

Fruticultura y su industria

Potencial y oportunidades para el desarrollo en la provincia de Misiones

Rodrigo Nuñez Hinostraza

Elias Levandovski



Fruticultura y su industria

Potencial y oportunidades para el desarrollo en la provincia de Misiones

Rodrigo Nuñez Hinostraza¹
Elias Levandovski²

2019

INTA – ESTACIÓN EXPERIMENTAL AGROPECUARIA CERRO AZUL

¹ Ing. Agr. Mgter., Área Frutales, INTA EEA Cerro Azul, CR Misiones, Argentina
E-mail: nunez.rodriigo@inta.gob.ar

² Téc. Agr., Área Frutales, INTA EEA Cerro Azul, CR Misiones, Argentina
E-mail: levandosvki.elias@inta.gob.ar

E.E.A Cerro Azul — INTA. Cartilla N° 31/2019

E.E.A. Cerro Azul – INTA.

Dirección: Ruta Nacional 14. Km 836

3313 – Cerro Azul- Misiones, Argentina

Teléfono: (0376) 449 4740, (0376) 449 4741

DIRECTOR: Ing. Agr. Horacio BABI

COMISIÓN ASESORA DE PUBLICACIONES

Lic. Jorge AIASSA

Ing. Agr. Sebastián BÁRBARO

Lic. en Gen. Adrián DE LUCIA

Ing. Agr. Diego GUERRERO

Ing. Agr. Sandra MOLINA (Presidente)

Ing. Agr. Belén ROSSNER

Nuñez Hinostrroza, R.; Levandovski, Elias. 2019. Fruticultura y su industria- Potencial y oportunidades para el desarrollo en la provincia de Misiones. Cerro Azul. E.E.A INTA Cerro Azul. Cartilla N° 31/2019.

Presentación

Sin duda, la Fruticultura y su Industria son unas de las actividades productivas que presentan mayor potencial para el desarrollo socio-económico de la provincia de Misiones.

A partir de la anterior consideración se generó el presente documento. La finalidad del mismo es proporcionar al productor, emprendedor e inversor, información relacionada a la actividad, como herramienta inicial de análisis para evaluar la conveniencia o no de llevar adelante nuevos y/o mejores proyectos productivos, basados en la Fruticultura y su Industria en la provincia de Misiones.

El documento se divide en dos secciones. En la primera sección se presentan algunos aspectos y características generales de Misiones y la Fruticultura; la importancia, ventajas, y justificación como actividad productiva para la provincia, como así también algunas debilidades que no han propiciado su consolidación como actividad económica. En la segunda sección se brinda información general relacionada al mercado, comercio y producción, en el ámbito nacional, de diferentes especies de fruta, y productos procesados, en las cuales se observa un importante potencial y oportunidades para establecer unidades de negocio.

En el documento se ha excluido la actividad cítrica, ya que el objetivo de esta publicación es brindar información para difundir, fomentar, e impulsar otras especies frutícolas con aptitudes productivas y perspectivas de mercado, ya sea para su venta en fresco y/o procesadas.

Contenidos

Introducción.....	6
1. Primera sección.	
1.1. Características generales de Misiones, la Fruticultura y su Industria.	
1.1.1. Provincia de Misiones.....	8
1.1.2. La Fruticultura y su Industria	
1.1.2.1. Importancia de su desarrollo.....	13
1.1.2.2. Ventajas de la provincia de Misiones para la Fruticultura y su Industria.....	15
1.1.2.3. Justificación del desarrollo Frutícola-Industrial en la provincia de Misiones.....	17
2. Segunda sección.	
2.1. Mercado, comercio y producción de frutas y sus derivados con potencial para la provincia de Misiones.	
2.1.1. Consideraciones iniciales de la Sección.....	19
Ananá.....	21
Maracuyá.....	39
Palta.....	45
Ciruela.....	54
Mango.....	60
Papaya/Mamón.....	69
Kaki/Caqui.....	73
Uva.....	77
2.1.2. Consideraciones finales de la Sección.....	81
3. Comentarios finales.....	83
Agradecimientos.....	85
Bibliografía y bases de datos consultada.....	85

Introducción

La provincia de Misiones presenta adecuadas condiciones edafoclimáticas para el crecimiento de diversas especies frutícolas. Al recorrer las chacras es muy agradable ver frutas de los más variados colores, formas y sabores (mango, ananá, banana, uva, durazno, ciruela, papaya/mamón, pitanga, guayaba, kaki, palta, maracuyá, mora, entre otras). Las características productivas de los frutales (de tipo intensivo) hacen económica y ambientalmente viable su explotación en un sistema de uso de la tierra en pequeñas superficies, acorde con la realidad parcelaria de la provincia. Sin embargo, la mayoría de estas frutas no han sido aprovechadas a una escala comercial, siendo que su producción se ha limitado al consumo familiar. En algunas especies, (ananá, papaya, banana, uva, durazno) el cultivo se desarrolló a mayor escala, pero no se ha logrado consolidarlos como actividad económica, manteniéndose sólo como una actividad marginal, lo cual se ve reflejado por la escasa superficie establecida.

Si bien la provincia posee ventajas naturales para la producción de un importante abanico de especies de frutas, por sí solas no son suficientes. Para promover el desarrollo y sostenibilidad a largo plazo de la actividad frutícola es vital realizarlo en un marco de competitividad que permita la inserción a los mercados cada vez más dinámicos y exigentes por la apertura comercial. Bajo ese marco, existe la posibilidad de avanzar mediante estrategias de producción y comercialización, como por ejemplo aquellas relacionadas a la diferenciación ya sea por calidad, exotismo, fruta primicia, u otra particularidad. Si bien estas estrategias apuntan a nichos de mercado de volúmenes limitados y ventanas comerciales estrechas, que demandan acciones adicionales para que los productos sean reconocidos y valorados por sus características distintivas, los mayores precios que se podrían obtener por la comercialización de estos productos diferenciados brindarían mayor rentabilidad al negocio. En este sentido la Industria transformadora de frutas cumple un rol fundamental; con la misma no sólo se aprovecha el potencial de producción mediante el agregado de valor al producto, sino también se consolida la producción de frutas, ya que mucha de ella por tamaño, excedente o daño tendría un destino estable como materia prima industrial. Esto genera mayores ingresos a toda la cadena productiva. Asimismo, la industria puede producir un gran número de productos

innovativos, siendo esto una importante herramienta para su inserción en mercados como el coctelero o el gourmet, entre otros, los cuales son ávidos en la utilización de nuevos productos buscando satisfacer a sus clientes con elaboraciones originales y exclusivas.

Si bien las oportunidades de negocio que brinda la fruticultura y su industria son múltiples y variadas, es necesario no caer en falsas expectativas, por lo que resulta imprescindible contar con la mayor cantidad de datos posible que permitan realizar un análisis y evaluación previa a su establecimiento.

1. Primera Sección

1.1. Características generales de Misiones, la Fruticultura y su Industria.

1.1.1. Provincia de Misiones

Misiones es una de las provincias más pequeñas del país, ubicándose en el tercer lugar, luego de Tierra del Fuego y Tucumán, con 29.801 Km².

De acuerdo a los últimos datos publicados en el IPEC (Instituto Provincial de Estadísticas y Censos) para el año 2010 la población de Misiones era de 1.101.593 habitantes, arrojando una densidad poblacional cercana a 37 habitantes/Km². Su población se ubica mayoritariamente en zonas urbanas, con aproximadamente el 73,8% del total, mientras que el 26,2% restante se ubica en zonas rurales. La tasa de crecimiento poblacional es una de las más altas del país.

La división política-administrativa está integrada por 17 departamentos (Figura 1)³ y 76 Municipios. Los Departamentos de L. N. Alem, Capital, Oberá, Iguazú y Eldorado, concentran el 60% de la población de la provincia.



Figura 1. Departamentos de la Provincia de Misiones.

³ Mapa extraído de la página oficial de la Vicegobernación de la provincia de Misiones (<http://www.vicegobernacion.misiones.gov.ar/observatorio/index.php/institucional/mision-y-funcion>)

Más del 90% del perímetro fronterizo de la provincia es internacional, limitando con Brasil y Paraguay, siendo en su mayoría frontera fluvial. El límite de Misiones con el territorio nacional es con la provincia de Corrientes, en una franja de 110 km, aproximadamente.

Los principales conglomerados productivos son el forestal, yerba mate, tabaco, té y cítricos. La estructura agraria de la provincia se caracteriza por la predominancia de explotaciones agropecuarias de pequeña superficie. Más del 55% del total de las explotaciones agropecuarias se encuentran parceladas en superficies de hasta 25 hectáreas, y el 26% en superficies de entre 25 a 50 hectáreas.

La provincia tiene una de las densidades de caminos más altas del país. Según el Consejo Federal Vial, en el año 2016 Misiones contaba con 3741 Km de rutas, entre nacionales y provinciales. Más del 90% de la longitud de las rutas nacionales en la provincia se encuentran pavimentadas, y en el caso de las rutas provinciales este número alcanza al 45%. Las mismas se encuentran en un óptimo estado de transitabilidad. (Figura 2)⁴.

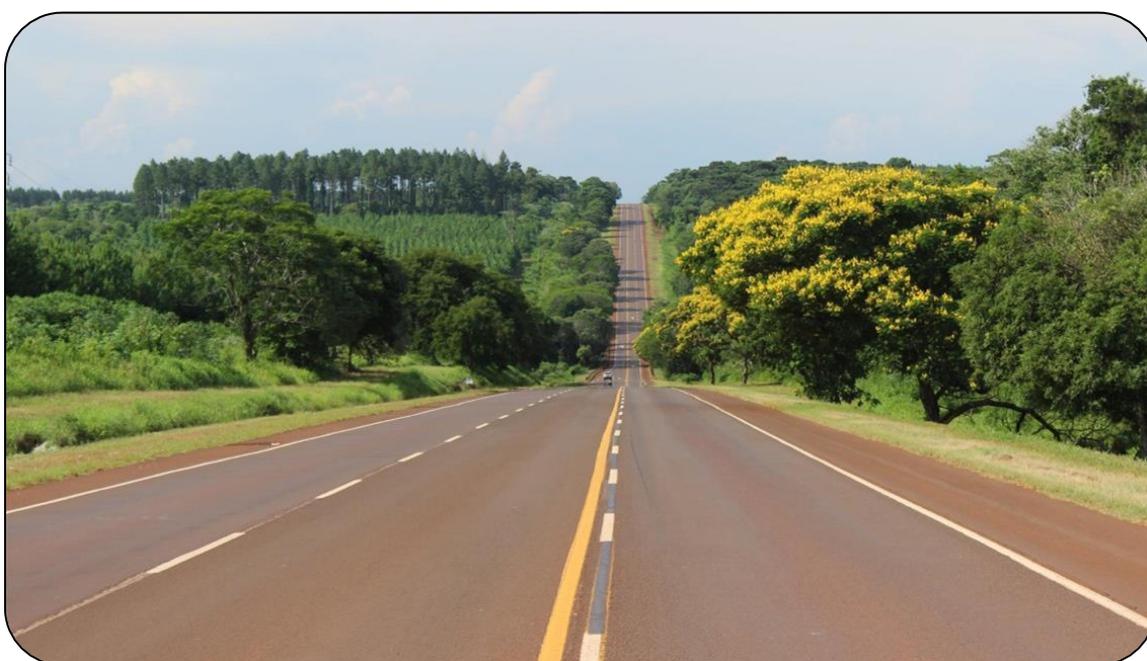


Figura 2. Ruta Nacional N°12.

⁴ Imagen extraída de la red social Facebook del Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones.

De sur a norte la provincia tiene 3 ejes troncales que la atraviesan; la ruta provincial N°2 en el extremo este, la ruta nacional N°14 en el centro, y la ruta nacional N° 12 en el extremo oeste. El entramado de interconexión de este a oeste se encuentra muy bien distribuido, principalmente en la zona sur y centro de la provincia (Figura 3)⁵.



Figura 3. Mapa distribución de rutas en la Provincia de Misiones.

La ubicación geopolítica de Misiones es excepcional. La cercanía con grandes ciudades de los departamentos de Itapúa y Alto Paraná de Paraguay, y de los Estados de Santa Catarina, Rio Grande do Sul y Paraná en Brasil, brindan un gran potencial para el desarrollo comercial, generando innumerables oportunidades de negocio.

⁵ Mapa extraído de la ex Subsecretaría de Turismo de la provincia (desactualizado -año 2008).

La majestuosidad de la belleza natural de la provincia (Figura 4)⁶ además de generar importantes ingresos en turismo brinda la posibilidad de realizar un aprovechamiento multifuncional, como por ejemplo articulando la fruticultura con el Agroturismo. Esto mismo ofrece un atractivo adicional para aquellos inversores que además de buscar una capitalización de su dinero aprecian y valoran la naturaleza, donde la inversión se fusiona con el placer.

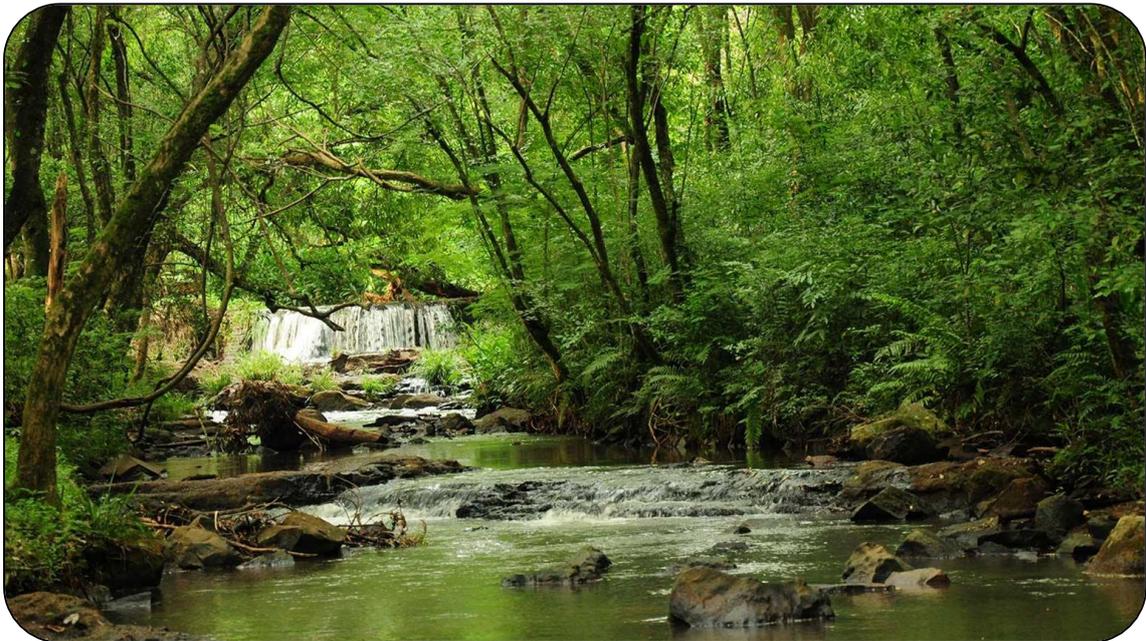


Figura 4. Paisaje típico de la Provincia de Misiones, arroyo con salto de agua.

Además de su belleza natural, la provincia ofrece ciudades bien desarrolladas, principalmente aquellas cabeceras de los Departamentos, las cuales cuentan con adecuados servicios de comunicación, salud, educación, entre otros. En relación a los servicios de comunicación y conectividad es importante destacar los dos trazados de fibra óptica con más de 1.400 km de red.

El sistema educativo de la provincia tiene una fuerte inclinación hacia la formación técnica, siendo la provincia con mayor cantidad de instituciones técnicas y agrotécnicas, de la región. La educación universitaria instalada ofrece un gran número de carreras de ingeniería, como industrial, agronómica, en alimentos, química, electromecánica y electrónica, entre otras.

⁶ Imagen extraída de la red social Facebook del Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones.

Asimismo, la provincia cuenta con un gran número de instituciones, tanto provinciales como nacionales, de asesoramiento y apoyo técnico-económico.

Otra información de gran importancia es la futura puesta en marcha de los puertos Santa Ana y Posadas, sobre la Hidrovía Paraná-Paraguay. El puerto Posadas, junto al parque industrial Posadas, formarán una importante plataforma logística y productiva de alcance internacional.

El clima de Misiones se define como subtropical húmedo sin estación seca. Su régimen pluviométrico es isohigro, con precipitaciones anuales promedio de 1.800 mm. La temperatura promedio anual es de 21°C, con amplitud térmica de 10°C. Si bien en la provincia, al igual que en el resto del país, no existen zonas libres de heladas, se encuentran espacios y/o áreas que por su exposición, pendiente y entorno (sobre todo en aquellos lugares cercanos a los grandes ríos) le permiten comportarse como áreas con bajo riesgo e incidencia de heladas.

Los suelos de la provincia son diversos. Los más representativos son los suelos rojos profundos y los pedregosos someros a moderadamente profundos, generando diferentes aptitudes de uso agrícola.

El relieve predominante es ondulado a colinado, encontrándose lomas, medias lomas, zonas escarpadas, con pendientes medias y/o cortas que tienen desde 5% o menos, hasta 20% o más de gradiente de inclinación. La erosión, principalmente hídrica, es un asunto de importancia a considerar en cualquier tipo de actividad agropecuaria.

El conjunto de los factores edafoclimáticos dan origen a condiciones adecuadas para el desarrollo de un importante abanico de especies frutícolas (Figura 5), ya sean de clima templado con variedades de bajo requerimiento en horas de frío, de clima subtropical, y de clima tropical; sin embargo, y principalmente en este último grupo de especies frutícolas, es necesario considerar estrategias y manejos agronómicos particulares para establecerlas como actividad productiva rentable.



Figura 5. Diferentes especies de fruta que se desarrollan en la Provincia de Misiones.

1.1.2 La Fruticultura y su Industria

1.1.2.1. Importancia de su desarrollo

La fruticultura y su industria son actividades productivas de mucha importancia a nivel internacional, y estas han sido motor de desarrollo de importantes ciudades en diferentes partes del mundo.

Entre algunas cualidades y/o aspectos distintivos de estas actividades se puede mencionar su gran capacidad para generar puestos de trabajo, no sólo en las etapas de producción e industrialización (Figura 6), sino también en la etapa de comercialización. Por ejemplo, el comercio nacional de frutas y hortalizas le dan vida a más de 38 mercados mayoristas ubicados en diferentes provincias del país, donde un gran número de trabajadores desempeñan tareas administrativas, operativas, carga y descarga de mercaderías, entre otras. Según un informe de la Cámara Argentina de Fruticultores Integrados (CAFI),

en la región de la pampa húmeda, el nivel de ocupación directa es de una (1) persona por cada 1.000 hectáreas para los cultivos tradicionales de esa zona, mientras que para la producción frutícola de peras y manzanas en Río Negro y Neuquén, se emplea mil (1.000) trabajadores de manera directa para la misma cantidad de hectáreas. Algunas estimaciones indican que por cada hectárea frutícola implantada se generan de 2 a 5 puestos de trabajo a lo largo de toda la cadena productiva (Buainain e Batalha, 2007).



Figura 6. Diferentes trabajos relacionados a la fruticultura y su industria.

Por otro lado, la actividad frutícola permite obtener un mayor ingreso monetario por unidad de superficie, comparada con otras actividades agropecuarias. Esto resulta de gran interés en regiones donde los establecimientos están parcelados en pequeñas superficies, representando una importante alternativa para productores de la agricultura familiar (Lourenzani, 2008).

Las oportunidades de negocio que ofrece la fruticultura y su industria son múltiples y variadas; dentro de estas se pueden mencionar: la producción de plantines (instalación de viveros), la producción e industrialización de frutas, el empaque, almacenamiento y comercialización (servicios de poscosecha), entre otras. Asimismo junto a estas se desarrollan otras actividades conexas como la metalmecánica con el desarrollo de maquinaria y equipamiento industrial, servicios de asesoramiento profesional, provisión de insumos.

La fruticultura, cuando es llevada de forma responsable, genera un impacto medio ambiental positivo en relación a otras actividades productivas. Entre los beneficios se puede mencionar que ayuda a la infiltración de agua, disminuye la erosión y aumenta la biodiversidad (Llauger Riverón, 2016).

Para finalizar esta breve descripción sobre los atributos/características que hacen a la fruticultura y su industria una actividad de importancia económica, social y ambiental, se debe mencionar que las frutas y sus derivados son de vital importancia en la alimentación humana; esto genera un sentido de visión positiva por parte de la sociedad hacia proyectos que contemplen la producción responsable de frutas y su transformación industrial.

1.1.2.2. Ventajas de la provincia de Misiones para la Fruticultura y su Industria.

La provincia de Misiones tiene ciertas ventajas comparativas, en relación a otras regiones del país, para llevar adelante un desarrollo frutícola-industrial. Entre algunas de ellas se pueden mencionar:

- ✓ Las condiciones de clima y suelo permiten el cultivo de especies que actualmente se están importando. Esto permitiría obtener rápidamente una cuota del mercado para ser cubierta por fruta producida en la provincia, a partir de la utilización de estrategias de posicionamiento. Asimismo esas condiciones edafoclimáticas, junto a la elección de cultivares adecuados, permite la producción de fruta primicia, otorgando la posibilidad de abrir nuevas ventanas comerciales (esta información será ampliada en la segunda sección del documento).
- ✓ La ubicación geopolítica estratégica de la provincia le permitiría, a futuro, avanzar hacia la exportación a centros de consumo limítrofes. Asimismo la distancia de Misiones a los grandes centros de abasto y consumo en el ámbito nacional, con respecto a países actualmente proveedores de la Argentina en ciertas especies de fruta, es considerablemente menor. Debido a esto el tiempo de transporte es más corto, permitiendo llegar a los mercados con frutas de mejor calidad organoléptica, a partir de una cosecha con óptima madurez de consumo; esta situación se hace muy notoria en frutas “no climatéricas” como el ananá, siendo que en muchos casos el producto importado debe ser cosechado previo a la madurez óptima de consumo para que pueda llegar a destino con una apariencia visiblemente adecuada, pero en lo gustativo no alcanza a su estado óptimo de madurez para su consumo en fresco.

