6	74,77
Sudáfrica	79.940	8	164.152	7	105,34
España	96.919	6	122.275	8	26,16
Chile	77.960	9	116.239	9	49,10
Portugal	27.694	12	95.463	10	244,71
Rep. Corea	35.238	10	49.927	11	41,69
Lituania	364	24	48.378	12	13.190,66
Uruguay	1.580	21	2.475	24	56,65
Mundo	1.285.960		2.329.743		81,17

MATERIALES Y MÉTODOS

Metodología

En relación con las metodologías aplicadas al análisis de la competitividad de frutas y hortalizas, se señala que la mayoría de estos índices están relacionados con el dinamismo comercial (23). Entre ellos, los vinculados con ventajas comparativas/ balanza comercial relativa (1, 2, 6, 7, 28, 31, 38, 41); ventaja comparativa revelada simétrica "VCRS" (32, 33); trazabilidad (38); modo de inserción al mercado "IF" (24, 38, 39); comercio intraindustrial (5, 8, 13, 26, 31, 45, 48); competitividad de crecimiento "Foro Económico Mundial" (47); Tratamiento de Campo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (TradeCAM del CEPAL) (27, 35, 44); participación constante del mercado (4, 10, 29, 34, 43, 51) y datos de panel (21, 42, 46).

En principio, las exportaciones han sido consideradas, generalmente, como una forma de participación pasiva, y no representan ningún compromiso real en la comercialización internacional como señala Terpstra (49). Por ello es necesario realizar un aporte relacionado con el análisis estructural del comercio, tanto en variedades como en mercados y participación comercial, más que intentar analizar el efecto de las variables que intervienen en el comercio, como suceden en la mayoría de los indicadores anteriores. Esta cuestión es fundamental para fijar estrategias por parte de las empresas exportadoras.

El ICCE se aplica para estudiar un producto en los principales países exportadores, en relación con sus compradores internacionales (17, 18, 19). Incluso se ha demostrado su eficacia en relación al Índice de Ventajas Comparativas Relevadas (20). El ICCE relaciona como numerador la "cuota de mercado" en los países importadores relevantes de ese producto, y como denominador la "participación" del país en la exportación mundial de un producto en particular:

Combinar el análisis del ICCE con la cuota de mercado internacional y su tendencia en los últimos años, resulta un método efectivo para obtener un *"mapa mundial de competitividad"* para un producto en cada país exportador, además de facilitar la visualización de la tendencia en los mercados relevantes donde se comercializa, bajo el paradigma de la complejidad y la adaptabilidad. En el eje horizontal se sitúan los valores de la cuota de mercado en los principales países importadores en relación con la media de participación mundial del país de origen en el producto analizado, mientras que en el eje vertical se compara la tendencia de la cuota de mercado en un período de tiempo, considerando que el tamaño del círculo que representa la facturación anual en dólares indica la relevancia de los mismos.

Base de Datos

Los datos de facturación anual en dólares del comercio exterior (2007-12) se han basado en los cálculos del precio CIF de importación que ha tomado como referencia las estadísticas publicadas por COMTRADE; en relación con la posición arancelaria 0808.20 (2007-2011) y 0808.30 (2012) de "peras en fresco".

RESULTADOS

En este apartado se analizarán los nueve principales países exportadores de pera por bloques, el americano (Argentina, Estados Unidos y Chile; tabla 2), europeo (Holanda, Bélgica, Italia y España; tabla 3, pág. 129), africano (Sudáfrica; tabla 4, pág. 129) y asiático (China; tabla 5, pág. 129).

Tabla 2. Bloque americano. ICCE y participación de las exportaciones por países.
Table 2. American block. FICI and share of exports by countries.

Argentina										
País	Brasil	Rusia	U.S.A.	Italia	Holanda	Perú	Canadá	Argelia	Singapur	Alemania
ICCE	4,72	1,45	2,58	3,08	1,57	2,96	0,90	4,54	0,73	0,44
%X	45,42	21,72	6,87	6,54	6,38	1,73	1,26	1,23	0,90	8,82
Estados Unidos										
País	México	Canadá	Brasil	Rusia	Colombia	India	Hong Kong	Venezuela	Nueva Zelanda	Taipéi Chino
ICCE	10,47	6,71	0,55	0,23	2,74	2,95	1,22	1,26	5,43	1,23
%X	41,44	29,80	5,02	3,30	2,79	1,69	1,58	1,13	0,99	0,84
Chile										
País	Colombia	Holanda	Italia	Venezuela	Ecuador	U.S.A.	Perú	Rusia	Alemania	España
ICCE	15,55	4,56	3,77	17,04	17,96	4,15	11,06	0,18	0,78	2,67
%X	18,05	14,33	11,61	11,23	8,28	8,11	6,79	3,14	2,64	2,43

Tabla 3. Bloque europeo. ICCE y participación de las principales exportaciones por países.
Table 3. European block. FICI and share of main exports by countries.

Holanda										
País	Alemania	Rusia	R. U.	Francia	Bélgica	Dinamarca	Noruega	Suecia	Polonia	Belarús
ICCE	1,61	1,57	2,40	1,31	4,09	4,71	3,54	3,47	2,81	2,92
%X	30,10	11,89	12,78	9,02	4,94	4,89	4,80	3,90	2,73	2,25
Bélgica										
País	Rusia	R.U	Francia	Holanda	España	Alemania	Suecia	Polonia	Belarús	Lituania
ICCE	2,80	1,25	1,72	0,57	2,63	0,17	2,11	0,97	2,87	0,87
%X	42,30	11,34	10,12	9,92	5,12	4,17	3,53	2,00	1,85	1,73
Italia										
País	Alemania	Francia	Austria	Libia	R. U	Rumania	Rusia	Hungría	República Checa	Eslovenia
ICCE	4,30	2,32	4,34	8,14	0,54	4,80	0,24	4,51	2,00	5,78
%X	48,43	15,59	5,10	4,29	3,95	3,01	2,61	1,84	1,67	4,54
España										
País	Italia	Brasil	Alemania	Francia	Rusia	Marruecos	Portugal	Grecia	Polonia	R. U.
ICCE	3,71	1,24	1,71	1,90	0,85	7,19	7,12	7,88	2,24	0,62
%X	16,53	12,22	11,38	10,65	9,64	4,13	4,01	3,13	2,98	2,81

Tabla 4. Bloque africano. ICCE y participación de las principales exportaciones por país.
Table 4. African block. FICI and share of main exports by countries.