- ✓ El valor de la tierra en Misiones es considerablemente menor al de otras zonas frutícolas del país.
- ✓ La actividad frutícola-industrial se podría relacionar con otras cadenas productivas presentes en la provincia; por ejemplo sería muy razonable pensar que una industria de pulpas de fruta se une estratégicamente con la industria azucarera de la provincia y la reconocida industria “Aguas de las Misiones” para sacar al mercado un agua saborizada diferenciada 100% misionera. O quizás aún más completa, con extractos de yerba mate o té; tal vez este último producto todavía no tenga mucha demanda a nivel nacional, pero los nichos de mercado en el extranjero crecen continuamente.
- ✓ Las parcelas frutícolas se fusionan muy bien con el paisaje natural de la provincia (Figura 7), generando espacios visiblemente muy agradables, que permiten la articulación con otras actividades económicas como lo es el agroturismo.



Figura 7. Plantación de durazno con paisaje de los cerros de fondo. Colonia Güemes Misiones.

1.1.2.3. Justificación del desarrollo Frutícola-Industrial en la provincia de Misiones.

Existe una serie de fundamentos que justifican el fomento y desarrollo de la actividad frutícola-industrial en la provincia; algunos de ellos son:

- ✓ Las oportunidades de negocio se encuentran a lo largo de toda la cadena productiva, ya sea en la etapa de producción primaria, industrialización o comercialización. Estas oportunidades son diversas, y pueden ser distintivamente innovadoras, brindando mayor competitividad.
- ✓ En la actualidad, el mercado nacional de frutas tropicales es abastecido mayormente por producto importado; Misiones tiene la posibilidad de producir y ofrecer estas frutas con excelente calidad, lo que le permitiría ganar prontamente una cuota importante de la demanda (esta información será ampliada en la segunda sección del documento).
- ✓ Cambios de hábito de consumo, tendencia de la demanda hacia productos más saludables; las frutas y sus derivados son de reconocida importancia para la dieta humana.
- ✓ Según la FAO existen muy buenas perspectivas en el comercio mundial de frutas tropicales y subtropicales; no sólo en las especies tradicionales, sino también para aquellas exóticas o pocas conocidas en el mercado actual⁷.
- ✓ La parcelación productiva de la provincia está realizada mayormente en pequeñas superficies, por lo que resulta fundamental impulsar actividades intensivas en el uso de la tierra, que permitan generar ingresos monetarios a lo largo del tiempo, no sólo para brindar estabilidad económica, sino también para capitalizar y hacer evolucionar el negocio.
- ✓ La mano de obra de otros conglomerados agrícolas establecidos en la provincia podría ser capacitada y complementarse con la actividad frutícola-industrial, generando así un empleo continuo de las personas, lo cual produciría un importante impacto social y económico en este segmento de trabajadores.

⁷ Perspectivas Mundiales De Las Principales Frutas Tropicales / Minor Tropical Fruits: Mainstreaming a niche market. <http://www.fao.org/economic/est/est-commodities/frutas-tropicales/es>

- ✓ La fruticultura, y su industria, puede ser la actividad que viabilice económicamente aquellas propiedades cuyas actividades productivas tradicionales se han vuelto muy inestables o no son viables desde el punto de vista económico para quienes las explotan.

Al observar todo lo descrito se podría afirmar que la actividad frutícola-industrial presenta numerosas ventajas que justifican su desarrollo en la provincia. Sin embargo, por diferentes factores, aún no se ha logrado consolidarla como una actividad económica de importancia para Misiones. Dentro de los factores que no han propiciado su consolidación se encuentran:

- ✓ Escasa producción y provisión de material vegetal de calidad para llevar adelante las implantaciones frutales correspondientes (faltan viveros productores de plantas frutales).
- ✓ Falta de infraestructura para cosecha, postcosecha, almacenamiento e industrialización.
- ✓ Insuficiente planificación y proyección para la adecuación de los emprendimientos a cada situación particular.
- ✓ Falta de líneas crediticias establecidas específicamente para fomentar la actividad.
- ✓ Limitada difusión de la información sobre las oportunidades de mercado y comercialización en fruta fresca y procesada que podrían ser aprovechadas por la provincia.
- ✓ Reducida asistencia técnica especializada en la temática.
- ✓ Escasa tecnificación productiva.
- ✓ Falta de una estructura específica y organizada de carácter público-privado para articular, fomentar, apoyar, difundir, y potenciar el sector.

El enunciado anterior no debe ser tomado como una limitante insalvable, sino todo lo contrario, debe ser tomado bajo la idea de que todo problema tiene solución, y cada solución genera una oportunidad de negocio, como por ejemplo:

“La falta de plantines de calidad en cantidad le generan un problema a quien quisiera llevar adelante una plantación frutícola, que tendría que buscar la provisión en otras provincias o realizar sus propios plantines con la

consiguiente dilatación en los tiempos de implantación. La solución a esto sería la instalación de viveros frutícolas en la provincia, lo que sería una gran oportunidad de negocio para otro emprendedor / inversor”.

Este análisis puede realizarse con cada uno de los puntos enunciados.

2. Segunda Sección

2.1. Mercado, comercio y producción de frutas y sus derivados con potencial para la provincia de Misiones.

2.1.1. Consideraciones iniciales de la Sección

La información presentada relacionada al mercado, comercio y producción de fruta fresca y procesada se encuentra dividida por especies que fueron previamente seleccionadas, priorizando para ello las posibilidades de inserción en los mercados nacionales y el potencial de sustitución de importaciones, entre otros elementos. La información exhibida fue obtenida de fuentes primarias y secundarias; la misma presenta ciertas limitaciones en cuanto a los datos ofrecidos debido a la escasa información divulgada, producto del reducido tamaño de mercado y producción que tienen actualmente estas especies en Argentina en comparación con otras como los cítricos, frutales de pepita, entre otras.

Los datos de valores monetarios se presentan en dólares estadounidenses, debido a que gran parte de las especies de fruta aquí abordadas proceden de la importación, cuya transacción se realiza en esta moneda, por lo que se buscó la uniformización de datos.

La conversión de pesos argentinos a dólares estadounidenses se realizó a partir de los datos históricos del Banco de la Nación Argentina con la cotización del dólar tipo vendedor. Los promedios de la cotización mensual se hicieron tomando tres valores (a principio, mediado, y fin de mes).

La base de información, en lo que respecta al comercio interno de fruta fresca, ha sido el Mercado Central de Buenos Aires (MCBA). Si bien en los últimos años se han consolidado otros mercados concentradores, el MCBA sigue siendo el de mayor volumen de comercialización, ofreciendo un panorama bastante representativo de lo que ocurre en el comercio de frutas a nivel

nacional; además es el que mayor información estadística tiene registrada. En la serie de datos 2012-2017, correspondiente al análisis del comercio en el MCBA se excluyó el año 2013 debido a que los datos suministrados no se encontraban completos.

La información relacionada a la importación de fruta fresca y procesada fue obtenida de portales de internet, con bases estadísticas actualizadas. Parte de la información relacionada al comercio de ciertos productos procesados (pulpas de fruta principalmente) provienen de estudios y sondeos de mercado que se vienen realizando como parte de las actividades del Grupo de Trabajo Frutales de la EEA Cerro Azul, INTA CR Misiones. Asimismo se han utilizado datos encontrados en algunos informes no oficiales, y aquellos brindados en comunicaciones personales por parte de diferentes actores de esta cadena, con la finalidad de enriquecer la información.

A continuación se presenta la información discriminada por especie de fruta.

ANANÁ

El cultivo del ananá (*Ananas comosus*) no es nuevo en la provincia. Entre los documentos que relatan sobre el cultivo de esta especie en Misiones se encuentra un artículo del año 1916 escrito por el señor Eduardo Rossi, el cual está basado en la información provista por el Ingeniero Agrónomo Ramón Durán, Director de la antigua y ya desaparecida escuela de cultivos subtropicales de Posadas, donde se llevaban adelante investigaciones sobre el cultivo de esta especie desde antes de 1909. En el mencionado artículo se cita textual:

“No hay razones económicas ni culturales que justifiquen que la Argentina sea tributaria del extranjero para el consumo de esta fruta, cuando Misiones puede cultivarla con buenos resultados. En todo caso, la superproducción traería la instalación de fábricas para aprovecharla y lanzarla manufacturada al comercio, evitando así que los capitales invertidos salgan del país”.⁸

Realizando una conclusión anticipada sobre los datos que observaremos a continuación, y dejando de lado sólo la idea de “superproducción”, podemos asegurar que el artículo citado bien podría ser utilizado en la actualidad como prólogo para describir el potencial del cultivo del ananá en la provincia; después de más de 100 años la producción de esta fruta en Misiones no sólo no se ha consolidado sino que además se ha limitado a ser un cultivo ocasional y poco tecnificado.

⁸ Eduardo R. Rossi – "El ananás en Misiones" – Año 1916 – (Documento Biblioteca EEA Cerro Azul).

La situación de escasa producción, continuidad y calidad, entre otras cuestiones, ha generado que los productos de ananá consumidos por los argentinos sean casi en su totalidad de origen extranjero.

En el año 2017, Argentina importó más de 29.000 toneladas de productos de ananá (fruta fresca y procesada), por un valor cercano a los 29 millones de dólares (Figura 8 y 9)⁹.

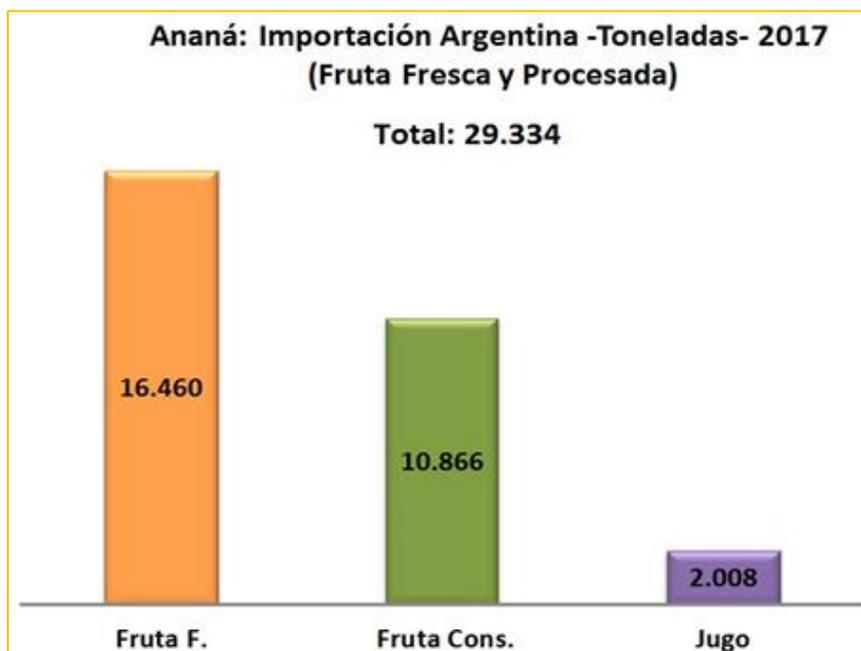


Figura 8. Importación Argentina de ananá (toneladas).

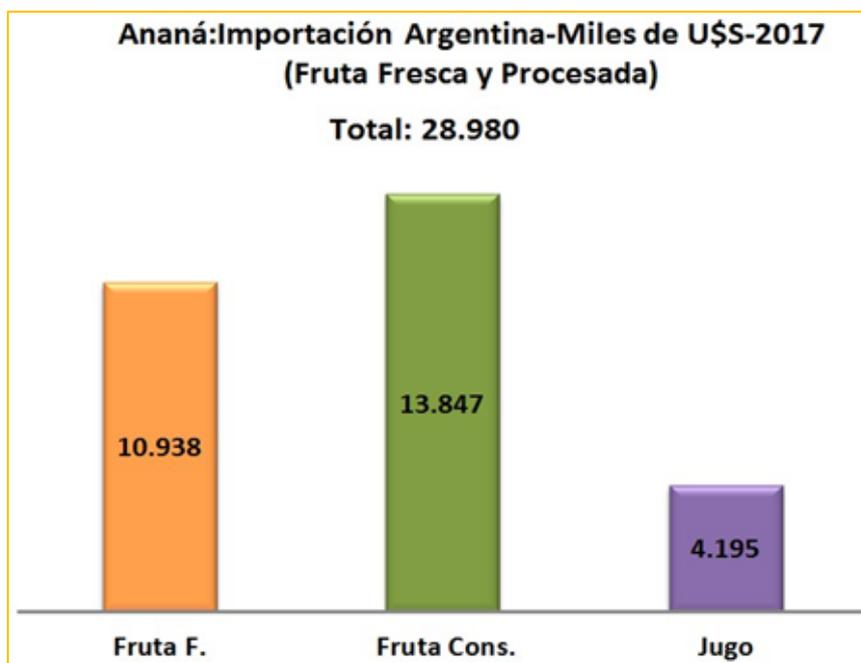


Figura 9. Importación Argentina de ananá (miles de U\$S).

⁹ Elaboración propia, en base a datos de Trademap (precio CIF).

Los productos que ingresaron al país con clasificación arancelaria específica fueron: fruta fresca o seca, fruta en conserva (ananá en lata, trozos anillos), y jugo > 20°Brix, entendiendo que estos últimos son jugos concentrados. De estos productos, la mayor cantidad corresponde a fruta fresca con un 56% (Figura 10)¹⁰, pero en relación a su valor comercial la fruta en conserva fue la que mayores egresos en dólares le generó al país.

Con respecto a los valores unitarios, el jugo es el que presenta mayor valor con U\$S 2,09/Kg, seguido de la fruta en conserva con U\$S 1,27/Kg, y por último la fruta fresca con U\$S 0,66/Kg (Figura 11)¹¹.

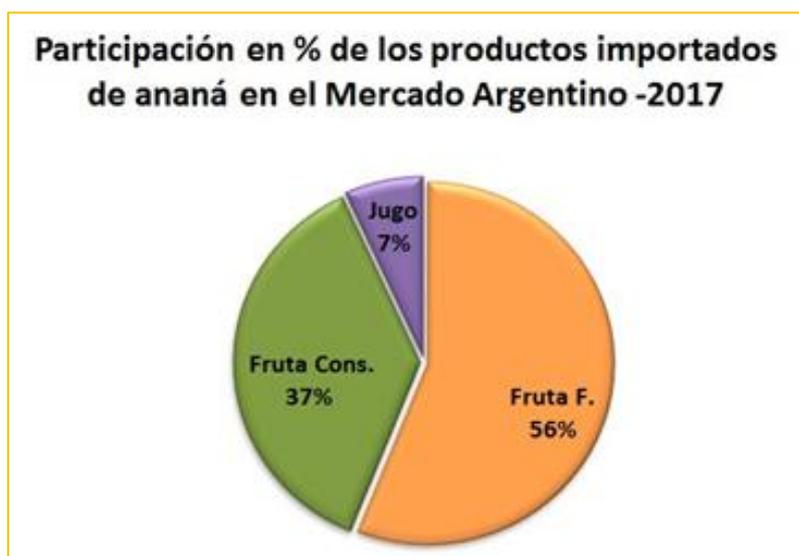


Figura 10. Participación en % de productos importados de ananá.

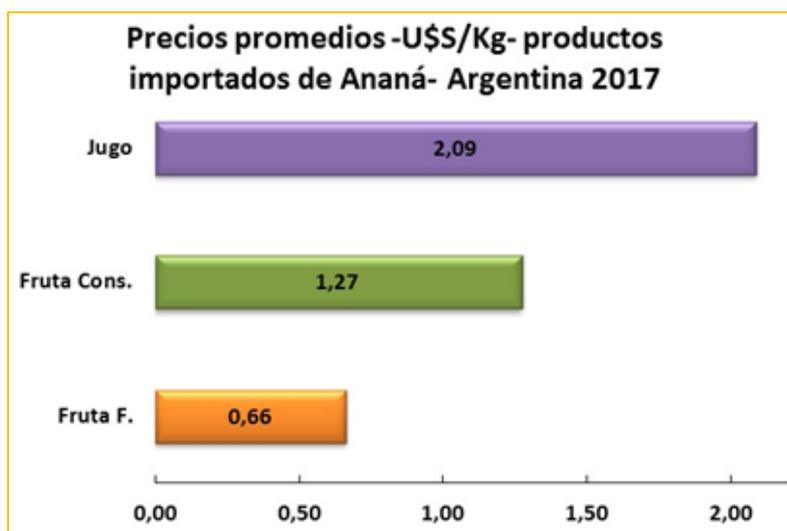


Figura 11. Precios promedios de productos importados de ananá.

¹⁰ Elaboración propia, en base a datos de Trademap.

¹¹ Elaboración propia, en base a datos de Trademap (precio CIF).

En la tabla 1 se muestra la referencia de la clasificación arancelaria identificada en destino (Argentina). Es importante mencionar que no figura en Argentina clasificación arancelaria específica para ananá congelada (pulpa o en trozos).

Tabla 1. Clasificación arancelaria para productos importados de ananá.

Fracción	Descripción
0804.30.00	Piñas " ananás", frescas o secas.
2008.20.10	Piñas conservadas o preparadas: en agua edulcorada, incluido el jarabe.
2009.49.00	Jugo de piña " ananás", sin fermentar y sin adición de alcohol, incl. Con adición de azúcar u otro edulcorante, de valor brix > 20 a 20°C .

Si observamos la serie de datos 2013-2017, referida a productos procesados de ananá importados por Argentina, podemos ver que la cantidad de ananá en conserva ha disminuido en el respectivo quinquenio; sin embargo a valor monetario la transacción comercial ha mantenido cierta estabilidad debido al aumento del valor unitario del producto (Figura 12)¹².

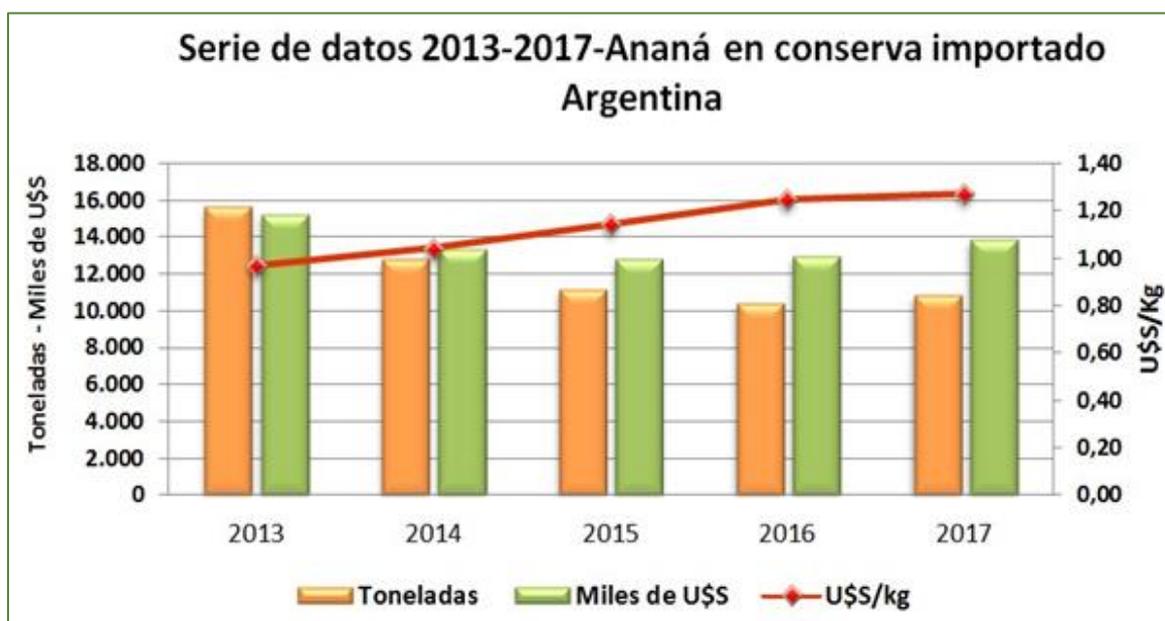


Figura 12. Ananá en conserva importado por Argentina (Serie de datos 2013-2017).

¹² Elaboración propia, en base a datos de Trademap (precio CIF).

El mercado nacional de este producto se encuentra abastecido desde hace muchos años por Indonesia y Tailandia. En el último periodo Bolivia ha comenzado a incrementar su participación en el mercado nacional para este producto, alcanzando en el 2017 un 5% del total importado por Argentina (Figura 13)¹³.

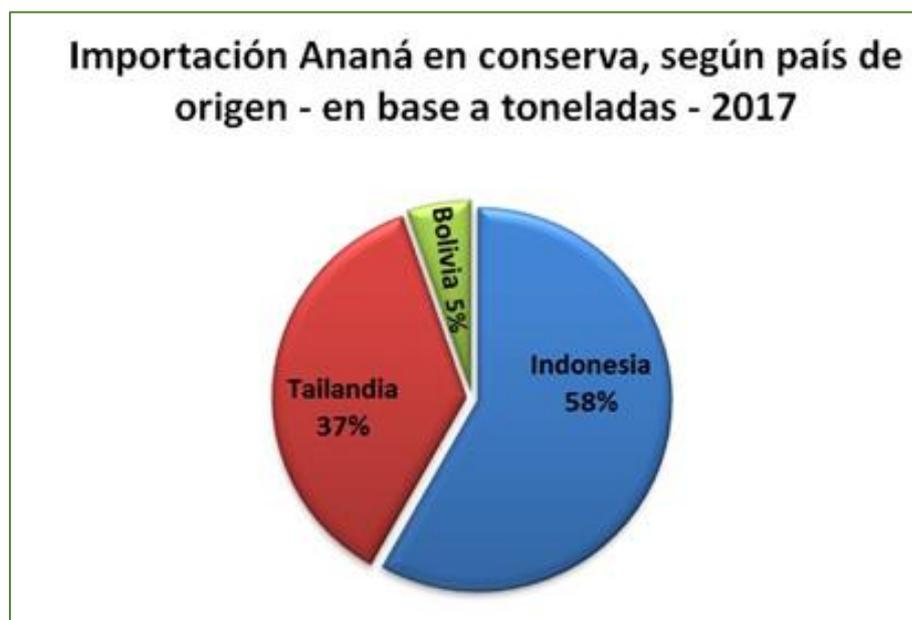


Figura 13. Origen del ananá en conserva importado por Argentina (2017).

En relación al jugo de ananá se puede observar que la transacción comercial a valor monetario ha aumentado, alcanzando un pico en el año 2016, causada por un fuerte incremento del valor unitario del producto. En el último quinquenio, Brasil ha comenzado a liderar el abastecimiento de este producto en Argentina, llegando en el 2017 a cubrir un 65% del total importado por nuestro país. En el quinquenio anterior, este liderazgo estaba en manos de Sudáfrica (Figura 14 y 15)¹⁴.

¹³ Elaboración propia, en base a datos de Trademap.

¹⁴ Elaboración propia, en base a datos de Trademap (precio CIF).

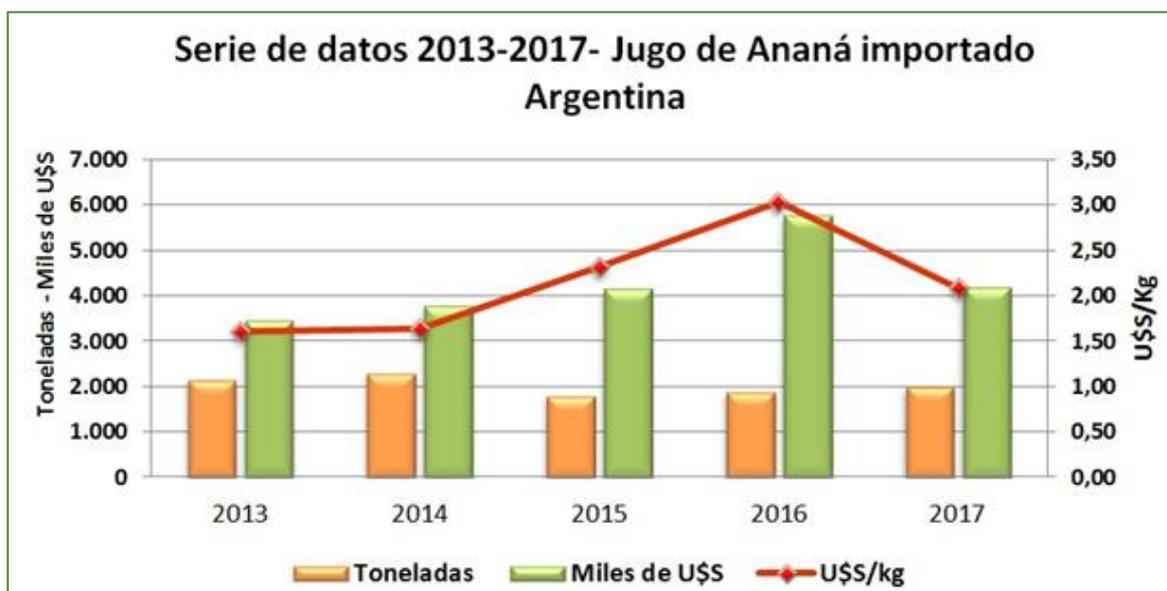


Figura 14. Jugo de ananá importado por Argentina (Serie de datos 2013-2017).

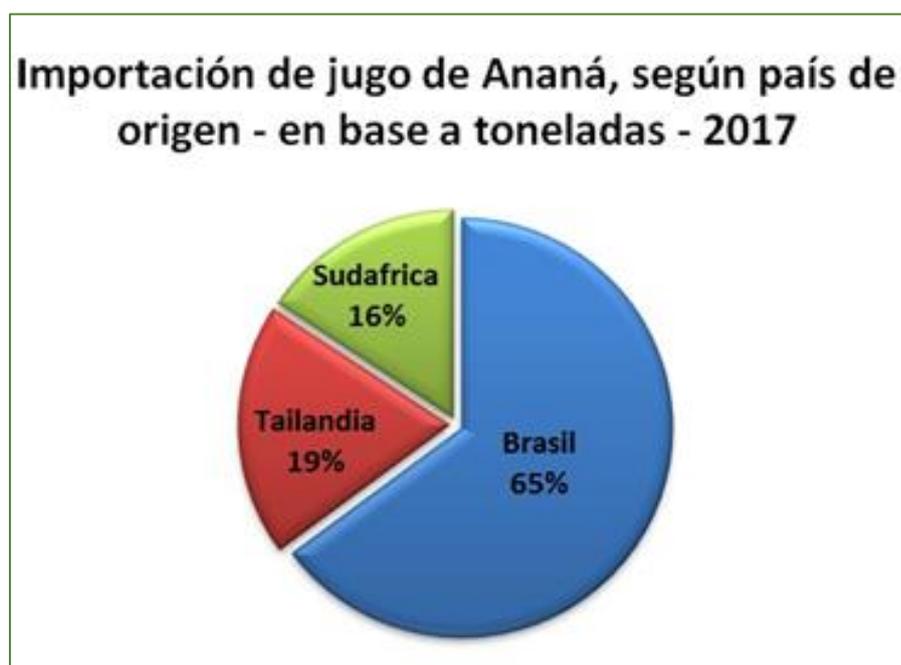


Figura 15. Origen del jugo de ananá importado por Argentina (2017).

Históricamente, y hasta el año 2009, Brasil fue el principal proveedor de esta fruta en fresco para el mercado argentino, situación que cambió desde el año 2010, cuya posición de liderazgo comercial pasó a ocuparla Ecuador, alcanzando en el 2017 a cubrir el 67% del total de las importaciones de esta fruta en fresco. Además de ser el mayor proveedor del mercado nacional, la fruta ecuatoriana es la que registra los mayores precios unitarios; por otra parte

Ecuador está traccionando el aumento del consumo de esta fruta en nuestro país. Otros países que ingresan ananá en fresco a la Argentina son Paraguay y Bolivia, los cuales obtienen los menores precios unitarios por esta fruta (Figuras 16, 17, 18, y 19)¹⁵.

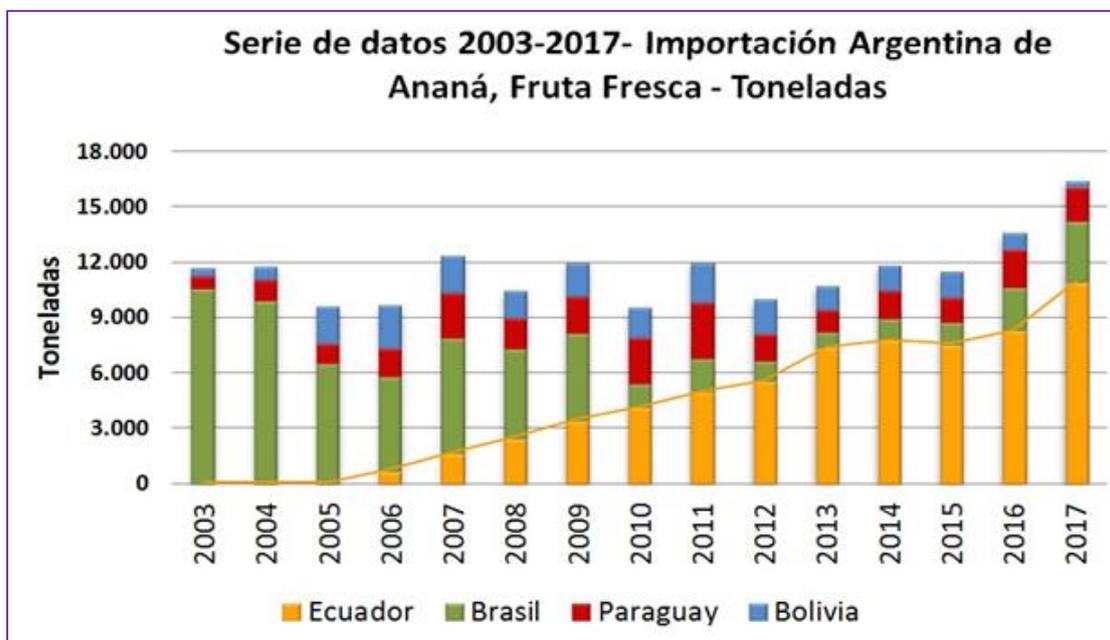


Figura 16. Fruta fresca de ananá importada por Argentina (Serie de datos 2003-2017).

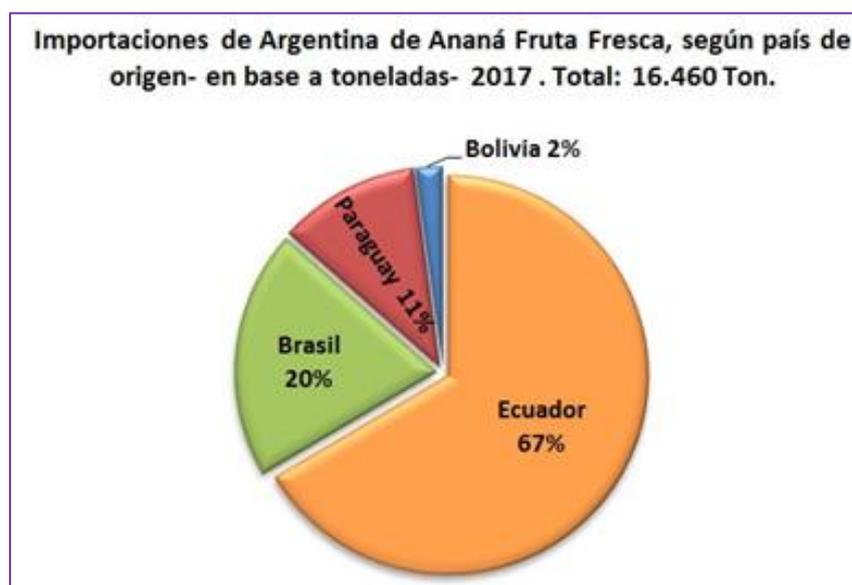


Figura 17. Origen de fruta fresca de ananá importada por Argentina (2017).

¹⁵ Elaboración propia, en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio CIF).

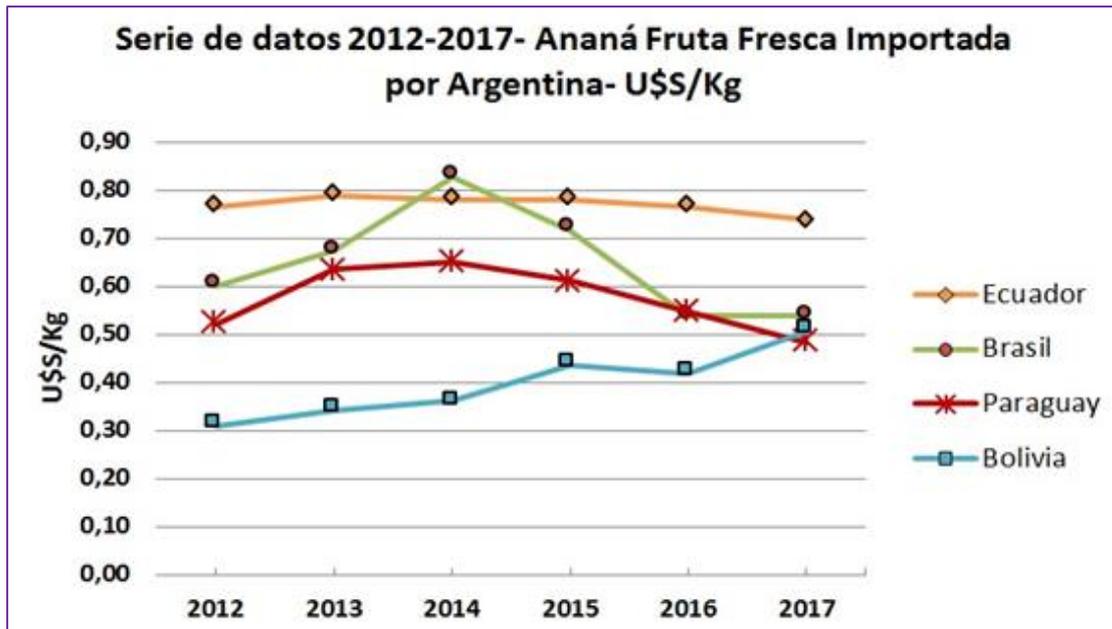


Figura 18. Valores promedios (U\$/Kg) de fruta fresca de ananá importada por Argentina según país de origen (Serie de datos 2012-2017).

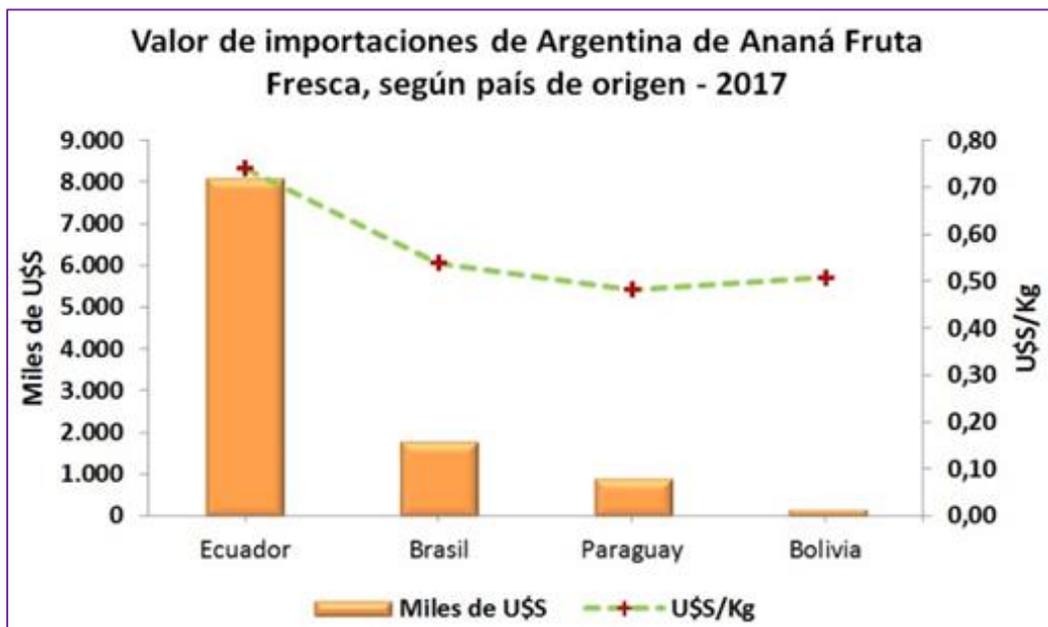


Figura 19. Valor (miles de U\$ y U\$/Kg) de fruta fresca de ananá importada por Argentina según país de origen (año 2017).

El caso de Ecuador ha resultado de interés particular para esta publicación. Si se considera la lejanía de Ecuador, en comparación con el resto de los países proveedores de ananá en fresco para el mercado argentino, se podría asegurar

que desde el punto de vista de la logística y transporte, este país es el que peor posicionado se encuentra (Figura 20).



Figura 20. Ruta de tránsito del ananá ecuatoriano hacia el mercado argentino.

Sin embargo, esta condición de desventaja en el transporte frente a sus competidores, no fue impedimento para conquistar, en el lapso de unos pocos años, el mercado nacional de ananá en fresco. Este hecho puede ser explicado por una serie de acontecimientos y acciones ejercidas que se describen brevemente.

Hace algunos años atrás el principal país destino del ananá ecuatoriano era EE.UU; este contexto comenzó a cambiar debido a la descomunal oferta internacional promovida por Costa Rica, la cual generó una importante disminución en los precios internacionales, que sumado a la menor distancia del país centroamericano que le permite disminuir el precio del transporte por

caja, hizo que el sector productor de ananá en Ecuador pierda competitividad. El resultado de esta situación fue una fuerte caída en la superficie implantada y, por ende, en su producción.

Frente a esta coyuntura, Ecuador se enfrentó a la necesidad de buscar y posicionarse en mercados más atractivos desde el punto de vista de la competitividad. En este sentido, y traccionado por una demanda creciente en conjunto con menores costos de flete en comparación a otros mercados, Chile le proporcionó la posibilidad de recuperación al sector. El país trasandino pasó a ser el principal comprador de ananá ecuatoriano.

A partir de aquí, Ecuador comprendió que desde Chile se podía trabajar en el ingreso hacia Argentina, ya que consideraba que su fruta tenía atributos organolépticos de mayor aceptación que las ofrecidas por sus competidores, y esta ventaja podía ser utilizada como diferenciador de posicionamiento. En relación a este último comentario se debe agregar que Ecuador, en los últimos años, ha aumentado su oferta exportable con la variedad MD-2, la cual, entre otras características, posee un mayor contenido de sólidos solubles que le otorgan un mayor dulzor.

Por otra parte Brasil, quien históricamente dominó el mercado argentino de ananá en fresco, tiene un comercio exterior poco significativo para esta fruta, ya que el 99% del ananá producido es consumido por su mercado interno. De esta manera se podría interpretar que no existió mayor interés por parte de Brasil en realizar esfuerzos para mantener el mercado argentino.

Para poder aprovechar y poner en valor estas circunstancias y atributos, Ecuador comenzó a llevar adelante diferentes acciones comerciales, llegando a establecer en Buenos Aires una oficina comercial encargada de realizar investigaciones y apertura de mercados. La misma ha tenido un rol fundamental y con mucha actividad, ejecutando diferentes estrategias de marketing para dar a conocer y posicionar el ananá ecuatoriano como fruta diferenciada, y además involucrar a importantes actores comerciales del mercado nacional (Figura 21)¹⁶. Con respecto a esto último, se podría suponer que los grandes importadores de banana ecuatoriana vieron un mejor negocio utilizar la cadena logística que ya tenían consolidada para la musácea y no

¹⁶ Imágenes capturadas desde la Web.

traer ananá desde otros países, más aun considerando toda la promoción que se le estaba dando a esta fruta.



Figura 21. Imagen que ilustra las diferentes estrategias de marketing impulsadas para posicionar el ananá ecuatoriana en Argentina.

En lo que respecta al comercio en el ámbito nacional, el ananá de producción argentina no tiene relevancia en el MCBA, y al igual de lo que ocurre con las importaciones, la comercialización de ananá en fresco en esta plaza está liderada por fruta ecuatoriana. Si comparamos la cantidad de ananá en fresco importada, con la comercializada en el MCBA, podemos observar y determinar que la mayor cantidad de esta fruta se comercializa por otros canales (otros

mercados concentradores, cadenas de hipermercados, entre otros) (Figuras 22, 23, 24)¹⁷.

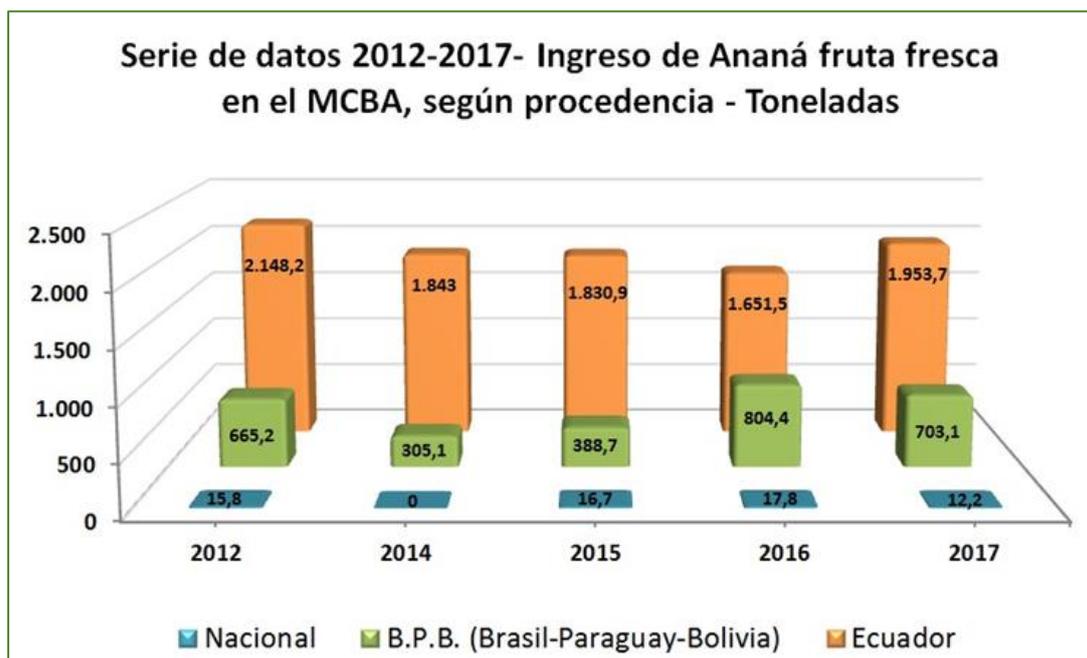


Figura 22. Ingreso de ananá (Tn) al MCBA según procedencia (serie de datos 2012-2017).

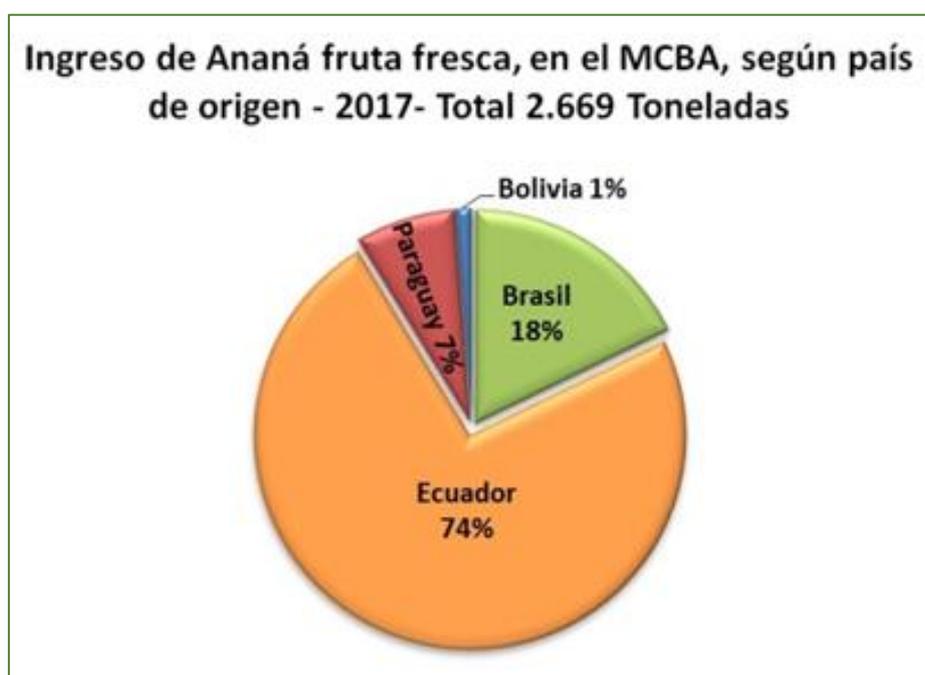


Figura 23. Participación (%) en el ingreso al MCBA de ananá importada según país de origen (2017).

¹⁷ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA, y Trademap.