Sudáfrica										
País	Holanda	Rusia	R. U.	Malasia	Alemania	Hong Kong	Canadá	Francia	Italia	
ICCE	5,45	0,53	2,63	2,75	1,76	2,58	1,25	0,99	0,77	
%X	27,11	10,69	9,99	4,65	3,59	3,34	2,99	2,82	2,75	

Tabla 5. Bloque asiático. ICCE y participación de las exportaciones por país.
Table 5. Asian block. FICI and share of exports by countries.

China										
País	Indonesia	Vietnam	Malasia	Tailandia	Hong Kong	Rusia	Canadá	Singapur	Filipinas	Holanda
ICCE	6,90	7,50	6,01	7,52	3,75	0,28	0,96	4,76	7,57	0,30
%X	25,90	20,18	11,53	9,19	4,85	4,56	3,70	2,93	2,82	2,45

Bloque americano

Los países productores y exportadores, a pesar de estar en el mismo continente tienen estrategias diferentes en cuanto a objetivos de mercados. Mientras que Argentina y Estados Unidos tienen en común su dependencia en países determinados, el primero con Brasil (45,42%) y el segundo con México y Canadá (41,44% y 29,80%), Chile tiene una mayor diversificación en sus exportaciones destacando sus envíos a Colombia, Holanda, Italia, Venezuela, Ecuador, Estados Unidos y Perú (18,05%; 14,33%; 11,61%; 11,23%; 8,28%; 8,11% y 6,79%).

Argentina

En el período 2004-2012 las exportaciones de pera argentina han supuesto de promedio el 14,02% de las exportaciones mundiales, con una tasa promedio anual de mejora en dicho período del 1,5%. En 2012 es líder indiscutible y exporta prioritariamente a Brasil y Rusia (45,42% y 21,72% respectivamente). La variedad comercializada más representativa es William's (o Bartlett) (3), y en menor medida Packam's y Beurre D'Anjou (9). El disponer de un producto de calidad de contra estación supone una ventaja comparativa importante frente a las producciones del hemisferio norte (22). El transporte marítimo es fundamental para los envíos transoceánicos, siendo el principal puerto el de San Antonio Este (Río Negro) con el 85% de los fletes y en menor medida los puertos de Bahía Blanca y Buenos Aires. Argentina debe pagar aranceles para exportar peras a la Unión Europea, mientras Chile y Sudáfrica tienen acuerdos comerciales donde tienen eximido el pago de aranceles. Esa diferencia supone de promedio en los últimos cinco años 4,5 centavos de dólar por kilo (25).

Brasil por su parte, uno de los principales compradores internacionales de peras, ha sido tradicionalmente uno de los mercados preferido de Argentina (20). La facilidad de logística (terrestre) y sin arancel (MERCOSUR), además de relaciones comerciales de muchas décadas, sustentan el predominio en este mercado. Los envíos a Brasil se efectúan a través de las aduanas de Santo Tomé (Corrientes) y Bernardo de Irigoyen (Misiones), y recientemente, por limitación en la disponibilidad de transporte terrestre, se ha comenzado a exportar por vía marítima desde el puerto de Bahía Blanca. Es importante el avance cualitativo que han experimentado los productores y comercializadores de peras argentinos en cuanto a la problemática que había en el año 2011 respecto de los residuos de agroquímicos y contaminantes, plagas, manejo integrado de plagas (MIP), buenas prácticas agrícolas (BPA), buenas prácticas de manufactura (BPM), análisis de peligros y puntos críticos de control (HACCP) y la trazabilidad (48). En estos momentos ya son prácticas habituales y tienen la mayor superficie mundial bajo técnica de confusión sexual, a través del Programa Nacional de Supresión de Carpocapsa con 35.000 hectáreas de manzanas y peras, en las Provincias de Río Negro y Neuquén.

Al analizar la figura 1 (pág. 131), se observa cómo Argentina tiene altos índices de competitividad de comercio exterior con Brasil: 4,72, siguiéndole en importancia Italia: 3,08; Perú: 2,96 y Estados Unidos: 2,58. Estos casos son lógicos debido a su cercanía (Brasil y Perú), lazos culturales (Italia), y la relevancia de la pera "William's" en el mercado de Estados Unidos (36). Los mercados se comportan de distinta forma al analizar la evolución del ICCE. En este sentido, mientras que Perú y Singapur tienen las mayores tasas de crecimiento con 24,8% y 19% respectivamente; Alemania presenta la variación más negativa.

Estados Unidos

Su cuota media de participación en el comercio mundial es del 7,87% mejorando un 0,7% en promedio por año en dicho período. En el año 2012, representa el 9,25% de las exportaciones totales. Sus mercados más representativos son México y Canadá (41,44% y el 29,88% de las exportaciones totales). Las variedades más comercializadas son Bartlett a Canadá y Beurre D'Anjou a México (36). Los valores del ICCE (figura 2, pág. 131) son muy altos en el caso de los mercados de México: 10,47

y Canadá: 6,71. La cercanía territorial, los acuerdos de libre comercio NAFTA (30), así como variaciones importantes en la cosecha y en el tipo de cambio, también impactan en el ICCE. Al analizar la evolución de la participación de mercado, sobresalen las ventas a Taipéi (16,5%). En el caso contrario, Brasil ha experimentado un valor negativo de un 10,2%.

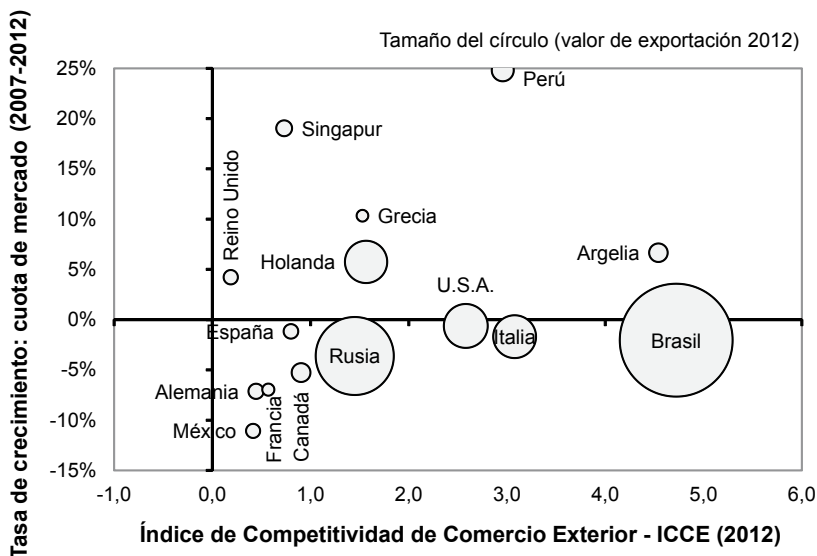


Figura 1. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Argentina.
Figure 1. Map of international competitiveness of pear exported by Argentina.