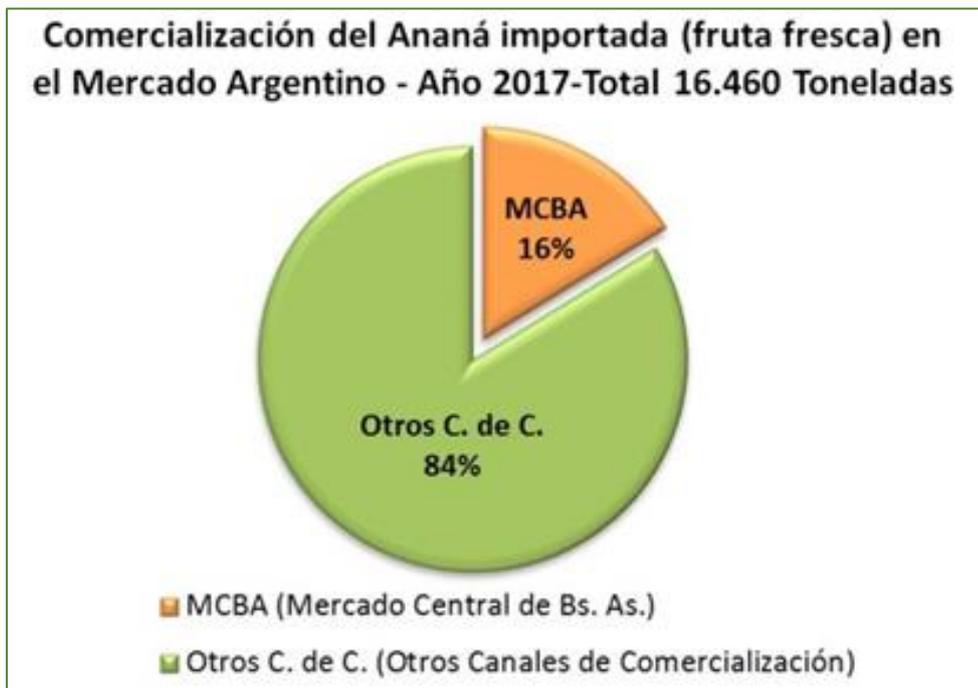


Figura 24. Comercialización del ananá importada, participación (%) de los canales de comercialización (2017).

Al igual de lo que ocurre con otras frutas, el comercio de ananá para consumo en fresco tiene su mayor volumen negociado en los meses más cálidos del año. Esta situación, que se ve reflejada al observar la serie de datos 2012-2017 (Figura 25)¹⁸ de ingresos de ananá al MCBA, responde a la demanda y no a la oferta por producción estacional, ya que países como Ecuador, a partir de técnicas de manejo del cultivo, tienen la posibilidad de programar la producción para tener presencia comercial durante todo el año.

¹⁸ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

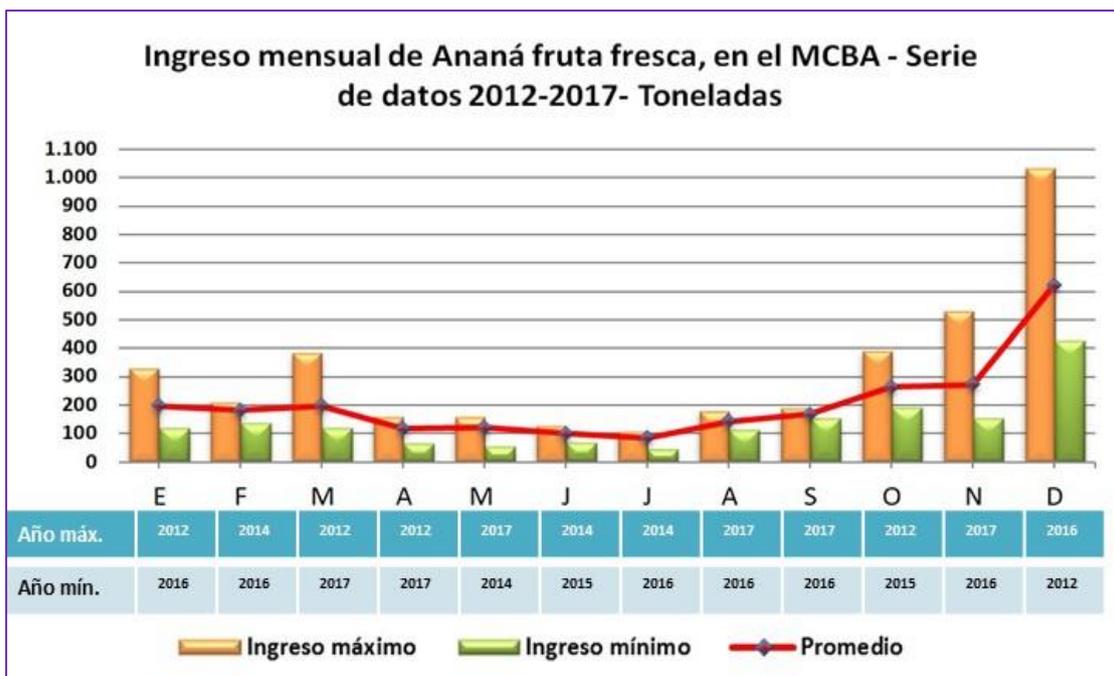


Figura 25. Ingreso mensual de ananá al MCBA (serie de datos 2012-2017).

La posibilidad productiva de ofrecer fruta durante todo el año ha sido identificada por Ecuador, y seguramente será utilizada como estrategia para ampliar el consumo de esta fruta, ya sea fresca o procesada, en Argentina. Esto queda evidenciado a partir de uno de sus informes de comercio exterior en donde se indica textualmente:

"A pesar de que Ecuador tiene el liderazgo en Argentina sobre este producto, es posible ampliar su consumo aplicando estrategias de des-estacionalización que permitan sostener el consumo a lo largo del año, así como avanzar en saltos de partida hacia productos con valor agregado. Los usos de la Piña son variados, como se puede apreciar su consumo es más fuerte a finales de año por las fiestas, ya que se consume principalmente en ensaladas y como postre". "No obstante su uso industrial es cada vez más elevado como por ejemplo en la sidra, los helados y las aguas saborizadas, temas que deben de considerarse para la exportación como pulpas"¹⁹.

¹⁹ Cita textual del Boletín de Comercio Exterior del Ecuador- Año 4, N°12 (2015).

En relación a los precios de ananá en fresco, observando la serie de datos 2012-2017 en el MCBA, se puede inferir que los mismos presentan cierta estabilidad (a valor dólar) a lo largo del año, lo que brinda un importante elemento para el diseño y análisis de proyectos de desarrollo productivo a nivel nacional que contemplen este cultivo como actividad de renta (Figura 26)²⁰.

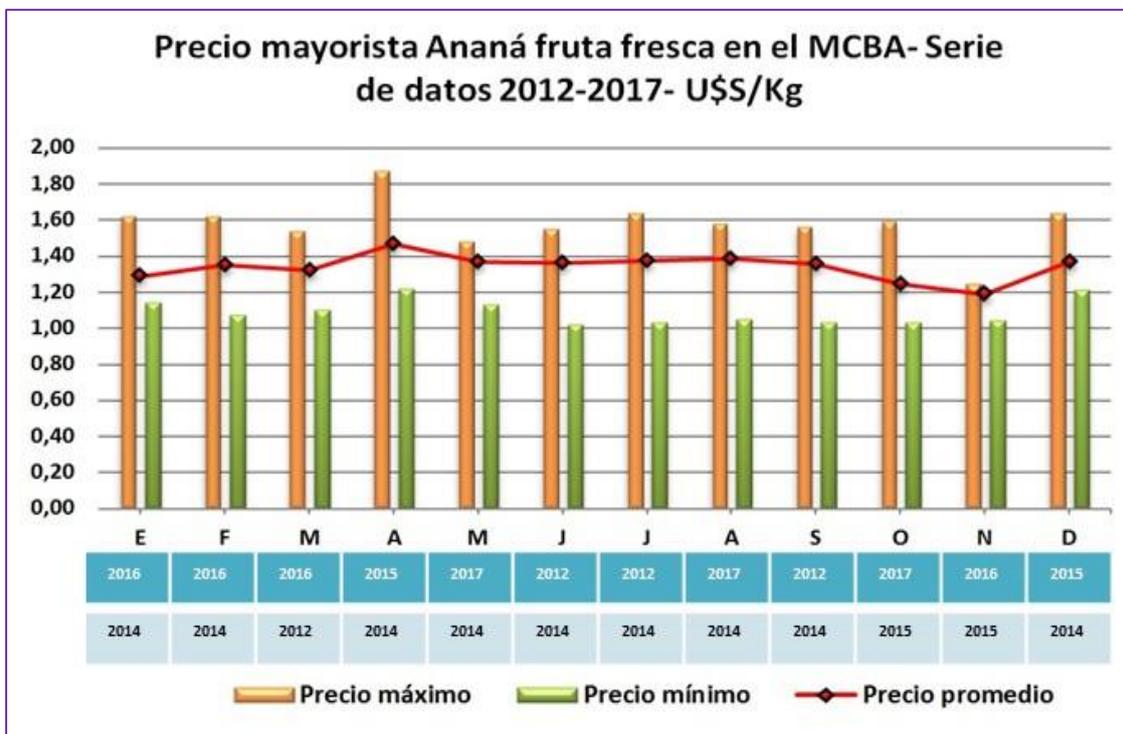


Figura 26. Precio mayorista mensual de ananá en el MCBA (serie de datos 2012-2017).

Los datos concernientes al cultivo y producción de ananá en Argentina son escasos e imprecisos. Si bien la limitada cantidad y calidad de datos productivos es una constante en este tipo de producciones, consideradas “alternativas”, la variación en la información encontrada en cultivos de tipo “no perennes”, como lo es el ananá, es mucho más pronunciada.

La mayor superficie destinada a este cultivo en la Argentina se encuentra en Misiones, y dentro de esta provincia la mayor producción se encuentra en el

²⁰ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA. Para el análisis de precios se excluyeron algunos valores máximos atípicos.

Departamento de 25 de Mayo, en donde el municipio de Colonia Aurora es considerado la capital provincial del ananá (Figura 27)²¹.



Figura 27. Plaza de Colonia Aurora, Dto. de 25 de Mayo, Capital provincial del ananá.

Algunas estimaciones indican que Misiones produce 3.000 toneladas anuales de esta fruta, sin embargo no existen informes públicos que ratifiquen o refuten esos valores. El comercio de la fruta producida en Misiones se realiza mayoritariamente a nivel local/regional, de manera informal.

Tampoco existen estadísticas provinciales, periódicas y categóricas, que permitan dimensionar, con actualidad y mayor exactitud, la superficie bajo cultivo con esta especie. En la Figura 28 se muestran los únicos datos sobre los que se ha encontrado registro, en referencia a la superficie bajo cultivo de ananá en la provincia²².

²¹ Imagen capturada desde la web.

²² Elaboración propia en base a datos del INDEC y CFI.

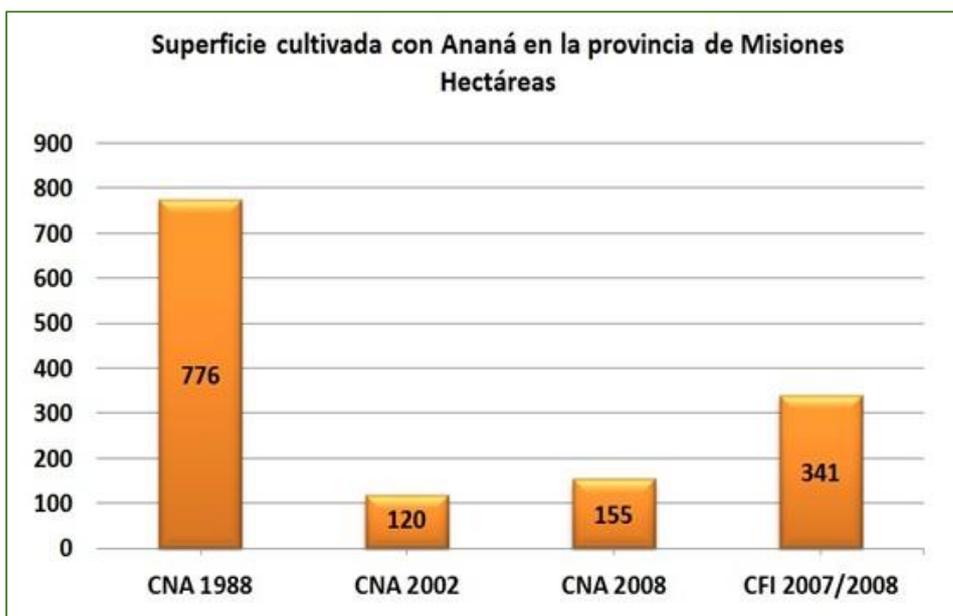


Figura 28. Superficie bajo cultivo de ananá en la provincia de Misiones, según datos registrados.

Dentro de la documentación recabada, el trabajo encontrado con mayor información, relacionada a la superficie y producción de ananá en la provincia, fue el informe final del Proyecto “Buenas Prácticas Agrícolas en la Producción de Ananá de la provincia de Misiones”, llevado adelante por el Consejo Federal de Inversiones (CFI) en el periodo 2007/2008.

En el mismo se realizó un relevamiento de productores de ananá en el Departamento de 25 de Mayo, a partir de talleres presenciales, donde fue determinada con información primaria la superficie bajo cultivo y el rendimiento por hectárea, según las estimaciones indicadas por los participantes (productores).

De dicho informe se desprende que en el periodo analizado existían en el Departamento un total de 341 hectáreas bajo cultivo, y según la información suministrada el rendimiento promedio se ubicó en 15 tn/ha, con un mínimo de 6,5 tn/ha, y un máximo de 25 tn/ha.

Sin embargo, en el informe no se puntualiza en qué etapa del cultivo se encontraba esa superficie (implantación, fase de desarrollo vegetativo, fase de desarrollo productivo-primer o segundo ciclo) siendo esta información de gran importancia si se considera que esta especie, cuando es cultivada a cielo abierto, su primer ciclo productivo tiene una duración aproximada de 22 meses en las condiciones de la provincia, por lo que el área bajo cultivo con respecto

al área cosechada puede variar enormemente dependiendo del tipo de registro realizado.

Asimismo, y con el mismo criterio anterior, en el informe no se estipula si el rendimiento por hectárea informado por los productores corresponde al rendimiento total, incluyendo aquella fruta que no debería volcarse al comercio para consumo en fresco (ejemplo: aquella fruta con signos visibles de fusariosis), o si lo informado sólo contempla la fruta de adecuada calidad para su venta en fresco.

Si consideramos que este último caso corresponde a lo informado, comparándolo con los rendimientos promedios obtenidos en Brasil (cerca de 40 tn/ha) y Ecuador (35 tn/ha) podríamos indicar que la productividad del cultivo de ananá en Misiones está muy por debajo de estos países proveedores del mercado nacional, no así comparando los rendimientos de Paraguay y Bolivia, también proveedores del mercado nacional, que alcanzan las 12 tn/ha según la información analizada.

Como dato adicional, se puede mencionar que Costa Rica, uno de los mayores productores del mundo, y el mayor exportador mundial de esta fruta, alcanza rendimientos superiores a las 58 tn/ha.

Además de la producción a cielo abierto, en la provincia se han realizado algunas experiencias y emprendimientos con muy buenos resultados desde el punto de vista productivo, con cultivo bajo cubierta, cuyo ciclo de producción alcanza los 14 meses. Este sistema de producción, además de generar ingresos económicos en un lapso de tiempo más breve, tiene ciertas ventajas relacionadas al manejo y producción, propias de un cultivo protegido; situación técnica que merece ser analizada en conjunto con los factores financieros-económicos, para determinar si resulta viable fomentar este cultivo bajo esta forma de producción.

Si consideramos la cercanía de Misiones con respecto a los actuales proveedores del mercado nacional (los cuales son todos extranjeros) podríamos inferir que la provincia puede producir y cosechar fruta de ananá (fruta no climatérica) con madurez óptima de consumo, lo cual sería una ventaja de posicionamiento de mercado, difícilmente igualada por los competidores del exterior.

MARACUYÁ

En los últimos años, la producción y consumo de maracuyá amarillo (*Pasiflora edulis* f. *flavicarpa*) ha despertado un importante interés en el mundo.

Brasil, el principal productor y consumidor mundial, y cuya región amazónica se indica como el centro de origen de esta especie, destina importantes recursos al desarrollo de conocimiento, tecnologías y su transferencia al sector productivo y académico, siendo para muchos profesionales no sólo una línea de investigación, sino también una fuente de inspiración de expresiones artísticas, como lo es el siguiente extracto literario:



**"Bella y esbelta planta que adorna los tejidos
que además del atributo de ser hermosa flor,
va buscando dólares en el exterior
para el granjero y sus empleados.
Con colores, aromas y sabores variados,
ya cayó en el gusto del pueblo europeo.
Conquista clientes y forma mercados
y trae esperanzas al que la cosechó" ²³.**

Geovane Alves de Andrade

²³ Extracto traducido del capítulo 22 - Maracujá: germoplasma e melhoramento genético. Embrapa Cerrados, 2005.

El volumen de mercado del maracuyá en Argentina es aún pequeño. Su comercialización, ya sea como fruta fresca o procesada, está dirigida a nichos de poder adquisitivo medio/alto. A excepción del año 2014, no se identificaron importaciones de maracuyá como fruta fresca para la serie de datos estudiada. De las 86 toneladas de maracuyá importado como fruta fresca en el año 2014 (Tabla 2)²⁴, 24 toneladas provinieron de Chile, pero se desconoce si ese volumen es de producción chilena o re-exportado, ya que Chile tiene una exigua superficie destinada a ese cultivo en la región de Arica y Parinacota (extremo norte de ese país). Según el último catastro frutícola de Chile (año 2016) existían 20 hectáreas bajo producción de esta especie.

Tabla 2. Importación Argentina – Maracuyá fruta fresca (año 2014).

País de Origen	Cantidad Ton.
Chile	24
Otros países	62

En lo que respecta a fruta procesada, se identificaron partidas comerciales específicas de maracuyá procesado exportado por Perú hacia Argentina (Figura 29)²⁵, pero estas partidas no se encuentran identificadas en las importaciones Argentinas con clasificación arancelaria específica.

En la tabla 3 se muestra la referencia de la clasificación arancelaria identificada en origen.

²⁴ Elaboración propia en base a datos de estadística SENASA.

²⁵ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio FOB).



Figura 29. Exportación de maracuyá procesado desde Perú hacia Argentina (serie 2013-2017).

Tabla 3. Clasificación arancelaria de maracuyá procesado identificado en origen (Perú).

Fracción	Descripción
0811.90.94.00	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. fresas "frutillas", frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas): Los demás: "Maracuya" (parchita) (<i>Passiflora edulis</i>).

El maracuyá amarillo es una especie que no se consume de manera directa como fruta fresca, sino que la misma es utilizada para elaborar otros preparados (jugos, salsas, helados, entre otros). Esto, junto a otros factores, explica el bajo volumen comercializado como fruta fresca en el MCBA, alcanzando un máximo de solo 77 toneladas en el año 2015 (Figura 30)²⁶, donde las provincias proveedoras fueron, principalmente, Corrientes y Tucumán; Misiones aportó únicamente 5 toneladas ese año.

²⁶ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.



Figura 30. Comercialización (ingreso y precio mayorista) de maracuyá en el MCBA (serie de datos 2012-2017).

El mayor volumen de comercialización de maracuyá en Argentina es como fruta procesada (pulpa congelada, principalmente). En este sentido, además del maracuyá procesado que ingresa al país con identificación arancelaria específica desde origen, se conoce que ingresa pulpa congelada de maracuyá incluida dentro de la clasificación arancelaria “otras frutas congeladas”, la cual está conformada por diferentes especies, excluidos los berries, además de las frutas de mayor importancia. En el año 2017, bajo esta partida ingresaron a Argentina 491,5 toneladas de producto, por un valor de 1,21 millones de dólares (Figura 31)²⁷. En la tabla 4 se muestra la clasificación arancelaria identificada para esta partida.

Es importante mencionar que el bajo volumen de comercialización de maracuyá como fruta en fresco no es sólo en Argentina, sino que esta situación se puede apreciar en otros países como España. Por ejemplo en el año 2017, en la importante plataforma logística mayorista “MERCAMADRID” solamente fueron comercializadas 142 toneladas de maracuyá en fresco (Tabla 5)²⁸.

²⁷ Elaboración propia en base a datos Trademap (precio CIF).

²⁸ Elaboración propia en base a datos estadística MERCAMADRID.



Figura 31. Importación Argentina de fruta procesada bajo la partida “otras frutas congeladas” (2017).

Tabla 4. Clasificación arancelaria otras frutas congeladas.

Fracción	Descripción
0811.90.00	Otras frutas Congeladas.

Tabla 5. Comercialización de maracuyá en fresco en la Plataforma MERCAMADRID (2017). Precio U\$S/Kg.

Origen	Prec. Máx.	Prec. Mín.	Prec. más frecuente	Toneladas
Brasil	9,50	4,6	6,8	133
Colombia	7,6	6,4	7,2	9,6

En base a comunicaciones con empresas vinculadas al sector, se estima que actualmente la importación de pulpa congelada de maracuyá es de aproximadamente 350 toneladas. La mayor cantidad de esta pulpa es

comercializada en envases plásticos (bolsas tipo almohada) de 1Kg, en sus variantes “con semilla” y “sin semilla”. Las ventas se encuentran destinadas principalmente al canal HORECA, y distribuidores, con precios que varían de acuerdo a la empresa que las comercializa (Tabla 6)²⁹.

Tabla 6. Precio de venta mayorista de pulpa de maracuyá congelada. Precio expresado en U\$/Kg (2017).

Empresa	Precio x Kg (cajas de 10kg)
A	4,00
B	4,20
C	4,30

Con respecto a la producción de maracuyá en Argentina se puede decir que la misma es todavía incipiente.

En Misiones, se estima que existen 40 has bajo producción de maracuyá. Algunos de los emprendimientos en la provincia han avanzado hacia el agregado de valor. Sin embargo la mayoría de estos emprendimientos agroindustriales no cuentan con la tecnología y organización comercial que les permita acceder a los principales nichos de mercado que demandan este producto.

Además de su uso alimenticio, el maracuyá puede ser explotado por otras industrias, como ser la farmacéutica, cosmética y perfumería, entre otras.

De acuerdo a la información descripta, se advierte que el cultivo de maracuyá en la provincia de Misiones puede ser una interesante oportunidad de negocio, destinando la producción a la fabricación de pulpa congelada para sustituir importaciones. Asimismo, y de acuerdo a diferentes noticias e informes difundidos por referentes y portales del sector, se observan buenas perspectivas de mercado para esta especie a nivel internacional (FreshPlaza 2015, 2016, 2018, 2019). De acuerdo a esto, la provincia, luego de consolidar la comercialización a nivel nacional, podría llevar adelante un programa de desarrollo de exportación de este producto, principalmente hacia países limítrofes.

²⁹ Elaboración propia en base a información primaria, obtenida a partir de los diferentes sondeos y comunicaciones personales con empresas del sector.

PALTA

Tratada y nombrada como joya, reina, o hasta mencionada en artículos periodísticos, con títulos extremadamente llamativos, la palta ha globalizado su consumo y presencia en los mercados.



"Según un estudio de la Universidad de Yale, la palta sería adictiva"³⁰.

³⁰ Fuente: <https://www.infocampo.com.ar/determinan-que-una-fruta-podria-ser-considerada-como-droga-altamente-adictiva/>

En los últimos años, el mercado mundial de palta se ha expandido inusitadamente. El volumen de dinero que está generando su comercio ha despertado un enorme interés internacional, llegando al punto tal que ha sido señalada a esta fruta como “la fiebre del oro verde”.

A pesar de que Argentina ha aumentado su producción, traccionada principalmente por Tucumán, la mayor cantidad palta comercializada en el país sigue siendo de origen extranjero. En el año 2017 se importaron 19 mil toneladas de palta en fresco, por un valor cercano a los 43 millones de dólares (Figura 32)³¹.



Figura 32. Valores importación Argentina de palta (2017).

³¹ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio CIF).

Chile es el principal proveedor de palta para Argentina, con una participación del 92% de lo importado (Figura 33)³².

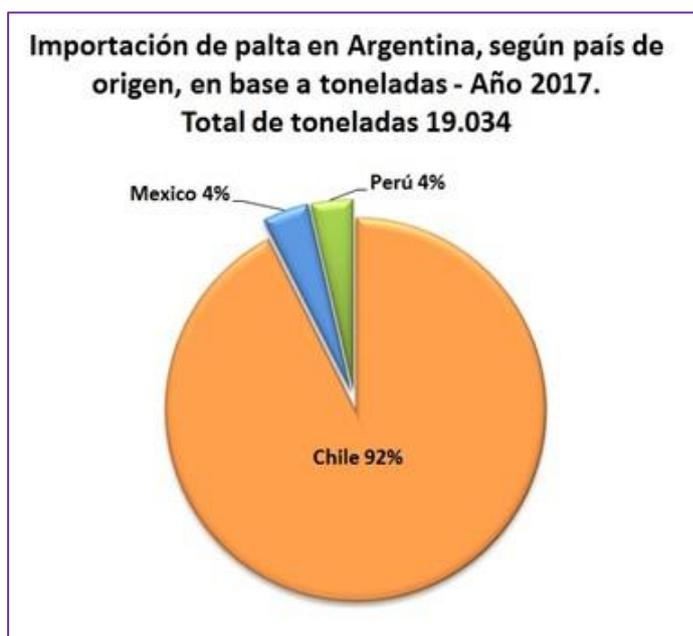


Figura 33. Importación Argentina de palta según país de origen (2017).

En el mismo año (2017), Argentina exportó 13 toneladas por un valor de 30 mil dólares, siendo que esas cantidades exportadas representaron una caída del 90 % con respecto al año 2016 (Figura 34)³³.



Figura 34. Exportación Argentina de palta (serie 2012-2017).

³² Elaboración propia en base a datos de Trademap (valor monetario expresado en precio CIF).

³³

En la tabla 7, se muestra la clasificación arancelaria identificada para palta en fresco.

En relación a productos procesados de palta, no se encontró información sobre su producción o importación.

Tabla 7. Clasificación arancelaria para palta en fresco.

Fracción	Descripción
0804.40.00	Paltas (aguacates)

Chile lidera el mercado de palta en Argentina desde hace varios años (Figura 35 y 36)³⁴; prácticamente la totalidad de palta importada desde Chile corresponde al cultivar Hass.

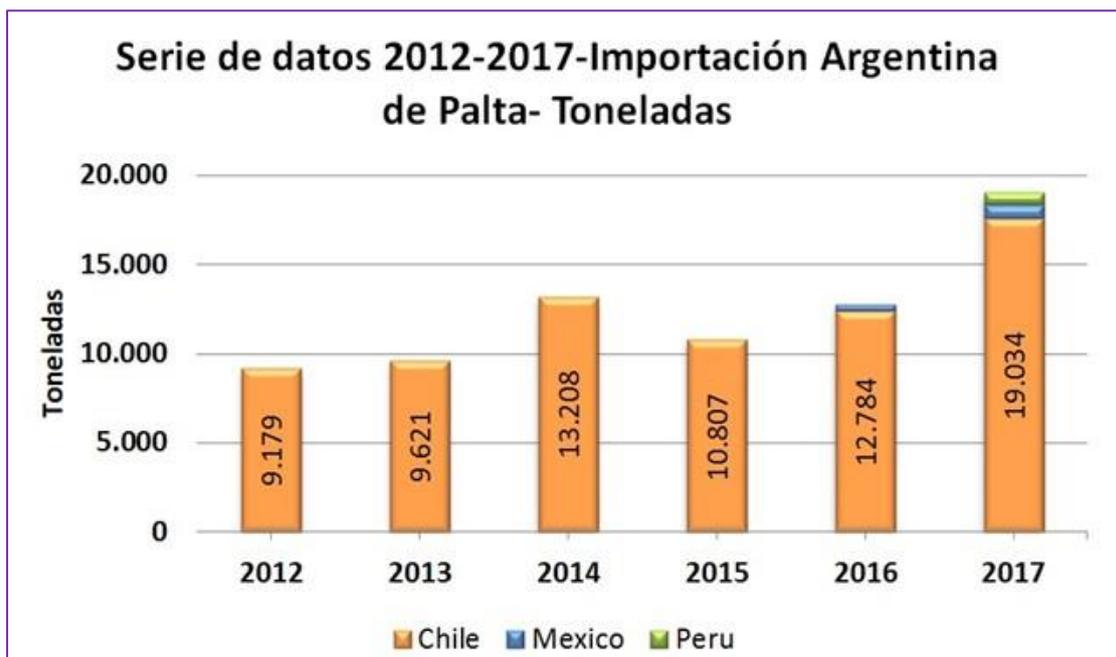


Figura 35. Importación (toneladas) Argentina por país de Origen (serie 2012-2017).

³⁴ Elaboración propia en base a datos de Trademap (valores monetarios expresados en precio CIF).

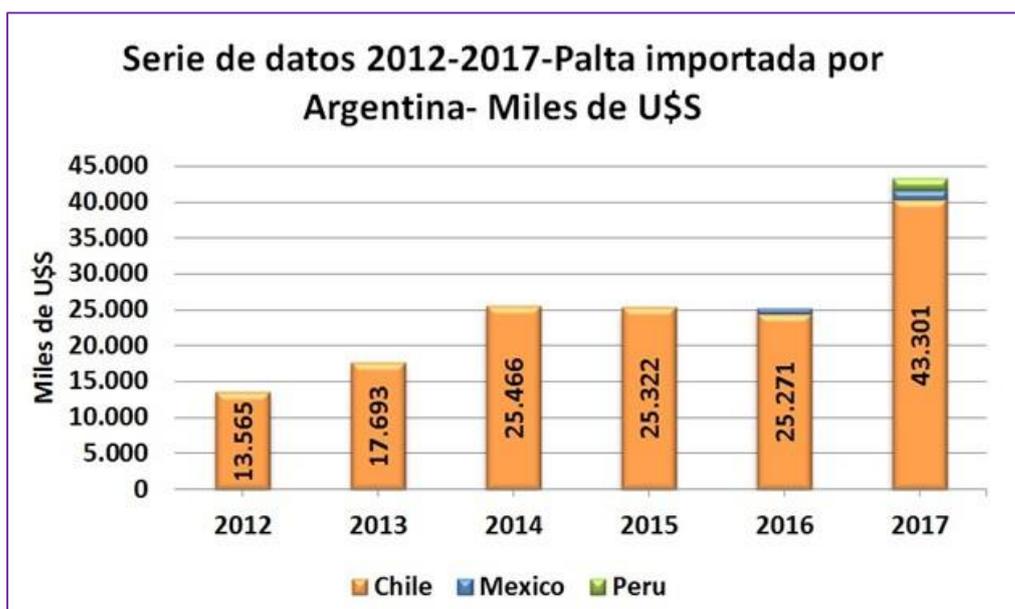


Figura 36. Importación (miles de U\$S) Argentina por país de Origen (serie 2012-2017).

En el año 2017, ingresó palta importada desde Perú; si bien esto no es una preocupación para Chile, ya que son estacionalmente complementarios, si lo es para los productores argentinos. La palta que ingresa desde el Perú, en lo que se refiere al cultivar Hass, compete directamente con la producción nacional. Si bien el volumen de palta que ingresa desde Perú es aún poco significativo, es importante considerar que este país tiene una posición dominante en el mercado internacional, con fuertes campañas de promoción, lo que sumado al régimen de apoyo crediticio a la producción y exportación que existe en Perú, podrían posicionar, en el corto tiempo, su producto en la Argentina; situación que puede apreciarse al leer noticias e informes de diferentes portales del sector (Figura 37)³⁵.



Figura 37. Títulos de portales del sector.

³⁵ Extraídos de portales de la web.

En lo que respecta al comercio en el ámbito nacional, el volumen de palta comercializado en el MCBA se ha incrementado considerablemente en los últimos años; el mayor volumen ingresado a esa plaza corresponde a producto importado (Figura 38)³⁶. La mayor oferta de palta se observa en los meses estivales (Figura 39).

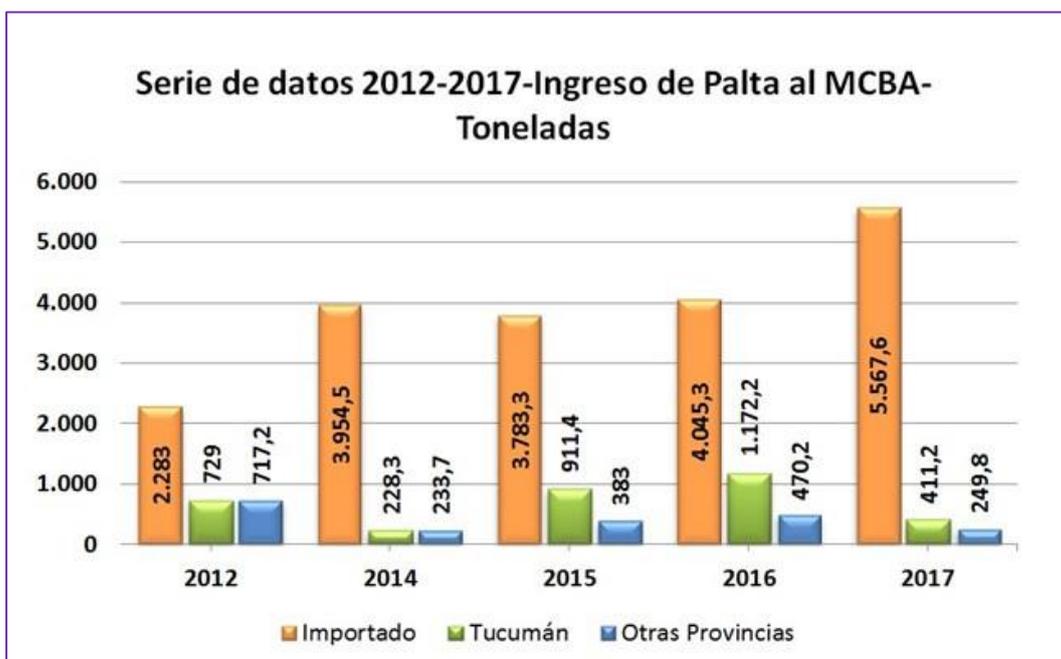


Figura 38. Ingreso de palta (toneladas) al MCBA (serie 2012-2017).

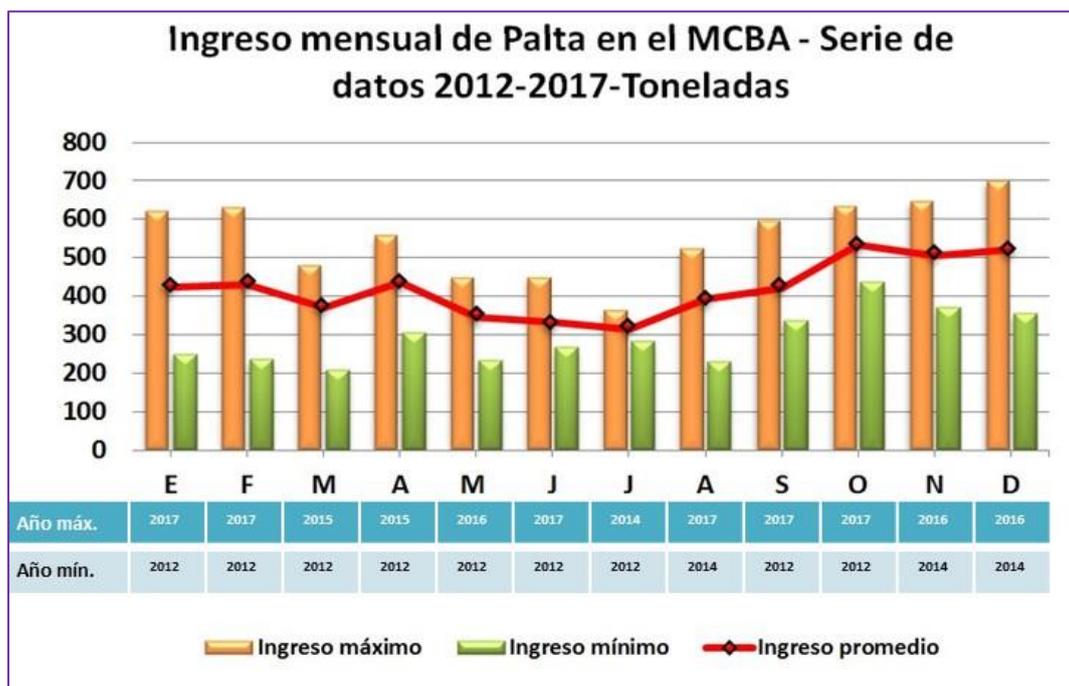


Figura 39. Ingreso mensual de palta (toneladas) al MCBA (serie 2012-2017).

³⁶ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

En relación al producto nacional, la provincia de Tucumán es la que mayor volumen de palta ingresa al MCBA; esta provincia tiene la mayor superficie bajo cultivo, la cual según la información indagada (Estudio de Mercado, Palta en Argentina – Oficina Comercial de ProChile en Argentina) en el año 2011 ocupaba una superficie de 1.972 hectáreas; de esa superficie 1.323 hectáreas se encuentran implantadas con cultivar Hass, 478 hectáreas con cultivar Torres, y el resto de las hectáreas con otros cultivares como Pinkerton, Bacon, Tonnage, y plantas sin determinación varietal. Otras provincias que ingresan palta al MCBA son Jujuy, Salta y Corrientes, principalmente. Según la información recolectada, las provincias de Salta y Jujuy presentaban en el año 2011 una superficie bajo cultivo de 214 y 565 hectáreas, respectivamente. El cultivar predominante es Hass, existiendo también algunas plantaciones con el cultivar Lula (Estudio de Mercado, Palta en Argentina – Oficina Comercial de ProChile en Argentina).

En relación a precios, los promedios mensuales en el MCBA presentan cierta estabilidad en la mayor parte del año. Los valores de los precios mínimos ofrecidos corresponden a fruta de origen nacional. En lo que respecta a los precios máximos, su variación está atada a los precios internacionales, ya que los valores correspondientes en este segmento provienen de producto importado (Figura 40)³⁷.

La mayor diferencia de precios entre producto importado y nacional se da entre los meses de marzo a agosto. En los meses de marzo a mayo, la diferencia está dada a partir de palta Hass importada y palta de cultivar no identificado de producción nacional; en los meses de Junio a Agosto la diferencia está dada entre palta Hass nacional e importada (en este trimestre es donde se registra el mayor volumen ingresado de palta Hass al MCBA). En los meses de septiembre a febrero, la diferencia de precios entre producto nacional e importado disminuye, coincidiendo esta disminución con el ingreso de otros cultivares identificados de origen nacional (Torres principalmente) al mercado. Esta información estaría indicando que más allá del dominio del cultivar Hass, otros cultivares también son bien valorados en el mercado nacional, lo que brindaría la posibilidad de aumentar su área productiva (Figura 41).

³⁷ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

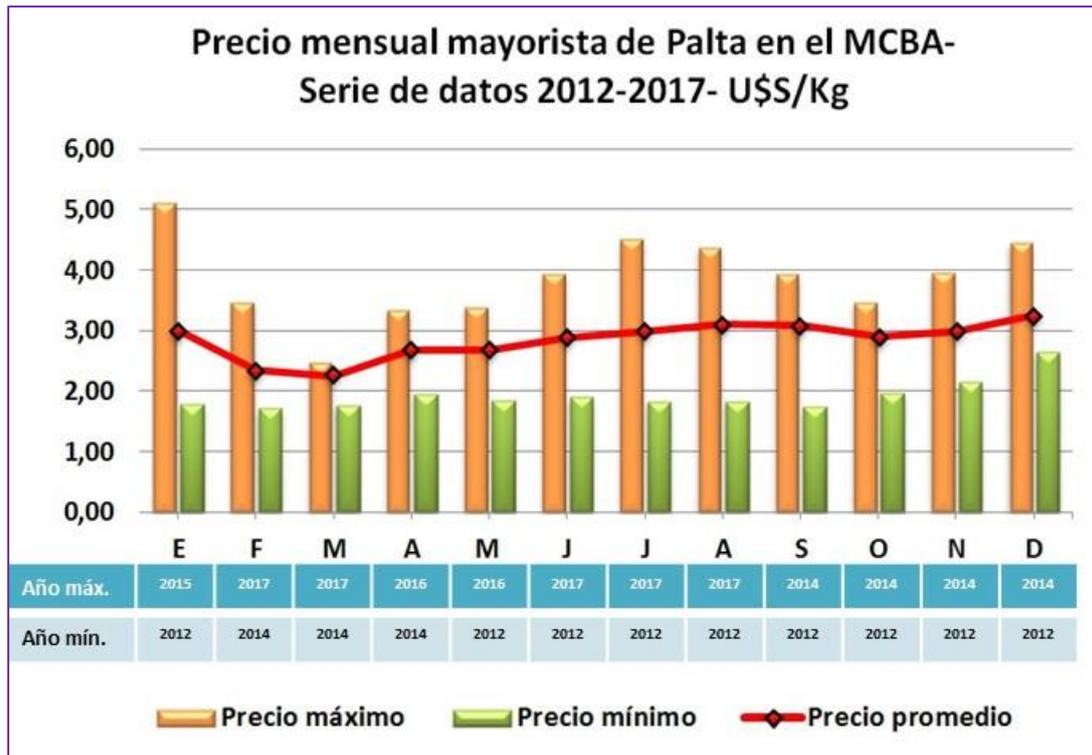


Figura 40. Precios mayoristas mensuales de palta (U\$S/Kg) en el MCBA (serie 2012-2017).

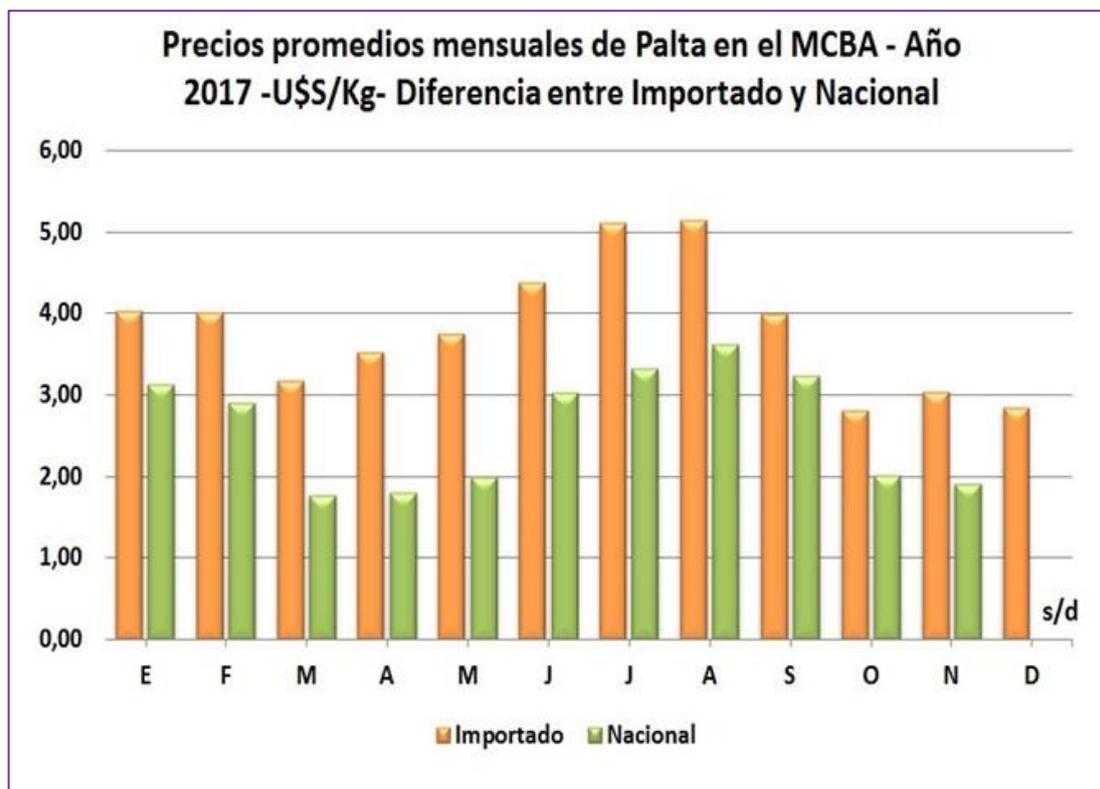


Figura 41. Diferencia de precios mayoristas mensuales (U\$S/Kg) entre palta importada y nacional en el MCBA (2017).

Si bien la palta es conocida y consumida en la provincia de Misiones, desde hace mucho tiempo, su cultivo con fines comerciales comenzó a establecerse sólo hace algunos años atrás, a partir de la iniciativa de un grupo de productores de la zona centro, apoyados por un programa del Gobierno Provincial. Estos productores han implantado el cultivar Hass, cuyos plantines fueron adquiridos en Tucumán, ya que en Misiones no existen viveros que se dediquen a la producción de plantines de esta especie frutícola.