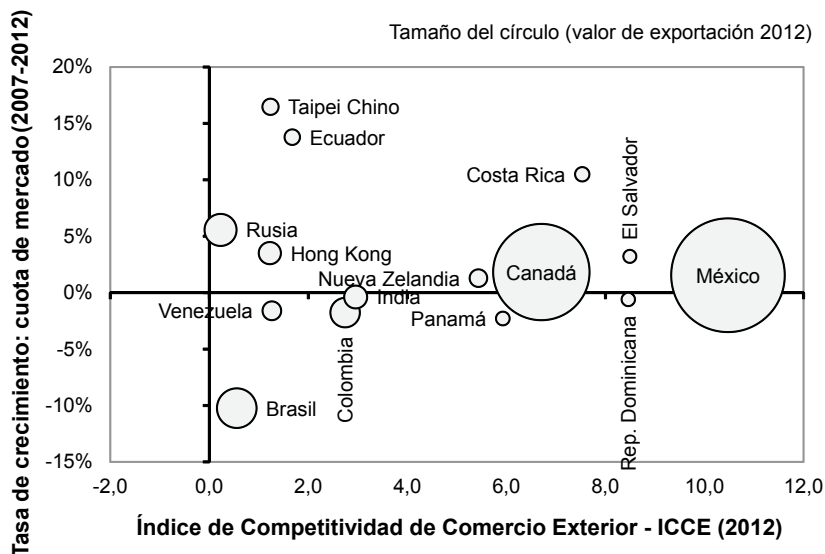


Figura 2. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Estados Unidos.
Figure 2. Map of international competitiveness of pear exported by United States.

Chile

Ocupa el noveno lugar de las exportaciones mundiales. Por medio de acuerdos comerciales específicos ha logrado reducciones (Estados Unidos) y exenciones en la mayoría de sus mercados. Sus principales mercados son: Colombia (18,05%), Holanda (14,33%), Italia (11,61%), Venezuela (11,23%), Ecuador (8,28%), Estados Unidos (8,11%) y Perú (6,79%). La principal variedad cultivada es Packhams, pero las variedades más cultivada en los últimos años son Abate Fetel, Coscia, Forelle, Carmen, Flamingo, Concorde y Taylor (52). Hay un tema esencial para el comercio internacional relacionado con los límites máximos de residuos (LMRs), como es la Resolución N° 33 del Ministerio de Salud de Chile en 2010, con un control riguroso de residuos. Los valores más altos del ICCE (figura 3) son los de Ecuador: 17,96; Venezuela: 17,04; Colombia: 15,55 y Perú: 11,06. La cercanía territorial y sus acuerdos actúan como elemento de competitividad. Si se analiza la evolución positiva de la cuota mercado, sobresale el caso del mercado de Italia (8,5%). El valor más negativo en la evolución de la participación comercial lo tiene en Perú (-6,9%).

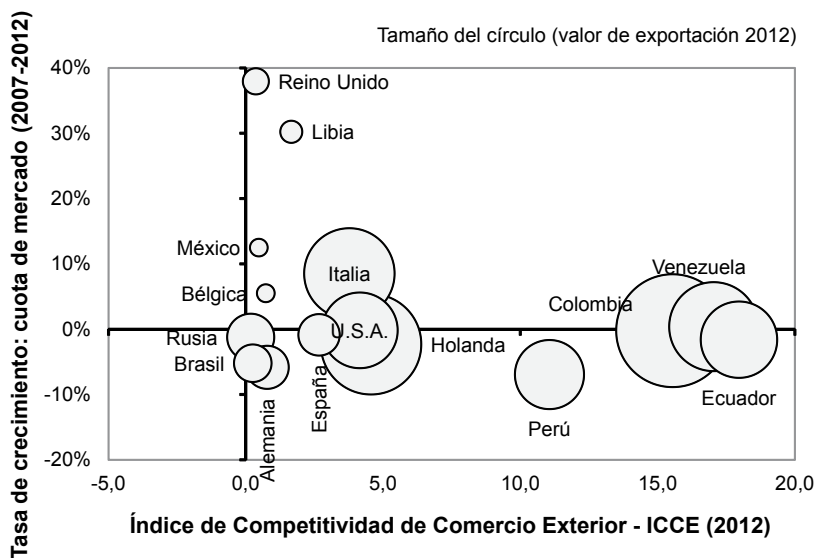


Figura 3. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Chile.
Figure 3. Map of international competitiveness of pear exported by Chile.

Bloque europeo

Los cuatro países implicados son Holanda, Bélgica Italia y España. Hay una diferencia significativa entre los dos primeros y el resto. Los primeros actúan como mercados de reexportación por medio de triangulaciones comerciales a terceros países, además de ser productores de peras, mientras que Italia y España son productores que comercializan su propia producción.

Holanda

Este país es el segundo exportador mundial de peras (19,1% exportaciones totales). Sus principales mercados son Alemania (30,10%), seguido de Reino Unido (R. U.) (12,78%), Rusia (11,89%), y Francia (9,02%). La variedad más usual es la Conference y en menor escala, Decana de Comice. Su estrategia se asienta en una serie de ventajas competitivas basadas en su localización estratégica, el puerto de Rotterdam y sus envíos constantes durante todo el año (16). Los valores mayores del ICCE (figura 4) lo tienen Dinamarca: 4,71 y Bélgica: 4,09. La evolución del ICCE (figura 4) ha sido positiva en la mayoría de los mercados, destacando Alemania con un 39,8% de crecimiento. Sólo España, Italia y Suecia tienen valores negativos.

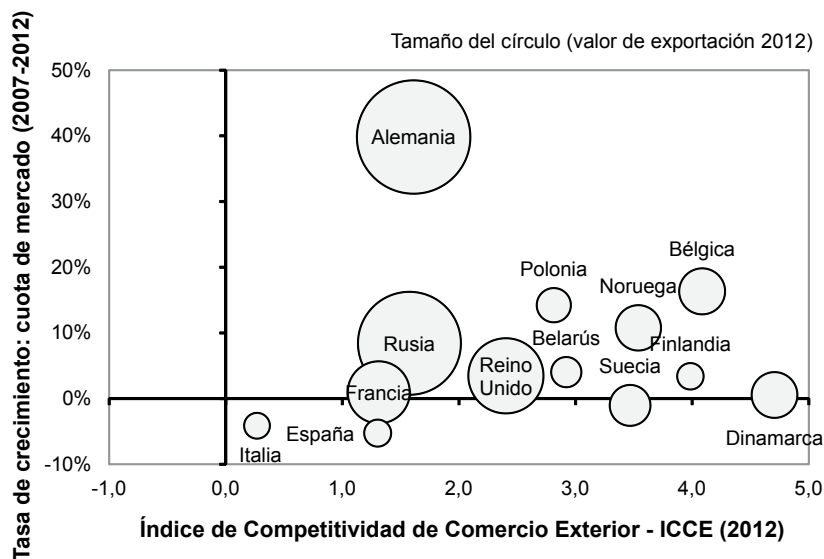


Figura 4. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Holanda.
Figure 4. Map of international competitiveness of pear exported by Netherlands.

Bélgica

Es el cuarto exportador de peras del mundo (12%). El destino de sus exportaciones se localiza principalmente en Rusia (42,30%), Reino Unido (11,34%), Francia (10,12%), y Holanda (9,92%). Al igual que Holanda su variedad estrella es la Conference y en menor medida Decana de Comice, Durondeau, Beurré Alexander y Sweet Sensation. Los países que presentan un mayor ICCE en la pera belga son: Bielorrusia: 2,87; Rusia 2,80; España: 2,63 y Suecia: 2,11 (figura 5, pág. 134). Al analizar la evolución del índice, destaca el crecimiento de Suecia (27,8%) sobre los demás países.

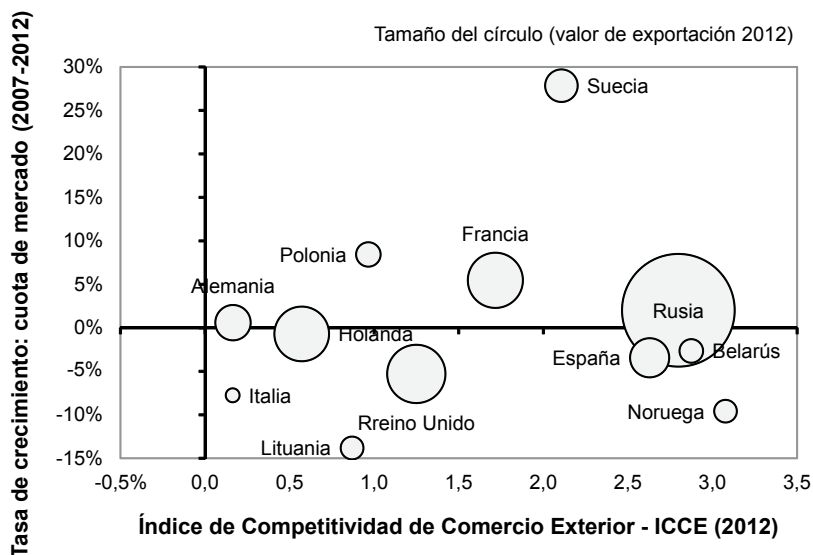


Figura 5. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Bélgica.
Figure 5. Map of international competitiveness of pear exported by Belgium.

Italia

Este país supone de media el 9,67% de las exportaciones mundiales en el período estudiado (2004-2012), reduciendo anualmente su participación un 4,1% en promedio. En el año 2012, es el quinto exportador del mundo con una participación de 9,8%. Dos países (Alemania y Francia) suponen el 48,43% y 15,59% de sus exportaciones, respectivamente. La variedad más representativa es Abate Fetel (50). Los valores más altos del ICCE (figura 6, pág. 135) lo tienen Libia: 8,14; Eslovenia: 5,78; Rumania: 4,80; Hungría: 4,51; Austria: 4,24 y Alemania: 4,30. En consideración de la evolución de la cuota de participación a nivel internacional de peras, sobresalen los mercados de Rusia (14,3%), Austria (8,9%) y Libia (7,3%). Sus principales mercados -Alemania y Francia- tienen valores negativos de un 3,3% y un 2,6% respectivamente. Reino Unido sorprende con la variación más negativa en la evolución de la cuota de mercado (-13,5%).

España

Tiene una cuota media de mercado en el período estudiado de 5,66% (2004-2012); desmejora 1,1% en promedio por año en dicho período. En el año 2012, es el octavo exportador mundial con una participación de un 5,25% de las exportaciones mundiales. Sus principales mercados son Italia (16,53%), Brasil (12,22%), Alemania (11,38%), Francia (10,65%) y Rusia (9,64%). La variedad más comercializada es Conference, pero también tiene una oferta importante de variedades como Blanquilla, Coscia (o Ercolini); Guyot y William's. Los valores más altos del ICCE (figura 7, pág. 135) son los de Grecia: 7,88; Marruecos: 7,19 y Portugal: 7,12. En cuanto a la variación de la cuota de mercado los mayores incrementos los han tenido Brasil (28,9%), Reino Unido (12,9%) y Alemania (7,7%). Y con valores negativos se posicionan Polonia (-6,3%) y Marruecos (-4,1%).