La producción obtenida es clasificada, empacada y enviada al MCBA, principalmente (Figura 42)³⁸. Los volúmenes enviados aún son pequeños; los mismos se irán incrementando a medida que las jóvenes plantaciones se vayan desarrollando hasta estabilizar su producción.

Actualmente no existen estadísticas oficiales sobre la superficie y rendimiento de este cultivo en la provincia; algunas estimaciones indican que existen 50 has implantadas.



Figura 42. Producción y empaque de palta Misiones.

³⁸ Imágenes capturadas del portal <https://misionesonline.net>

CIRUELA



“La Provincia de Misiones podría posicionarse como la principal proveedora de ciruela primicia a nivel nacional”³⁹

³⁹ Apreciación de los autores, basada en datos técnicos y de mercado.

Argentina ha disminuido notablemente la exportación de ciruela en fresco, y ha aumentado considerablemente la importación de dicha fruta (Figura 43 y 44)⁴⁰. Esta situación se corresponde con la importante disminución de la superficie implantada.



Figura 43. Exportación Argentina de ciruela en fresco (serie 2013-2017)

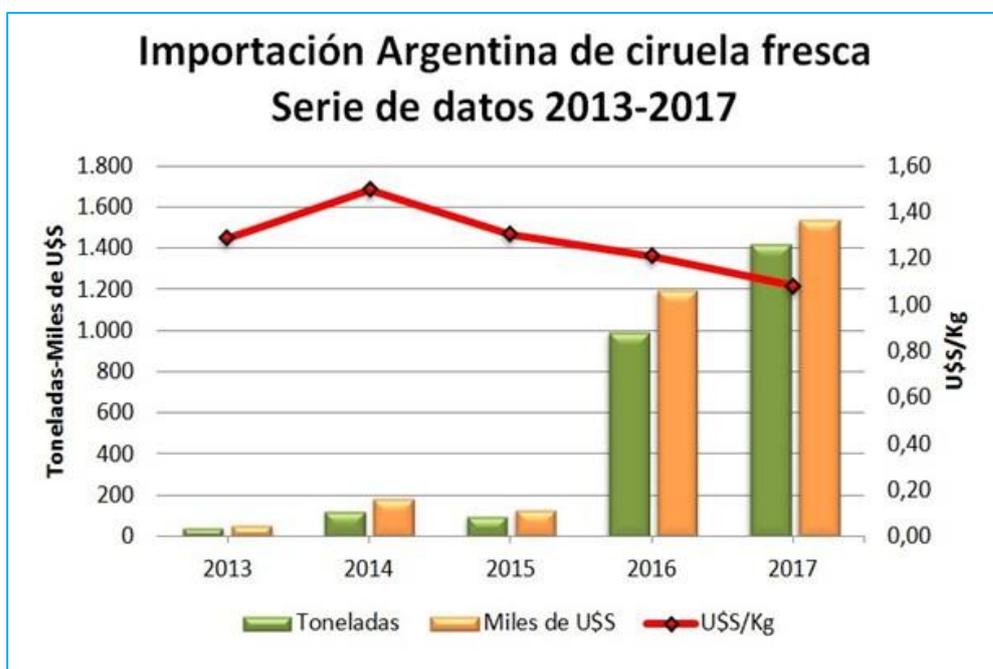


Figura 44. Importación Argentina de ciruela en fresco (serie 2013-2017)

⁴⁰ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio FOB para Exportación, y CIF para Importación).

El principal mercado externo de Argentina para esta fruta es Brasil, siendo que el principal proveedor es Chile. En la tabla 8, se muestra la clasificación arancelaria identificada para ciruela en fresco.

Tabla 8. Clasificación arancelaria ciruela en fresco.

Fracción	Descripción
0809.40.00	Ciruelas y endrinos, frescos.

En relación al comercio interno, el ingreso anual promedio de los últimos años de ciruela en fresco al MCBA ronda en las 7 mil toneladas. Desde el mes de Julio hasta Septiembre no se registran ingresos (Figura 45)⁴¹; el volumen máximo ingresado en el mes de Octubre correspondió al año 2016, con un total de 10,3 toneladas.

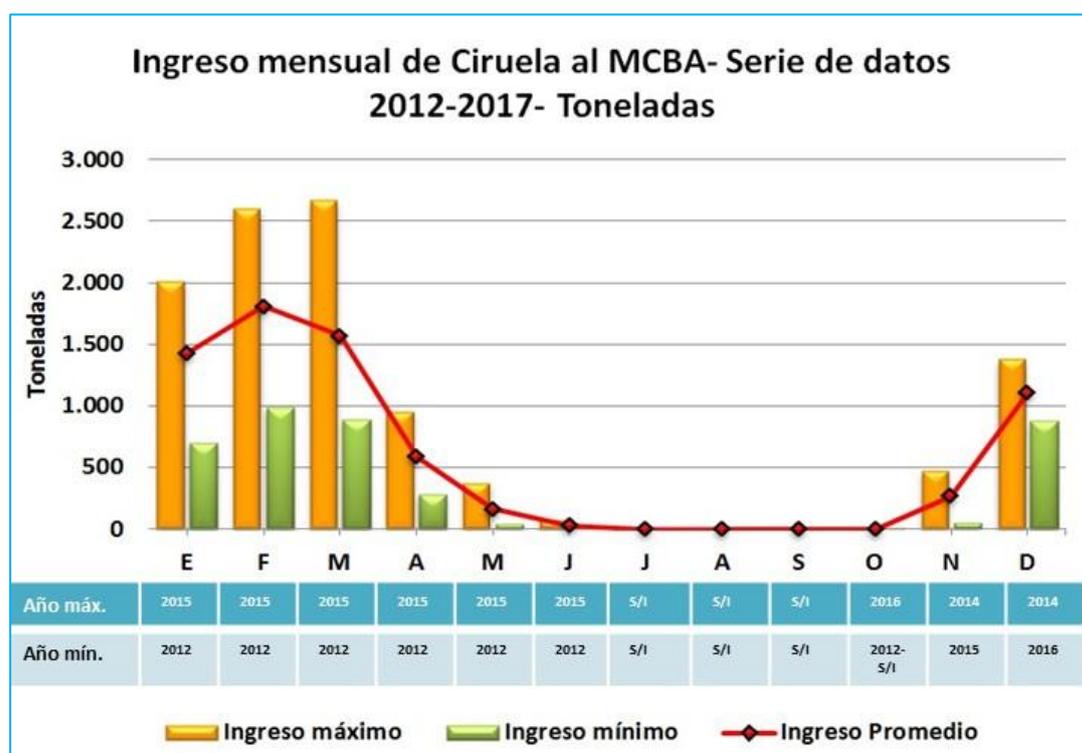


Figura 45. Ingreso mensual de ciruela (toneladas) al MCBA (serie 2012-2017).

⁴¹ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

El único precio de referencia registrado para el mes de Octubre, en la serie de datos estudiada, corresponde al año 2016 con un valor de 1,95 U\$S/Kg (Figura 46)⁴².

La provincia de Misiones puede producir ciruela para consumo en fresco, con inicio de cosecha a partir de la segunda quincena de Octubre. Esta ventaja comparativa podría posicionar a la provincia como proveedora destacada a nivel nacional de ciruela primicia. Asimismo, esta situación podría extenderse hacia países vecinos como Paraguay.

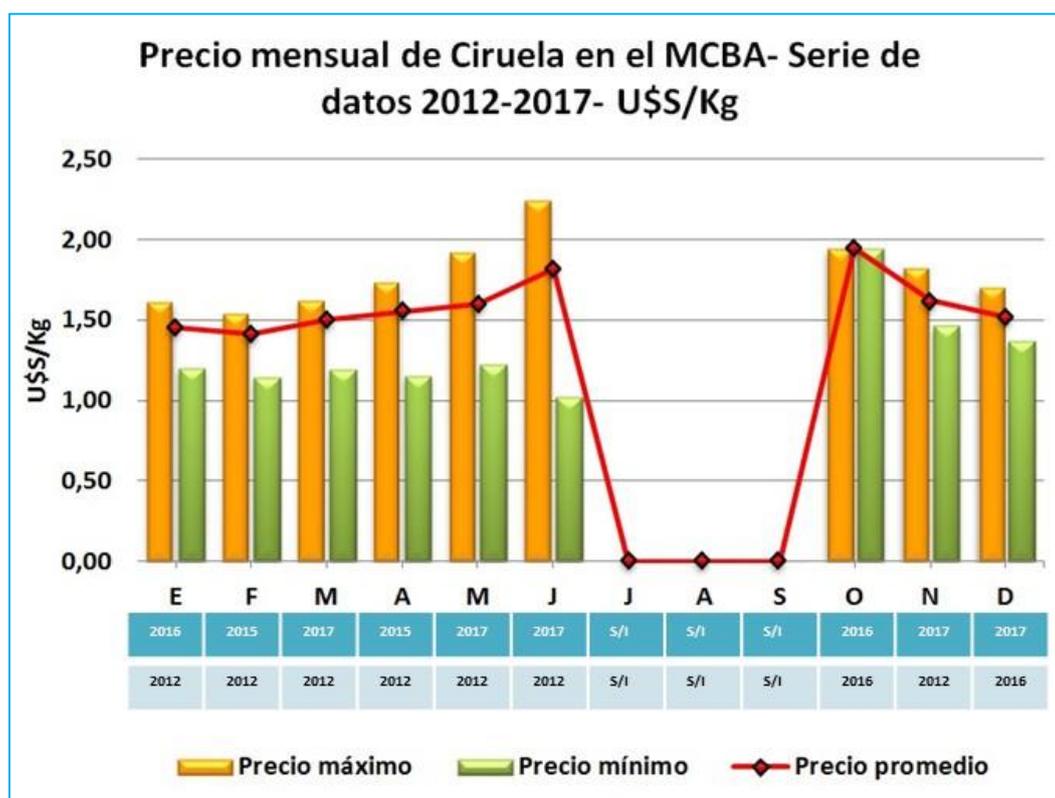


Figura 46. Precios mensuales de ciruela (U\$S/Kg) en el MCBA (serie 2012-2017).

⁴² Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA. Para el análisis de precios se excluyeron algunos valores máximos atípicos.

La información estadística relacionada a la superficie bajo cultivo y producción de ciruela para fresco en Argentina es muy heterogénea. El Instituto de desarrollo rural (IDR) de Mendoza y el SENASA (Centro Regional Patagonia Norte) son los únicos organismos que cuentan con datos actualizados publicados sobre la producción de este producto. Las principales provincias productoras de ciruela en fresco son Mendoza, San Juan y Río Negro. En este documento no fueron incluidos datos relacionados a superficie bajo cultivo y producción de las principales provincias productoras, ya que a los fines de evaluación de las oportunidades comerciales ninguna de estas provincias entraría en la ventana comercial que puede ser aprovechada por Misiones.

En lo que respecta a la superficie bajo este cultivo en la provincia de Misiones, el último dato oficial registrado corresponde al CNA 1988, que indicaba una superficie de 16,5 hectáreas. Actualmente, comunicaciones personales indican que existen aproximadamente 10 hectáreas implantadas de ciruela, con cultivos de cosecha primicia con destino netamente comercial; su producción se comercializa localmente. La cosecha de estos cultivos, denominados Tempranita 1, Tempranita 2, y Tempranita 3, se inicia próxima al 15 de Octubre y se extiende hasta los primeros días de Noviembre. La fruta es de tamaño medio, con color de piel rojo y pulpa amarilla clara. Las plantas son de muy buena productividad y precocidad en la entrada en producción (a partir del segundo año de implantada se pueden lograr producciones de 2000 Kg/ha (Figura 47).

Un sondeo de mercado, sin valor comercial, realizado en el MCBA en el año 2016 indica que la fruta producida en Misiones tiene mucho potencial por la época de cosecha, la cual podría alcanzar valores de entre 1,8 a 2,0 US\$/Kg (Figura 48). Sin embargo, para determinar la viabilidad de desarrollar a mayor escala productiva el cultivo de esta fruta en la provincia, es necesario realizar pruebas de comercialización contundentes, que afirmen o refuten la posibilidad de abrir una nueva ventana comercial con las variedades producidas.



Figura 47. Ciruela primicia producida en la provincia de Misiones.



Figura 48. Embalaje utilizado en el sondeo de mercado (MCBA) para ciruela primicia de la provincia de Misiones.

MANGO

"En la provincia de Misiones, al igual que en Corrientes, Formosa, Salta y Jujuy, existe una gran cantidad de árboles de mango (hilacha), cuya fruta, por su gran contenido de fibras, tiene escaso valor para consumo en fresco. Sin embargo, su industrialización (pulpa, néctar, etc.) brinda productos de excepcional calidad y es delicia para el más refinado paladar"⁴³



⁴³ Apreciación de los autores, basada en productos obtenidos y valoraciones de formadores de opinión.

De acuerdo a la serie de datos estudiada, y a excepción del año 2017, los volúmenes de mango (fruta fresca) importado por Argentina han sido relativamente estables en los últimos años. El principal proveedor es Brasil (Figura 49 y 50)⁴⁴.

Si bien Ecuador aún tiene escasa participación en el mercado Argentino, hace dos (2) años este país formalizó un plan de desarrollo productivo para incrementar la producción y posicionarse en los mercados internacionales. Considerando lo alcanzado con el ananá se podría suponer que Ecuador comenzará a incrementar el ingreso de esta fruta a nuestro país.



Figura 49. Importación Argentina (toneladas) de mango en fresco (serie 2012-2017).

⁴⁴ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio CIF).



Figura 50. Valores de importaciones argentinas de mango en fresco (serie 2012-2017).

En lo que respecta a las exportaciones, según la base de datos explorada, Argentina ha realizado el envío de pequeñas cantidades de mango en fresco hacia Uruguay (Tabla 9)⁴⁵. En la tabla 10, se muestra la clasificación arancelaria identificada para mango en fresco.

Tabla 9. Exportación Argentina de mango en fresco – destino Uruguay (serie 2013-2017).

	2013	2014	2015	2016	2017
Toneladas	7,9	2,0	12,4	23,4	7,3
Miles de U\$S	11	5	18	58	14
U\$S/Kg	1,39	2,50	1,45	2,47	1,90

Tabla 10. Clasificación arancelaria mango en fresco.

Fracción	Descripción
0804.50.20	Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos: mangos.

⁴⁵ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio FOB).

En lo que respecta a fruta procesada, se identificaron partidas comerciales específicas de mango procesado exportado por Perú hacia Argentina (Figura 51)⁴⁶. Además del mango procesado que ingresa a Argentina, con identificación arancelaria especificada en origen (Tabla 11), se conoce que ingresa pulpa congelada y mango cubeteado IQF dentro de la clasificación arancelaria “otras frutas congeladas” (al igual de lo que ocurre con maracuyá).

A partir de comunicaciones personales con tres (3) empresas del sector, se estableció que en el año 2016 estas empresas importaron aproximadamente 100 toneladas de mango procesado congelado (pulpa y cubeteado IQF en proporción 80/20 respectivamente).

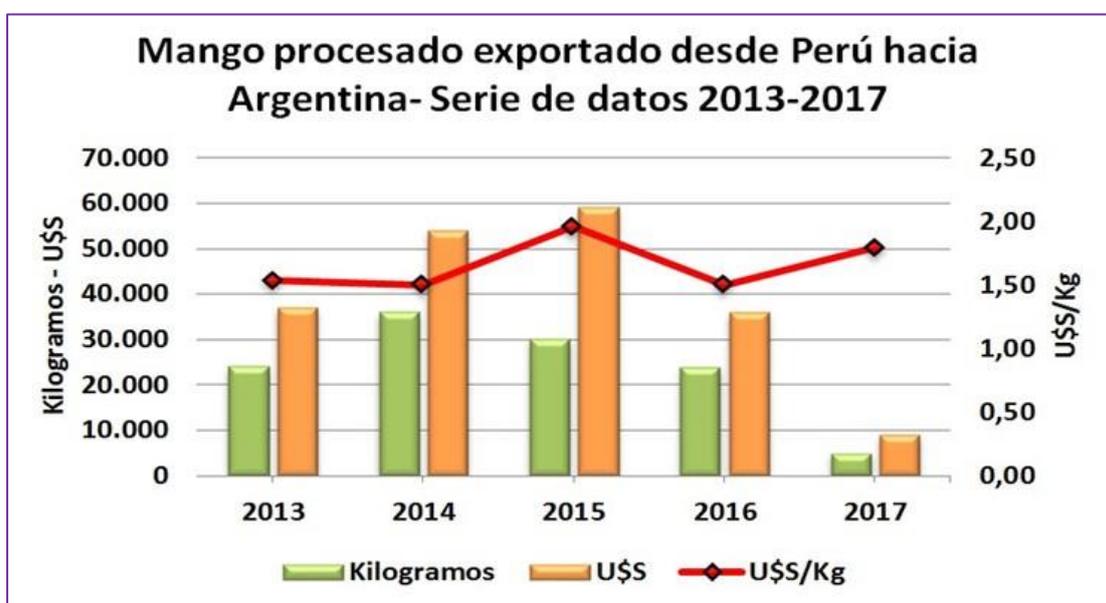


Figura 51. Exportaciones de mango procesado desde Perú hacia Argentina (serie 2013-2017).

Tabla 11. Clasificación arancelaria mango procesado- origen Perú.

Fracción	Descripción
0811.90.91.00	Frutos comestibles, sin cocer o cocidos en agua o vapor, congelados, incl. con adición de azúcar u otro edulcorante (exc. fresas "frutillas", frambuesas, zarzamoras, moras, moras-frambuesa y grosellas) : Los demás: Mango (Mangifera indica L.)

⁴⁶ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio FOB Perú).

En relación al comercio nacional, el mayor volumen de mango ingresado al MCBA corresponde a producto importado de origen brasilero. Sin embargo, la cantidad ingresada de fruta de origen nacional a esa plaza comercial, se ha incrementado en los últimos años (Figura 52 y 53)⁴⁷. El cultivar mayormente comercializado con identificación es Tommy Atkins. La principal provincia productora y proveedora para este mercado es Salta. La provincia de Misiones ingresa cantidades poco significativas y de manera esporádica de mango al MCBA.

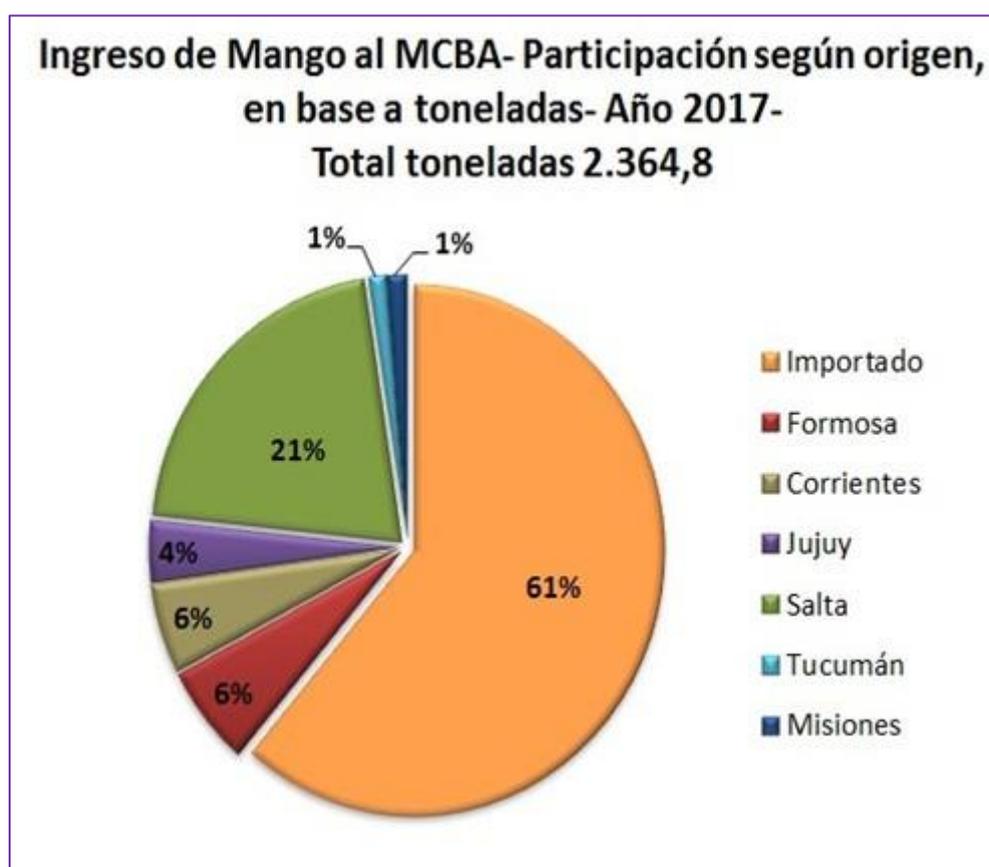


Figura 52. Ingreso de mango al MCBA según origen (2017).

⁴⁷ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

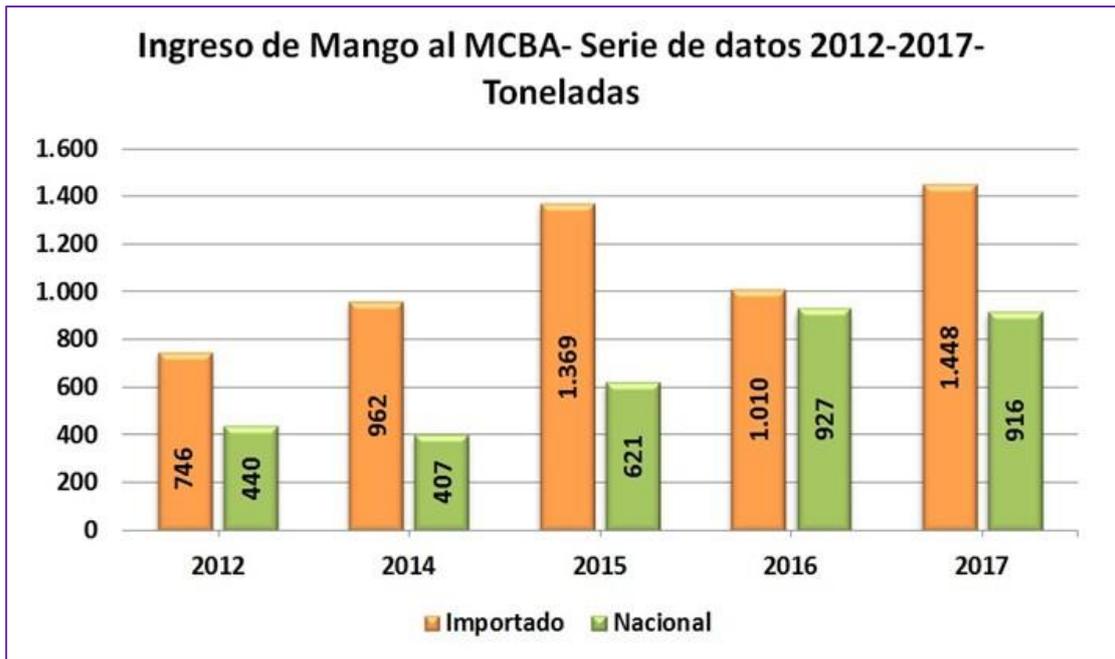


Figura 53. Ingreso de mango al MCBA- comparación importado vs nacional (serie 2012-2017).