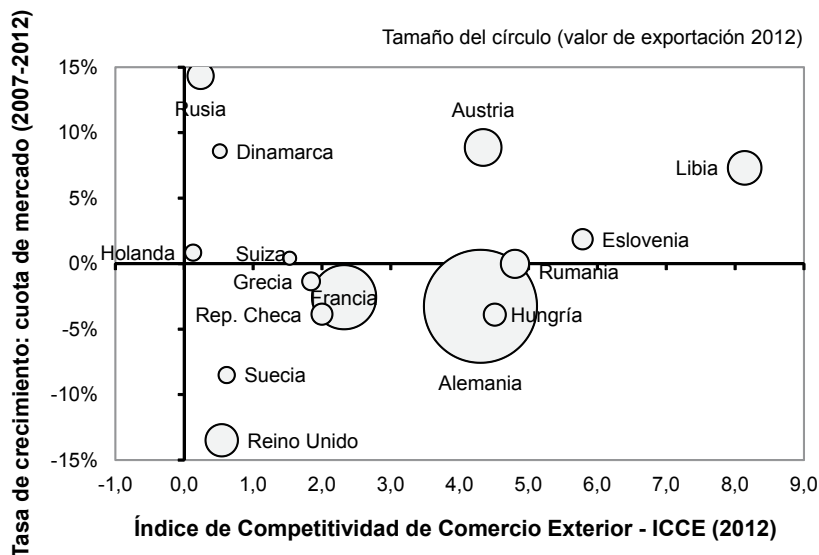


Figura 6. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Italia.
Figure 6. Map of international competitiveness of pear exported by Italy.

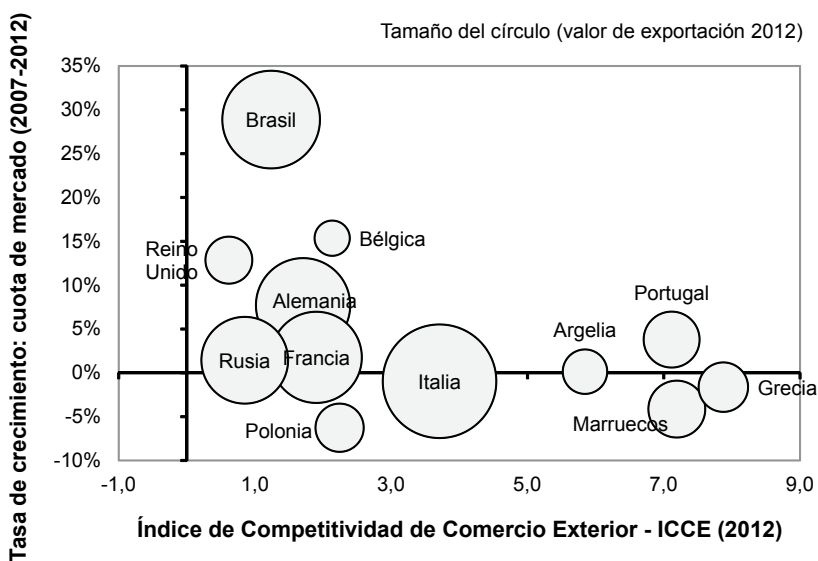


Figura 7. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por España.
Figure 7. Map of international competitiveness of pear exported by Spain.

Bloque africano

Sudáfrica es el país referente de las exportaciones de pera de este bloque.

Sudáfrica

Su cuota media de participación en el comercio mundial de pera es del 5,84% (2004- 2012), resaltando que la misma mejora un 3,6% en promedio por año en dicho período, este país fue en 2012, el séptimo exportador mundial (7,4% de las exportaciones mundiales). La variedad Packhams se comercializa en su mayor parte en Europa Central (Alemania y Holanda) y Lejano Oriente (Malasia, Singapur y Hong Kong). En el caso de Bon Chrétien (o William's) y Abate Fetel el principal destino es Europa Central, mientras que en Forelle es Europa Central y Medio Oriente (Emiratos Árabes Unidos); y en menor medida Rusia y Reino Unido (15). Las relaciones de Sudáfrica con la Unión Europea siempre han sido muy estrechas, sobre todo con el Reino Unido teniendo en cuenta su participación en la British Commonwealth of Nations. A partir del 2000, con la entrada del acuerdo de reducción arancelaria, los volúmenes de negocio han aumentado en las dos direcciones (37). Se beneficia al no pagar aranceles para ingresar a Europa pero paga 20% en México y 10% en Brasil (25).

Los mayores valores del ICCE (figura 8) lo tiene Holanda (5,45). Al estudiar la evolución de la cuota de participación en los principales mercados se observa un retroceso importante en Rusia (6,1%). Esto es consecuencia de que la mayor producción de peras en este país son de calibre pequeño y mediano, mientras que Rusia demanda calibres grandes.

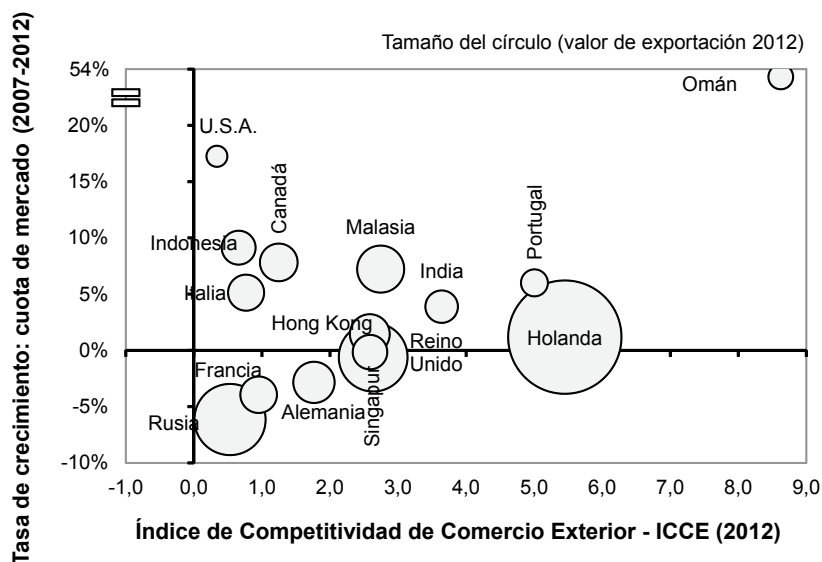


Figura 8. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por Sudáfrica.
Figure 8. Map of international competitiveness of pear exported by South Africa.

Bloque asiático

En este bloque sobresale China.

China

Desde el 11 de diciembre del 2001 China es miembro de la OMC. La inserción de este país en la economía global tiene como consecuencia un flujo permanente de

comercio agroalimentario con el resto del mundo. Y en particular en algunas frutas ha generado mayor competencia y una reducción de precios (16) (figura 9).

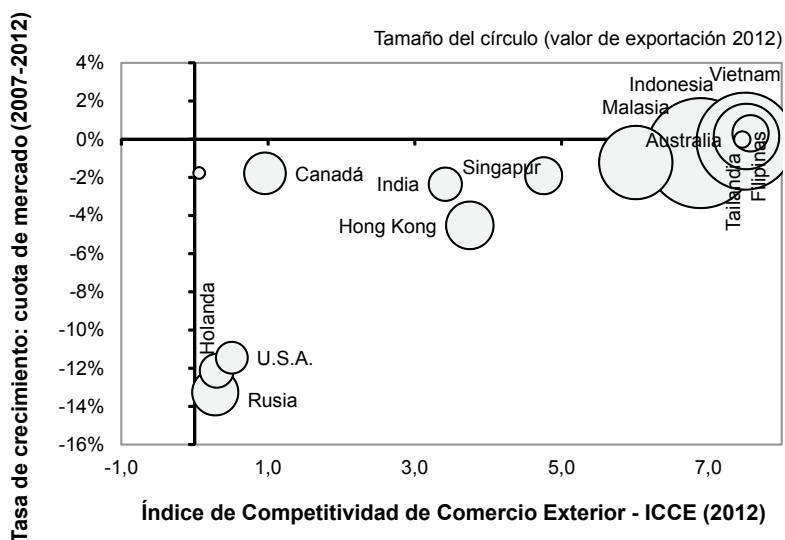


Figura 9. Mapa de competitividad internacional de las peras exportadas por China.
Figure 9. Map of international competitiveness of pear exported by China.

Este país supone de media el 9,47% de las exportaciones mundiales en el período estudiado (2004-2012), con un aumento progresivo medio anual del 7,7% en su participación, variando del 6,49% al 13,13%. A partir del año 2002, China se convirtió en exportador neto en los mercados de manzanas, peras y mandarinas (40). En el 2012, es el tercer exportador del mundo con una participación de un 14%. Sus principales mercados son: Indonesia (20,18%), Vietnam (11,53%) y Tailandia (9,19%). Las variedades más usuales son las denominadas asiáticas o nashi como el caso de "Kosui", "Ya li", "Chojuro", "Shinseiki" y "Nijisseiki" (15). Tiene unos valores muy altos del ICCE en los mercados de Filipinas: 7,57; Tailandia: 7,52; Vietnam: 7,50; Indonesia: 6,90 y Malasia: 6,01. A pesar de esos valores tan altos en el ICCE (figura 9), el balance ha sido negativo en la cuota de mercado en los principales países importadores de peras chinas -a excepción de Filipinas-, destacando particularmente el retroceso en Estados Unidos, Rusia (-13,3%) y Holanda (-12,2%).

DISCUSIÓN

La globalización y la implementación de bloques económicos ha derivado en una intensificación de comercio intraindustrial entre los países miembros, ¿se puede extrapolar al caso del comercio de pera?

En el bloque americano, Argentina y Estados Unidos tienen concentradas sus exportaciones en mercados cercanos derivados de los tratados de Mercosur y NAFTA.

Chile tiene más diversificada sus exportaciones y basadas en acuerdos específicos con países concretos. Los productores de la Unión Europea, caso de Holanda e Italia tienen muy concentradas sus exportaciones en Alemania. Mientras que Rusia aparece como un mercado interesante para Bélgica, y en menor relevancia para Holanda y España. Los países europeos que exporta de una forma considerable al continente americano son España y Portugal (mercado de Brasil). Los productores de Sudáfrica han sabido provechar sus relaciones con el Reino Unido para introducirse en la Unión Europea, además de ampliar sus mercados al Lejano Oriente y Rusia. Y en el caso de las exportaciones de China están concentradas en países asiáticos, mientras que retrocede posición en Estados Unidos. Por ello se deduce que el proceso de globalización, en general, no ha producido un mayor intercambio entre continentes y sí una mayor intensificación regional dentro de los mismos. La excepción es Sudáfrica que sí ha sabido aprovechar sus ventajas comparativas.

La nueva metodología ICCE resulta ser una herramienta eficaz, eficiente y efectiva para el análisis de la competitividad, desde el punto de vista de la participación de mercado. Es "eficaz" porque cumple con su objetivo, "eficiente" porque no resulta costoso el acceso a datos de comercio internacional, y es "efectiva" porque aporta una contribución relevante de conocimiento actual y necesario para entender los cambios, tendencias y el proceso de adaptación en el comercio internacional, en tanto que éste es dinámico y complejo. La eficacia diferencia al ICCE por encima del Índice de Ventaja Comparativa Revelada (VCR), que es el de uso tradicional para el estudio de la competitividad en el comercio internacional (20).

Respecto de las variedades, existen dos visiones contrapuestas, una que se centra en la especialización ("Conference" en Holanda, Bélgica y España, "Rocha" en Portugal, "Abate Fetel" en Italia o "Beurre D'Anjou" en Estados Unidos) y otra en la diversidad varietal para el comercio exterior. A Italia le resulte más ventajoso el cambio de una variedad tradicional de menor precio como "William's" por otra de mayor valor como "Abate Fetel", mientras que a Chile le resulta más positivo incrementar la oferta de "Coscia", "Carmen", "Forelle" y "Abate Fetel". Otra particularidad es que la variedad Packhams está en retroceso en los mercados del hemisferio norte en cuanto a su importación desde el hemisferio sur, y con ello, reconvirtiéndola en Chile a variedades de mayor valor comercial. Distinta es la visión en Sudáfrica, dado que, está intentando desarrollar los mercados asiáticos con esta variedad tradicional y no reconvirtiéndola, mientras que la reemplaza en los mercados europeos por inversiones productivas en Abate Fetel, Forelle, Rosemarie y Cheeky (12).

La decisión de la variedad a cultivar está vinculada con la demanda por parte de los mercados objetivos, a los cuales se pretende mejorar o desarrollar. La visión comercial que oriente procesos de investigación y desarrollo varietal, también debe tener sustento desde las ventajas comparativas de cada región, frente al nuevo paradigma de la complejidad comercial o competitividad regional.