El ingreso mensual al MCBA presenta los mayores volúmenes en el periodo estival, no solo por el ciclo productivo de esta especie, sino también por el aumento de la demanda en esta época del año (Figura 54). Los mayores precios promedios se presentan entre los meses de octubre a Diciembre. Estos valores son el promedio entre los precios de producto importado y nacional. Se debe considerar que el mango importado tiene un precio significativamente mayor que el de origen nacional. Los precios promedios mensuales del año 2017 se exhiben fuera del análisis de la serie de datos, ya que el mismo presenta valores atípicos muy elevados en relación al resto de la serie (Figura 55)⁴⁸. A modo de referencia, en la tabla 12⁴⁹, se presentan los precios de venta mayorista para mango en fresco en la plataforma logística MERCAMADRID (España) en el año 2017.

⁴⁸ Elaboración propia en base a datos del Dpto. de Estadística del MCBA.

⁴⁹ Elaboración propia en base a Estadística plataforma logística MERCAMADRID.

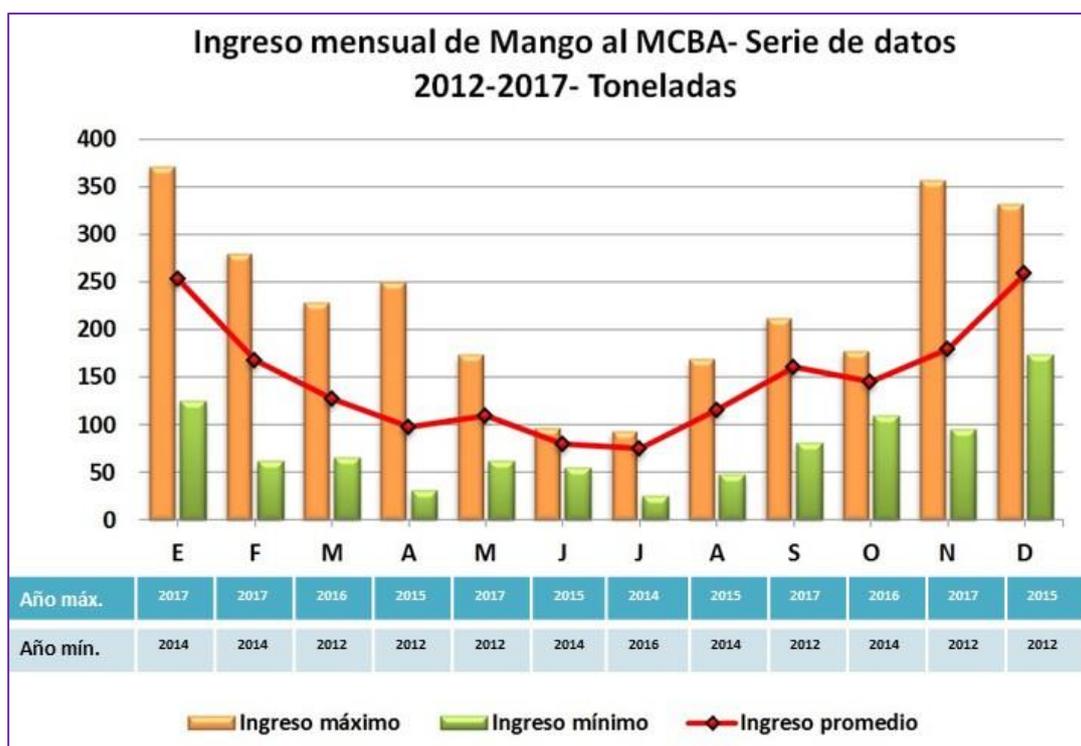


Figura 54. Ingreso mensual (toneladas) de mango al MCBA (serie 2012-2017).

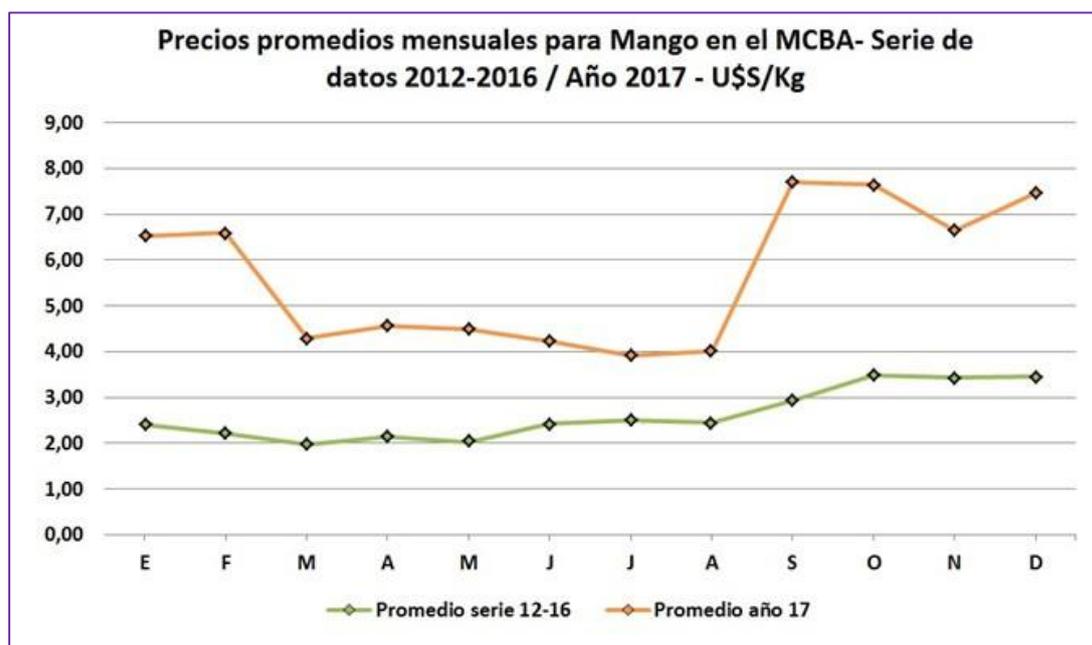


Figura 55. Precio promedio mensual (U\$S/Kg) de mango al MCBA (serie 2012-2017).

Tabla 12. Precio de referencia (U\$S/Kg) y toneladas ingresadas en MERCAMADRID (2017)

Prec. Máx.	Prec. Mín.	Prec. más frecuente	Toneladas
7	1	3	7029

En relación a la comercialización de productos procesados de mango (pulpa y mango cubeteado), estos son principalmente de origen extranjero; los productos de origen nacional tienen escasa presencia en el mercado actual. Las empresas que importan estos productos canalizan sus ventas hacia el canal HORECA y distribuidores, con precios que varían de acuerdo a la empresa (Tabla 13)⁵⁰.

Tabla 13. Precio de venta mayorista de pulpa y cubeteado de mango congelado. Precio expresado en U\$S/Kg (2017).

Empresa	Precio x Kg (cajas de 10kg)
A	3,00
B	3,90
C	4,10

La producción de mango en Misiones, con cultivares adecuados para el consumo en fresco (ej: Tommy Atkins, entre otras) se lleva adelante en pequeñas parcelas, cuyo principal destino comercial es el mercado local; sólo es de conocimiento la existencia de una plantación con escala comercial (25 has) ubicada en Puerto Esperanza, que ingresa fruta al MCBA.

Sin embargo el mango, especie originaria del continente asiático, ha hallado en Misiones, las condiciones para crecer y desarrollarse, generando un gran número de ecotipos asilvestrados denominados con los nombres de mango hilacha, común, criollo, espada, entre otros. Estos árboles se encuentran diseminados por toda la provincia. Su fruta tiene un escaso valor comercial para consumo en fresco, por su gran fibrosidad. Anualmente una importante cantidad de esta fruta cae al suelo, desperdiciándose así varias toneladas de un alimento, que si fuera industrializado podría generar importantes ingresos económicos. Esta situación se repite en otras provincias del norte argentino (Figura 56)⁵¹.

⁵⁰ Elaboración propia en base a información primaria.

⁵¹ Imágene y recortes periodísticos capturados desde la web.



Figura 56. Imagen que ilustra el desaprovechamiento del mango hilacha en Argentina.

La pulpa de mango que se puede obtener a partir de la fruta de estos ejemplares asilvestrados, es de una calidad excepcional y potencialmente de elevado valor comercial. Las pruebas de procesamiento realizadas en la Planta Piloto de procesamiento de frutas de la EEA Cero Azul, para la obtención de pulpa de mango (hilacha/criollo) y su posterior valorización positiva por agentes comerciales involucrados en el mercado de estos productos apoyan estas consideraciones.

El aprovechamiento comercial del mango hilacha requeriría llevar adelante un proyecto integral, que no sólo contemple la programación y planificación de la logística de cosecha y abastecimiento, sino también el avance sobre la identificación, caracterización y determinación de los mejores ecotipos y parámetros para su industrialización, con el fin de avanzar en un futuro hacia un cultivo tecnificado de mango para uso industrial.

Experiencias extranjeras exitosas con productos de reconocimiento internacional, indican que este tipo de proyectos son viables económicamente, cuyos resultados tienen un importante impacto positivo desde el punto de vista social.

PAPAYA/MAMÓN



“La papaya o mamón es una especie frutícola de múltiples utilidades; además de su uso alimenticio (fruta fresca, jugo, pulpa, etc.) es utilizada para la obtención de enzimas de aplicación industrial, para la fabricación de productos con destino medicinal y cosmético, entre otros; empleando para ello diferentes partes de la planta (fruta, tallo, hojas, semillas), permitiendo así una utilización integral de la misma”⁵².

⁵² Consideraciones basadas en la lectura de numerosos trabajos relacionados al aprovechamiento de la papaya.

La papaya, importada para consumo en fresco, proviene en su totalidad de Brasil. Según la serie de datos analizada, el mayor volumen importado se registró en el año 2016 con 316 toneladas, cuyo precio por Kg fue el menor de la serie (Figura 57)⁵³. En la misma serie de datos no se identificaron partidas de importación con papaya procesada. En la tabla 14, se muestra la clasificación arancelaria identificada para papaya en fresco.

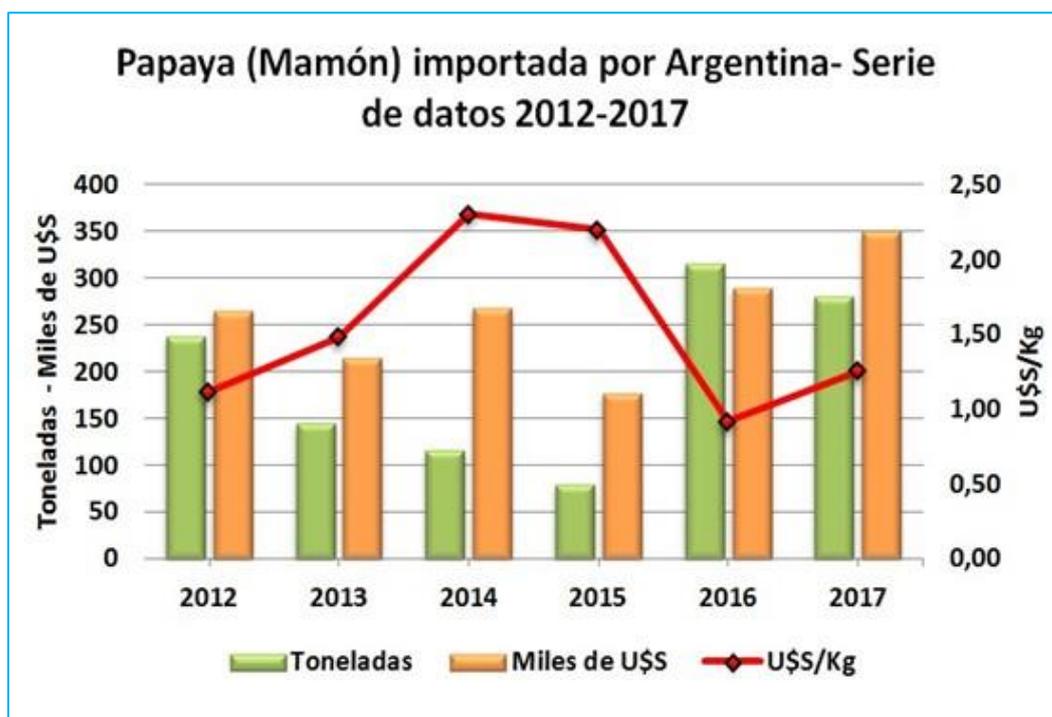


Figura 57. Importación Argentina de papaya en fresco (serie 2012-2017).

Tabla 14. Clasificación arancelaria papaya en fresco.

Fracción	Descripción
0807.20.00	Papayas frescas.

⁵³ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio CIF).

En cuanto al comercio interno, se puede señalar que la papaya es la única especie tropical que es comercializada en el MCBA con participación mayoritaria de producto de origen nacional. El volumen ingresado en esta plaza comercial se ha incrementado en los últimos años (Figura 58)⁵⁴. Las provincias de Jujuy y Salta son las principales productoras y proveedoras del MCBA de papaya para consumo en fresco. En el año 2017, estas dos provincias representaron el 95 % de la papaya de origen nacional ingresada al MCBA. Al igual de lo que ocurre con otras frutas, los precios negociados del producto importado son considerablemente superiores a los del producto de origen nacional (Figura 59).

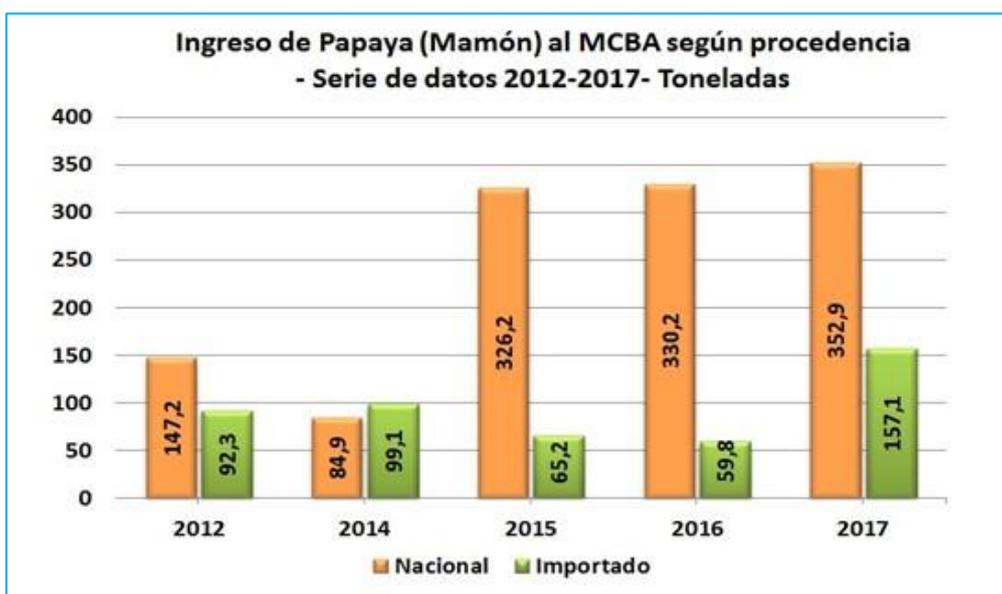


Figura 58. Ingreso (toneladas) de papaya al MCBA (serie 2012-2017).

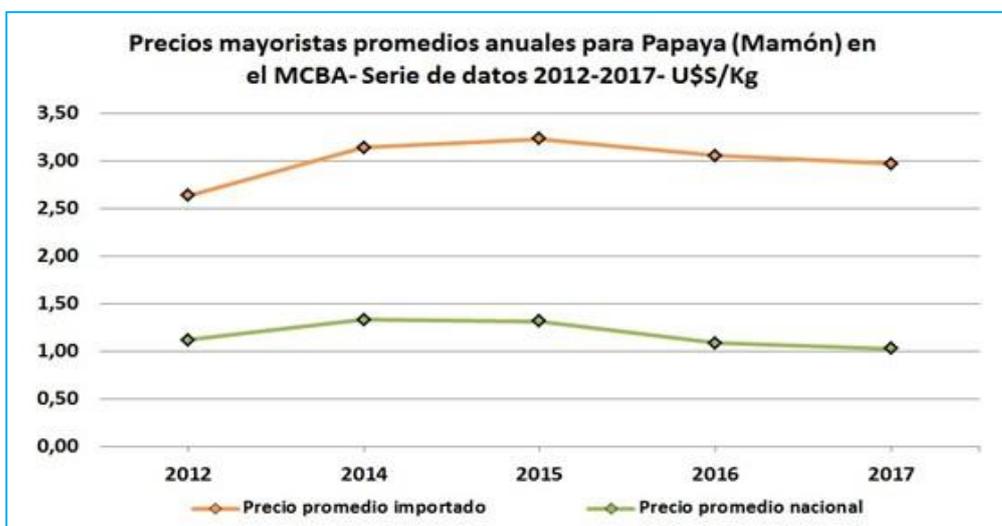


Figura 59. Precios de papaya en el MCBA (serie 2012-2017).

⁵⁴ Elaboración propia en base a datos Dpto. Estadística MCBA.

En relación a datos productivos, algunos informes indican que la mayor superficie destinada al cultivo de papaya se encuentra en la provincia de Misiones, alcanzando las 350 has. Sin embargo, no existen estadísticas oficiales actualizadas que puedan afirmar o refutar esta información, más aun considerando que gran parte del área cultivada se maneja con ciclo de cultivo anual, lo que genera importantes variaciones de superficie, destinada en las diferentes campañas productivas.

Prácticamente la totalidad de la fruta de papaya producida en Misiones tiene destino industrial. Esto es debido a que la producción a cielo abierto, bajo las condiciones ambientales locales, no son apropiadas en la última etapa de desarrollo de la fruta, para lograr una maduración adecuada de consumo en fresco.

Con la industrialización se obtiene pulpa (utilizada como base para la obtención de otros productos como mermeladas o pulpas con sabor a otras frutas), fruta abrillantada, mamón en almíbar, entre otros. Una gran cantidad de papaya producida en Misiones es estoqueada en piletas de salmuera, y luego vendida a industrias localizadas en las provincias de Córdoba y Santa Fe, que posteriormente continúan con el proceso de agregado de valor (Figura 60)⁵⁵. Dos (2) Cooperativas de la provincia son las principales procesadoras de esta fruta en la región.



Figura 60. Papaya procesada en Misiones – Fruta almacenada en salmuera, y fruta abrillantada.

⁵⁵ Imágenes extraídas desde la web.

KAKI / CAQUI



"Comida de los Dioses"⁵⁶

⁵⁶ Derivado del nombre científico de la planta de Kaki« Diospyros kaki Thunb.

Originario de Asia, y con una larga historia de cultivo que data de algunos siglos antes de Cristo, el kaki se ha distribuido y ganado popularidad en varias regiones del mundo.

A pesar de no encontrarse registro sobre la superficie cultivada con kaki a nivel nacional, según la base de datos explorada (Trademap), en los últimos años Argentina ha exportado kaki en fresco a países del medio oriente principalmente (Figura 61 y 62)⁵⁷.

De acuerdo a la misma base de datos, no se registran importaciones de kaki por parte de la Argentina. En la tabla 15, se muestra la clasificación arancelaria identificada para papaya en fresco.

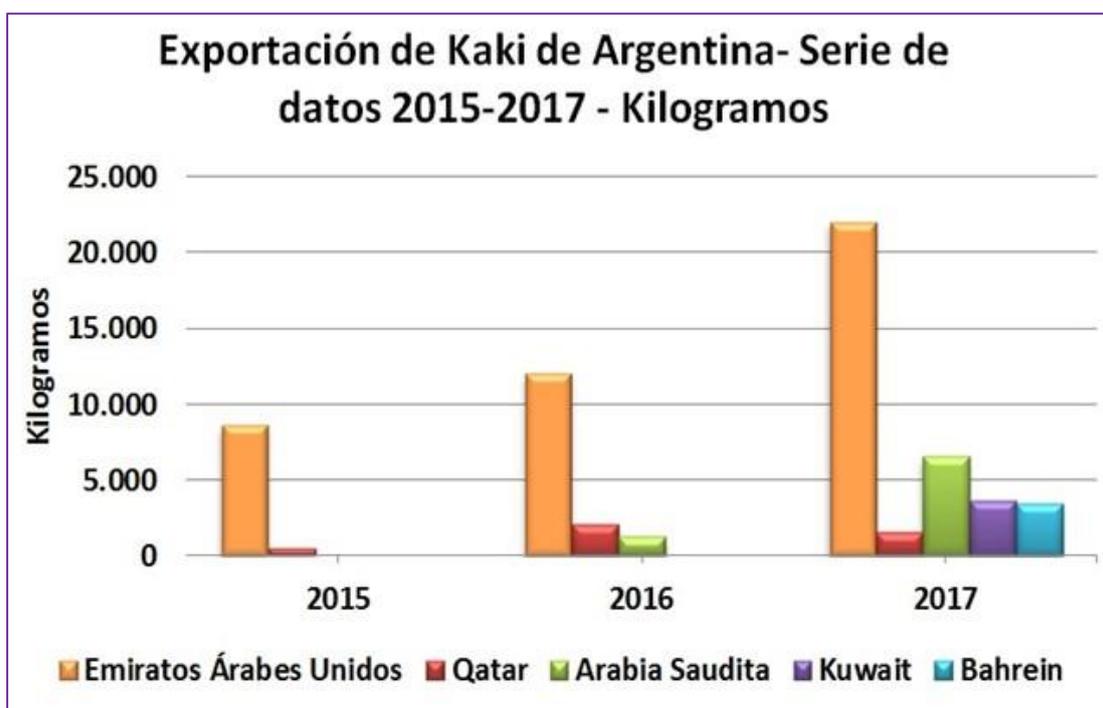


Figura 61. Exportación (kilogramos) Argentina de kaki (serie 2015-2017)

⁵⁷ Elaboración propia en base a datos de Trademap (los valores monetarios están expresados en precio FOB).