CONCLUSIONES

Los procesos de integración entre países están repercutiendo en el comercio internacional de peras. Del análisis del índice de competitividad de comercio exterior (ICCE) se deduce que la complejidad comercial de un sector, donde cada país exportador se especializa en algunos mercados cercanos o con acuerdos comerciales, es el nuevo paradigma del comercio mundial. Esto implica, que la competitividad no es global sino regional y que es necesaria una adaptación de cada región o país exportador en temas relacionados con cambios varietales y una logística comercial.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ahmed, R. A.; El-Shehawy, M.; Lutang, L. 2011. The Structure and Competitiveness of China's Apple Exports. *WorldJournal of AgriculturalSciences*. 7(6): 678-683.
2. Akhtar, W.; Sharif, M.; Shah, H. 2009. Competitiveness of pakistani fruits in the world market. *Lahore Journal of Economics*. 14(2): 125-133.
3. Aruani, M. C.; Gil, P.; Machuca, Y.; Spera, N. 2012. Evaluación de las características físico-químicas y biológicas en dos suelos superficiales cultivados con pera (*Pyrus communis* L.) cv. Williams bajo manejo convencional. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo*. Mendoza. Argentina. 44(1): 77-84.
4. Avendaño Ruiz, B. D. 2008. Globalización y competitividad en el sector hortofrutícola: México, el gran perdedor. *El Cotidiano*, vol. 23, núm. 147, enero-febrero: 91-98.
5. Avendaño Ruiz, B. D.; Schwetesi Rindermann, R. 2005. Factores de competitividad en la producción y exportación de hortalizas: el caso del Valle Mexicali. B. C. México. *Problemas de desarrollo* Vol 36, n° 140: 165-192.
6. Balassa, B. 1966. Tariff Reductions and trade in Manufactures among industrial countries. *American Economic Review*. Vol 56. Pág 56-67.
7. Bano, S.; Scrimgeour, F. 2012. The export growth and revealed comparative advantage of the New Zealand kiwifruit industry. *International Business Research*. 5(2): 73-82.
8. Ben Kaabla, M.; Gil, J. M. 1994. La competitividad de las exportaciones agroalimentarias españolas tras la CE. *Revista Española de Economía Agraria*. N° 170: 13-46.
9. Cabrera, I. F. 2011. Análisis de la exportación de manzanas y peras en el mercado externo en la última década. Trabajo Final. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Católica Argentina. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/tesis/analisis-exportacion-manzanas-peras-mercado.pdf> [03/04/2014].
10. Castillo Valero, J. S.; García Cortijo, M. del C. 2013. Análisis de los factores explicativos de la rentabilidad de las empresas vinícolas de Castilla-La Mancha. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional de Cuyo*. Mendoza. Argentina. 45(2): 141-154.
11. Chami Batista, J. 2008. Competition between Brazil and other exporting countries in the US import market: a new extension of constant-market-shares analysis. *Applied Economics*. 40: 2477-2487.
12. CIF 2013. Informe sobre tendencias de variedades en el comercio internacional de peras y manzanas. Centro de Información Frutihortícola (<http://www.cif-businessintelligence.com>).
13. Contreras-Castillo, J. M. (1999). La competitividad de las exportaciones mexicanas de aguacate: Un análisis cuantitativo *Revista Chapingo Serie Horticultura*. 5: 393-400.
14. Coriat, B. 1994. Globalización de la economía y dimensiones macroeconómicas de la competitividad. Seminario intensivo de Investigación-Tecnología y Empleo.
15. De Pablo Valenciano, J. 2013. Mapa de competitividad del comercio internacional de peras ¿regionalizarse o globalizarse? ¿reacción o adaptación?. Congreso Mundial de la pera. Interpera 2013. Disponible en http://www20.gencat.cat/docs/DAR/DE_Departament/DE02_Estadistiques_observatoris/27_Butlletins/02_Butlletins_ND/Fitxers_estatics_ND/2013_fitxers_estatics/0122_2013_SProductius_FruitaHorta_Interpera.JaimedePablo.pdf [14/04/2014].
16. De Pablo Valenciano, J.; Lévy Mangin, J. P.; Pérez Mesa, J. C. 2007. Notes about the production and supply-demand of fruit and vegetables in the countries on the European Union. *Journal of food products marketing*, Vol 13, n°3: 95-111.

17. De Pablo, J.; Giacinti, M. A. 2012a. Competitividad en el negocio de la aceituna de mesa. *Revista de fruticultura* n° 24, especial de Olivicultura: 112-119.
18. De Pablo, J.; Giacinti, M. A. 2012b. Competitividad en el negocio del kiwi. *Revista de fruticultura*. N° 22: 6-10.
19. De Pablo, J.; Giacinti, M. A. 2012c. Revealed comparative advantage and competitiveness in pear. *International Journal on food system dynamic*. 3(1): 1-10.
20. De Pablo, J.; Giacinti, M. A. 2012d. Competitividad en el Comercio Internacional vs Ventajas Comparativas Reveladas (VCR). *Rev. de Economía Agrícola*, São Paulo, v. 59, n. 1, p. 61-78, jan./jun 2012. Disponible en <ftp://ftp.sp.gov.br/ftpiea/rea/2012/rea1-4-12.pdf> [14/04/2014].
21. De Paiva Fonseca, H. V.; Ferraz Xabier L.; De Farias Cossta, E. 2010. Análise das exportacoes de uvas frescas brasileiras: uma estimação gravitacional a partir do modelo de regressões aparentemente não relacionadas. *Rev. de Economía Agrícola*, São Paulo, v. 57, n. 2, jul./dez: 81-98.
22. Direcciones de Información y Análisis regional y sectorial. 2011. Complejo frutícola: manzano y pera. Serie Producción regional de complejos productivos. Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de Argentina. Disponible en http://www.mecon.gov.ar/peconomica/docs/Complejo_pepitas.pdf [02/04/2014].
23. Durán Lima, J. E.; Álvarez, M. 2008. Indicadores de comercio exterior y política comercial. CEPAL - Colección Documentos de proyectos. Santiago de Chile. Disponible en http://www.eclac.cl/comercio/publicaciones/xml/9/34899/Indicadores_comercio_exterior_LCW216.pdf [14/04/2014].
24. Espinal, G, C. F.; Martínez Covaleda, H. J.; Peña Marín, Y. 2005. La industria procesadora de frutas y hortalizas en Colombia. Documento de trabajo N° 82. Observatorio Agrocadenas Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural Colombia Disponible en http://www.corpoica.org.co/sitioweb/Archivos/Foros/agroindustria_hortifruticola1.pdf [14/04/2014].
25. Giacinti, M. A. 2013. El nuevo modelo frutihortícola. Frutas y hortalizas. N° 71: 33-35.
26. Grubel, H. G.; Lloid, P. T. 1975. Intra-Industry Trade. The Theorie and Measurements of International Trade in Differentiated Products. London. The Mc Millan Press Ltd.
27. Katz, J. 2000. Cambios en la estructura y comportamiento del aparato productivo latinoamericano en los años noventa: después del "Consenso de Washington", Serie Desarrollo Productivo. N° 65, CEPAL.
28. Khaksar Astaneh, H.; Yaghoubi, M.; Kalateharabi, V. 2014. Determining Revealed Comparative Advantage and Target Markets for Iran's Stone Fruit. *Journal of Agricultural Science and Technology (JAST)* Volume 16, Issue. 2: 253-264.
29. Leamer, E. E.; Stern, R. M. 1970. *Quantitative International Economics*. Allyn and Bacon, Inc., Boston, USA, cap. 7 :171-183.
30. López Calle, I. 2012. El mercado de la fruta y la hortaliza fresca en Canadá. Notas sectoriales ICEX. Disponible en <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4619299> [14/04/2014].
31. López Díaz-Delgado, E. 1985. Comercio Intraindustrial de productos agrarios. *Revista de Estudios Agrosociales*. N° 132: 193-208.
32. Macías Macías, A. 2010. Competitividad de México en el mercado de frutas y hortalizas de Estados Unidos de América, 1989-2009. *Agroalimentaria* V 16 n° 31: 31-48.
33. Macías Macías, A. 2011. México en el mercado internacional de aguacate. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)* Vol. XVII. N° 3: 517-532.
34. Malorgio, G.; Hertzberg, A. 2007. Competitiveness of the Southern Mediterranean Countries in the Italian agri-food market. *NEW MEDIT*. N° 3: 14-23.
35. Matesanz Gómez, D.; Sánchez Díez, A. 2006. Especialización y competitividad del comercio entre la Unión Europea y América Latina: Reflexiones sobre el papel de la Asociación Estratégica Birregional Documento de Trabajo DT/01/06. Fundación CILAE. Enero.
36. Moffit, K. (2013). United States market pear. VI Congreso Mundial de la Pera. Interpera 2013. Disponible en http://areflh.org/images/stories/PDF/Dossiers/INTERPERA/interpera_2013/2eme_jour/Mercado_Estados_Unidos_-_Moffitt.pdf [14/04/2014].
37. Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo. 2007. Informe económico y comercial de Sudáfrica. Disponible en <http://www.comercio.es/tmpDocsCanalPais/479C040FD2DF76906A57D3B24F32889C.pdf> [14/04/2014].
38. Orellana Rojas, C. 2009. Análisis competitivo de la fruta fresca chilena. Memoria de grado. Universidad de Talca. Disponible en <http://ceni.otalca.cl/pdf/memorias/terminadas/AnalisisCompetitivodelaFrutaFrescaChilena.pdf> [14/04/2014].
39. Ortiz, X. ; Acevedo, X.; Martínez, H. 2002. Características y estructura de los frutales de exportación en Colombia. Documento de trabajo n°19. Observatorio Agrocadenas Ministerio de Agricultura y Desarrollo de Colombia. Disponible en <http://repiica.iica.int/docs/B0037E/B0037E.PDF> [14/04/2014].

40. Piñeiro, M.; López Saubidet, R. 2008. Tendencias y escenarios de la innovación en el sector agroalimentario. Trabajo realizado para la Secretaría de Ciencia y Técnica 2007/2008 Disponible en http://www.grupoceo.com.ar/Papers/PapersCEO_039.pdf [14/04/2014].
41. Riaz, K. 2009. Revealed comparative advantage analysis of pakistan's agricultural exports. *Pakistan Journal of Applied Economics*.19(2): 103-127.
42. Richards, T. J. 2000. A discrete/continuous model of fruit promotion, advertising, and response segmentation. *Agribusiness*; Spring 2000. 16(2): 179-195.
43. Richardson, J. D. 1971. Constant-market-analysis of exportgrowth. *Journal of International Economics*. 1: 227-239.
44. Romo Murillo, D. 2007. La competitividad exportadora de los sectores ambientalmente sensibles y la construcción de un patrón exportador sostenible en América Latina y el Caribe. CEPAL. México, D. F. Marzo. Disponible en http://www.eclac.cl/cap_comercio/restricted/documents/romo_competitividad_ias.pdf [14/04/2014].
45. Sala Ríos, M. 1995. El sector de la fruta dulce en España: Nuevas corrientes comerciales y competitividad. *Revista Española de Economía Agraria*. 171: 135-160.
46. Sheldon, S.; Mishraa, K.; Pick, D.; Thompson, S. 2013.- Exchange rate uncertainty and US bilateral fresh fruit and fresh vegetable trade: an application of the gravity model. *Applied Economics*. 45: 2067-2082.
47. Tapia Iturrieta, L. 2006. Estimación de la competitividad de los países exportadores de fruta del hemisferio sur, a partir del Índice de Competitividad para el Crecimiento en el período 2001-2004. *Revista IDESA, Arica, Chile*. Volumen 24 n° 2: 49-59.
48. Tappata, A.; Saritzu, M. 2011. Una Argentina Competitiva, Productiva y Federal. Las cadenas de valor de manzanas, peras y limones en Argentina. IERAL Fundación Mediterránea. Documento Set/2011, Año 17, Edición N° 110. Disponible en http://www.ieral.org/images_db/noticias_archivos/1899.pdf [14/04/2014].
49. Terpstra, V. 1978. *International Marketing*, 2nd ed., Dryden Press, New York.
50. Trentini, L. 2013. El proyecto organismo interprofesional pera. Congreso mundial de la pera, Interpera. 2013. Disponible en http://www20.gencat.cat/docs/DAR/DE_Departament/DE02_Estadistiques_observatoris/27_Butlletins/02_Butlletins_ND/Fitxers_estatics_ND/2013_fitxers_estatics/0122_2013_SProductius_FruitaHorta_Interpera.LucianoTrentini.pdf [14/04/2014].
51. Tysxynski, H. 1951. World Trade in Manufactured Commodities, 1899-1950. *The Manchester School*, XIX September: 272-304.
52. Walker, A. 2012. Exportaciones: Nuevos mercados para seguir creciendo. Manzanas y peras de Chile. Portal frutícola. Disponible en http://www.portalfruticola.com/wp-content/uploads/2012/02/manzanas_peras_chile_e.pdf [14/04/2014].