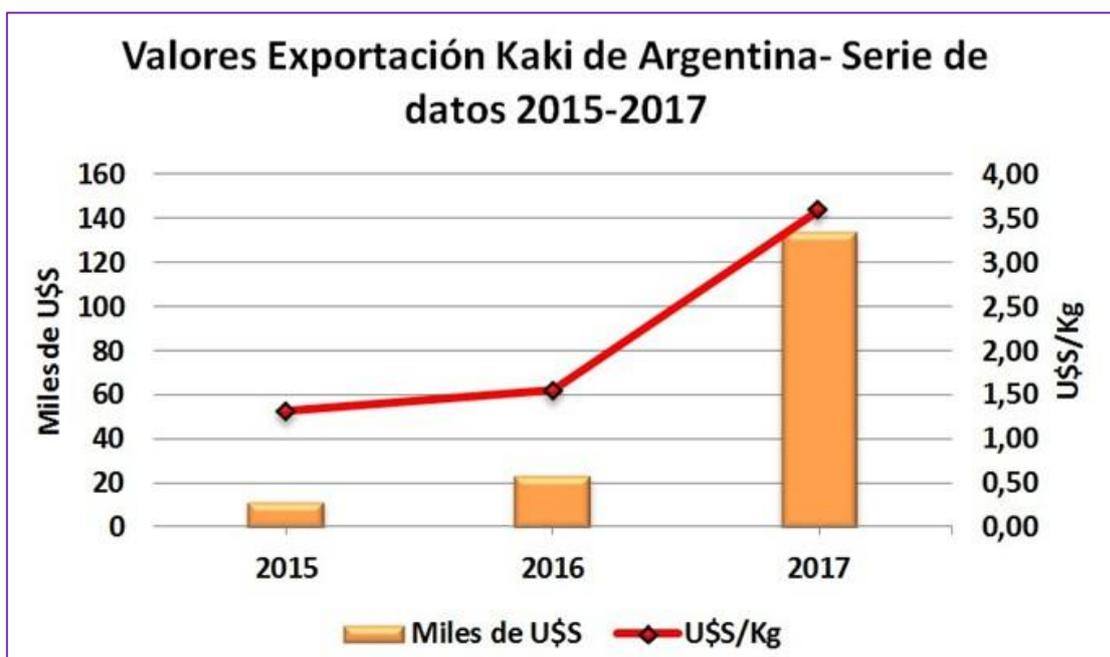


Figura 62. Valores de exportación Argentina de kaki (serie 2015-2017)

Tabla 15. Clasificación arancelaria kaki en fresco.

Fracción	Descripción
0810.70.00	Caquis frescos + descripción detallada no disponible+.

A nivel internacional, España es el principal exportador. Si bien, el volumen de producción ha aumentado considerablemente en los últimos años, informes y noticias de especialistas del sector indican que todavía existe un interesante potencial de comercial, más aun considerando que esta fruta es mundialmente poco conocida, lo que indica que quedan muchos mercados por abrir y expandir (FreshPlaza 2017, 2018, 2019; Agencia Agraria de Noticias Perú 2019; ValenciaFruits 2018; Redagricola 2017).

En el MCBA, la comercialización de kaki es realizada al 100% con producto de origen nacional (Figura 63)⁵⁸.

Según el boletín de frutas y hortalizas N° 63 del MCBA, la mayor producción de kaki se encuentra en la ciudad de San Pedro, provincia de Buenos Aires.

⁵⁸ Elaboración propia en base a datos del Dto. de Estadística del MCBA.

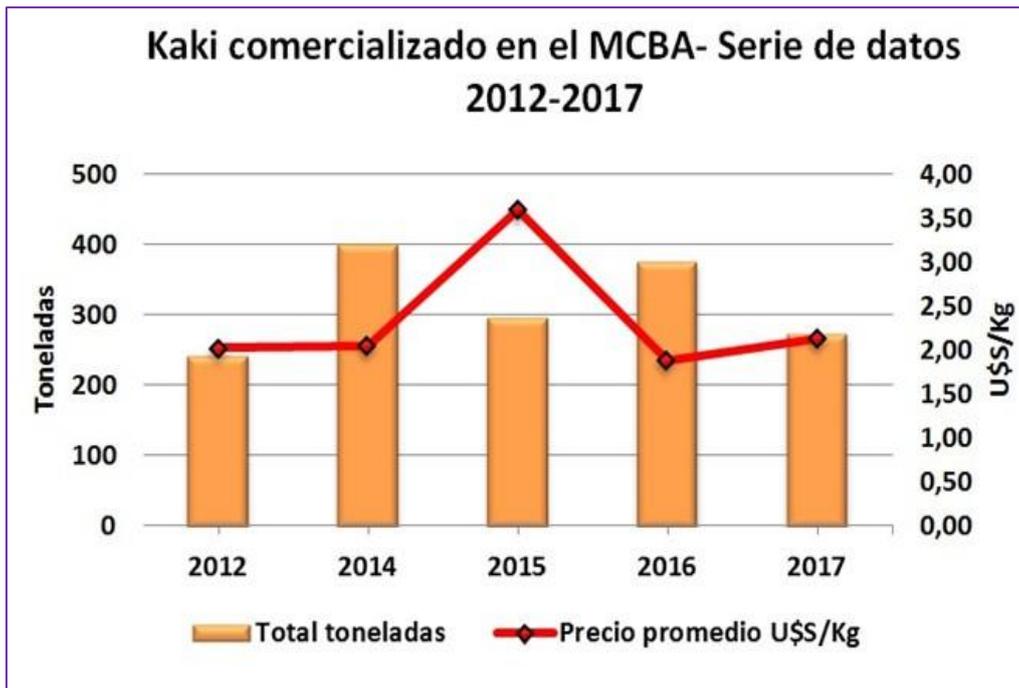


Figura 63. Comercialización de kaki en el MCBA (serie 2012-2017)

La mayor demanda de esta fruta proviene de la comunidad asiática presente en nuestro país.

La oferta de esta fruta se divide en cultivares astringentes y no astringentes. El cultivar Fuyu (no astringente) es uno de los más demandados a nivel mundial.

En Misiones no existen plantaciones de kaki de tipo comercial.

La EEA Cerro Azul (INTA CR Misiones), ha implantado una parcela de kaki cultivar Fuyu, con fines de experimentación y demostración. Su adaptación y comportamiento agronómico han sido satisfactorios hasta la fecha. A partir de esta información preliminar se podría considerar que el kaki es un cultivo con cierto potencial de negocio para la provincia de Misiones, supuesto que deberá ser confirmado con la consolidación de las técnicas de cultivo e información basada en pruebas de comercialización, para determinar y/o proyectar la superficie que se podría implantar para no generar sobre expectativas comerciales.

UVA

Si bien, técnicamente es posible cultivar en la provincia uva para consumo en fresco, a partir de cultivares adecuados para el mercado, los autores de este escrito consideran, basados en diferentes experiencias e informaciones, que el potencial productivo y económico se encuentra en el cultivo de variedades de la especie *Vitis labrusca* con destino industrial, cuyo producto destacado debería ser el jugo de uva listo para consumir.

"Los jugos de uva de los cultivares de la especie *Vitis labrusca* son de exquisito sabor, intenso color, y aroma singular; Misiones los podría producir y comercializar, ofreciendo no sólo placer, sino también bienestar"⁵⁹



⁵⁹ Apreciación de los autores, basada en productos obtenidos y valoraciones de diferentes degustaciones.

Sin entrar en detalles históricos, se puede señalar que la producción de uva en Misiones data de mucho tiempo atrás, cuya implantación de viñedos se llevó delante con cultivares de la especie *Vitis labrusca* (Isabel entre otras). En los últimos años se fomentó el cultivo de uva para consumo en fresco, a partir del cultivar Venus (híbrido entre labrusca y vinífera) cuya característica más sobresaliente es la precocidad de maduración, estando lista para cosecha a mediados de Noviembre o incluso en algunas zonas a principios de ese mes (Figura 64). La comercialización de la misma es netamente local, y si bien su precocidad es una característica de importancia comercial, difícilmente pueda introducirse en grandes mercados debido a la falta de atributos de calidad demandados por el consumidor (tamaño de bayas grandes) y por su baja resistencia al transporte y conservación pos-cosecha (desgrane y deshidratación elevadas). Esta información se encuentra fundada en una prueba de comercialización realizada en el MCBA (Figura 65). En dicha prueba, los operadores comerciales indicaron que sus clientes compraron inicialmente el producto atraídos por la época de oferta y packing sobresaliente, pero que no tuvieron intención de re-compra, indicando que no sería un producto que pueda ser comercializado de manera estable en ese mercado.



Figura 64. Cultivo de uva cultivar Venus en la provincia de Misiones.



Figura 65. Prueba de comercialización realizada en el MCBA con uva cultivar Venus producida en la provincia de Misiones.

Además de la superficie establecida con el cultivar Venus, se han implantado nuevos parrales con cultivares de la especie *Vitis labrusca* como Niágara

Rosada, Concord e Isabel (Figura 66). Estos cultivares de escasa proyección como uva para consumo en fresco, presentan óptimas cualidades para la industrialización y obtención de jugo listo para consumir, lo cual ha sido comprobado por la Planta Piloto de Procesamiento de Frutas de la EEA Cerro Azul (INTA CR Misiones) (Figura 67).



Figura 66. Cultivo de uva cultivar Niágara en la provincia de Misiones.



Figura 67. Jugo de uva listo para consumir obtenido a partir de cultivares de *Vitis labrusca* – Planta Piloto de Procesamiento de Frutas.

Brasil ha generado un gran conglomerado industrial en base a este producto, el cual, además de tener una demanda nacional en crecimiento, se está comercializando en EE.UU, Canadá, y países del medio oriente entre otros.

En Argentina, la producción de jugo de uva con estos cultivares es muy limitada; últimamente algunas provincias de Cuyo han lanzado al mercado jugo de uva obtenido a partir de cultivares de *Vitis vinífera*. Sin embargo, así como existen consideraciones que indican que el vino de calidad solo se puede obtener de *Vitis vinífera*, también se puede manifestar que el jugo de uva de calidad, listo para consumir, sólo se puede lograr con cultivares de *Vitis labrusca*.

Si bien resulta difícil cuantificar el mercado potencial de jugo de uva listo para consumir, inicialmente se podría afirmar que existe un nicho interesante para este producto, relacionado a algunas comunidades religiosas que no consumen alcohol, pero que les resulta muy placentero el sabor a uva. Asimismo, y considerando diferentes estudios científicos que señalan los beneficios hacia la salud que se generan por la ingesta de este producto, su comercialización se vería potenciada, ofreciendo no sólo un producto que produce placer su consumo sino que además promueve el bienestar y la salud.

La provincia de Misiones podría establecer una importante cadena productiva a partir del jugo de uva listo para consumir, beneficiando a todos los sectores y actores de la misma, desde la producción primaria, industrialización, comercialización, hasta el consumidor final, convirtiéndose en una trascendental actividad de desarrollo socio-económico para la provincia (Figura 68).

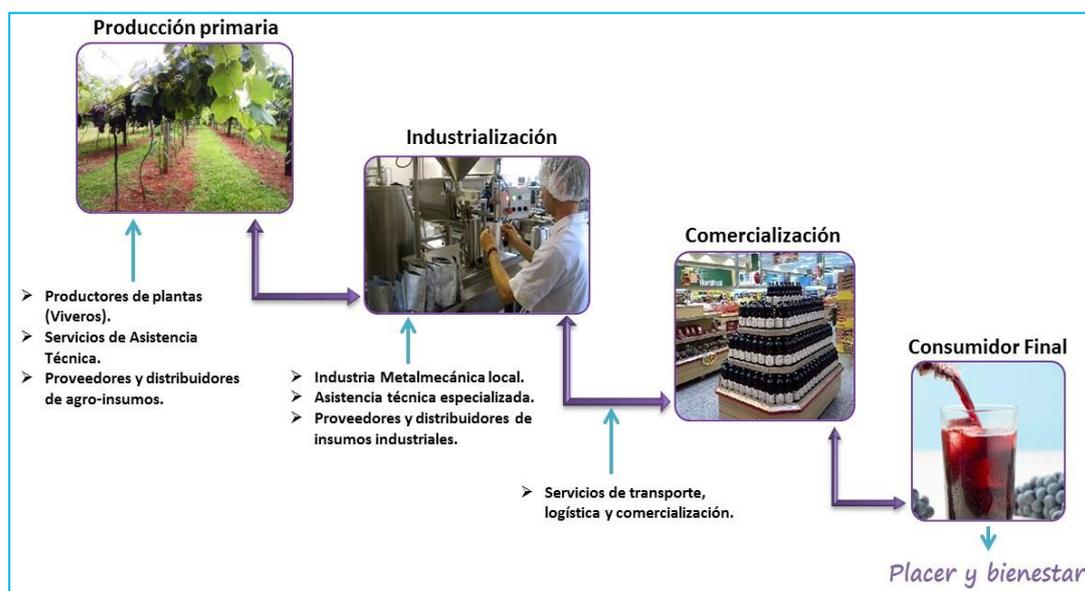


Figura 67. Imagen que ilustra el potencial de la cadena de uva para uso industrial (jugo).

2.1.2. Consideraciones finales de la Sección

A partir de los datos estadísticos y la información recabada, se puede considerar que las frutas analizadas tienen interesante potencial para desarrollar su cultivo a escala comercial como una oportunidad de negocio e inversión en la provincia de Misiones.

El caso del ananá tal vez resulte el más evidente, advirtiendo que prácticamente la totalidad del consumo de esta fruta en Argentina (sea en fresco o procesada) es abastecido por producto importado. Es importante considerar que la fruta extranjera debe ser cosechada con anticipación al punto óptimo de madurez de consumo, para poder soportar el transporte y llegar en condiciones visuales aceptables. En este sentido, por ser una fruta climatérica que es cosechada anticipadamente, muchas veces llega al mercado argentino con reducido sabor y dulzor. De acuerdo a lo descrito, y por la cercanía a los grandes centros de consumo nacionales en relación a los países proveedores, la provincia de Misiones tiene una ventaja inmejorable, ya que el ananá que se puede producir podría ser cosechado en condiciones óptimas de madurez. Si este diferenciador de calidad, fuera asistido con una campaña de promoción, como lo ha hecho Ecuador en nuestro país, claramente posicionaría a la provincia y obtendría una cuota importante del mercado, pudiendo ser esta fruta una de las mejores cartas de presentación de la actividad frutícola Misionera.

El cultivo de maracuyá tiene grandes posibilidades de expansión en la provincia, pero cualquier plan de fomento debe estar acompañado conjuntamente con una industria que lo procese, ya que esta fruta tiene su mayor mercado como producto elaborado (pulpa). La demanda interna de pulpa está siendo abastecida en gran medida por producto importado. Asimismo, y luego de consolidar la comercialización a nivel nacional, la provincia podría llevar adelante un programa de desarrollo de exportación de este producto, acompañado con otros de la misma línea, a mercados extranjeros cercanos (Paraguay, Uruguay, o grandes ciudades de Brasil lindantes con Misiones, como por ejemplo Foz de Iguazú).

En relación al mercado nacional de palta, se puede mencionar que ocurre algo similar al ananá en cuanto al abastecimiento de la demanda interna, ya que la misma es cubierta en gran medida por producto importado. Sin embargo,

entendiendo que su cultivo ha alcanzado cierto grado de desarrollo en provincias del NOA (Tucumán principalmente), resulta importante definir cuáles serían las fortalezas y debilidades de Misiones frente a los competidores nacionales, antes de proyectar un plan de producción a escala comercial, más aun considerando el probable ingreso de Perú como proveedor de importancia para el mercado nacional.

Misiones tiene la posibilidad de producir ciruela primicia a nivel nacional. Esta oportunidad no debería ser desaprovechada. Es importante considerar que la ventana comercial a la cual se podría acceder con ciruela de la provincia es muy estrecha, y tal vez la cuota de mercado que se podría incorporar no sea de grandes volúmenes. Sin embargo, los elevados precios que se pueden obtener por la primicia del producto justificarían el desarrollo del cultivo, pero con una proyección limitada de la superficie, al menos inicialmente. Al igual que lo planteado con el maracuyá, luego de consolidar su producción y comercialización a nivel nacional, se podría proyectar la ciruela primicia de Misiones hacia un mercado de exportación con países limítrofes.

Con respecto al mango, antes de iniciar cualquier plan de fomento de su cultivo, sería importante avanzar sobre la obtención de productos elaborados, (pulpas principalmente) del mango "Común/Hilacha/Criollo/Espada" de escaso valor para consumo en fresco, pero de excelente calidad cuando es industrializado. El mercado de pulpa de mango es abastecido prácticamente en su totalidad con producto importado. La pulpa de esta fruta puede convertirse en un producto premium con un importante valor comercial.

La papaya (mamón) producida en Misiones tiene destino industrial; difícilmente se pueda lograr obtener fruta de calidad para consumo en fresco bajo las condiciones actuales de cultivo a cielo abierto. En este sentido sería importante avanzar sobre la cadena de comercialización, y propiciar el uso industrial integral de esta planta.

Si bien, actualmente el kaki presenta un nicho de mercado nacional muy acotado, los resultados promisorios sobre su cultivo en la provincia, junto con los datos obtenidos relacionados a exportaciones realizadas a medio oriente, permitirían fundamentar la materialización de proyectos de inversión (acotados en número y superficie), basados en el cultivo a escala comercial de esta fruta.

El fomento de la producción de uva para consumo en fresco en la provincia no tendría ningún asidero, más que aquel relacionado al abastecimiento del comercio local. Situación muy distinta a lo relacionado al jugo de uva de cultivares de la especie de *Vitis labrusca*, donde este producto podría traccionar el establecimiento de un importante conglomerado productivo. Por la falta de estadísticas nacionales, y/o fuentes de información, no es posible cuantificar de forma precisa la demanda actual y/o potencial que tendría este producto. Sin embargo, las excepcionales cualidades organolépticas, la información divulgada sobre sus propiedades beneficiosas para la salud, su importante y creciente mercado en otros países (Brasil, EE.UU., entre otros), y la presencia nacional de comunidades religiosas que no consumen alcohol pero que les son de agrado el sabor a uva, hacen inferir que existirían interesantes oportunidades de negocio basados en la producción y comercialización de jugo de uva listo para consumir, obtenido de cultivares de la especie *Vitis labrusca*. Considerando que es un mercado aún no desarrollado, la escala inicial de producción debe estar proyectada de manera prudente.

3. Comentarios finales

El cultivo de las diferentes frutas mencionadas a lo largo del documento no es nuevo en Misiones. Por otro lado, la provincia tiene claras ventajas y ofrece numerosas oportunidades que justifican el desarrollo de la actividad. Sin embargo, sólo algunos emprendimientos relacionados con esas frutas han alcanzado cierta escala productiva en la provincia. A pesar de que varios proyectos y programas fueron implementados en la región, y que en base a los mismos se ha generado cierto conocimiento y difusión de estos cultivos, el grado de desarrollo alcanzado es muy escaso. Tal vez, esto sea producto del enfoque que se le ha dado a estos programas y proyectos. En los mismos, siempre se ha planteado a la actividad frutícola provincial como simplemente una alternativa destinada al autoconsumo familiar o a la comercialización local de los excedentes, y no como una actividad empresarial con importantes capacidades de generar desarrollo socio-económico. Se debe entender que el desarrollo de una fruticultura competitiva, en la cual tienen que estar integradas la producción y transformación de frutas, requiere la producción de productos

que puedan satisfacer a los consumidores. En este sentido, si se pretenden llevar adelante proyectos productivos con finalidades de negocios viables y sostenibles en el tiempo, es necesario cambiar el concepto de “comercializar lo que se tiene de la manera que se pueda”. Es muy importante considerar que en la provincia sólo habitan cerca de 1,2 millones de personas, por lo que la demanda y capacidad de consumo se encuentran respectivamente limitadas, más aun en productos que tienen una fuerte estacionalidad.

De acuerdo a esto, se entiende que si se pretende consolidar la fruticultura como una actividad productiva competitiva en la provincia de Misiones, la cual debe ser pensada con el desarrollo de una industria que la acompañe, todos los eslabones involucrados en la cadena frutícola deben ser proyectados y desarrollados con una visión empresarial. Para esto, se deben identificar y analizar todos los factores y particularidades de la producción y mercado, que permitan definir y fijar objetivos precisos de mediano y largo plazo. Es importante no caer en sobre-expectativas comerciales y de productividad. Se deben establecer e implementar todas las técnicas y estrategias necesarias, que permitan aprovechar todas las ventajas y las oportunidades que brinda la provincia para alcanzar los objetivos y resultados proyectados con mayor seguridad de éxito. De esta manera, se podrán generar unidades de negocios estables y sostenibles en el tiempo, creadoras de empleo, bienestar económico, social y ambiental para la provincia de Misiones.

Para finalizar, es importante comentar que los conceptos, apreciaciones, criterios, y consideraciones de los autores, volcados en el documento, sólo intentan aportar una visión, fundamentada, sobre la fruticultura y su potencial en la provincia de Misiones. La misma no pretende originar controversias al respecto, sino el interés para generar críticas constructivas que puedan mejorar y nutrir su contenido.

Agradecimientos

Los autores agradecen a:

Sr. Daniel Rodriguez Varela, jefe del Departamento de Información, Estadística y Desarrollo Comercial del MCBA, por toda la buena predisposición e información brindada a lo largo de todos estos años.

Ministerio de Turismo de la Provincia de Misiones por autorizar la utilización de las imágenes correspondientes.

Bibliografía y bases de datos consultadas

Agencia Agraria de Noticias Perú. El hemisferio norte está buscando caqui en mercados como Perú, Uruguay y Sudáfrica. Fecha publicación: 7/03/2019. <https://agraria.pe/noticias/el-hemisferio-norte-esta-buscando-caqui-en-mercados-como-per-18555>.

Bernacci, L.C.; Molina Meletti, M.; Dias Soares-Scott, L. M.; Ribeiro da Silva Passos, I. 2005. Maracujá: germoplasma e melhoramento genético, capítulo 22. Embrapa Cerrados. p. 531.

Buainain, A.M.; Batalha, M.O. 2007. Cadeia Produtiva de Frutas. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Secretaria de Política Agrícola, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura. Brasília IICA: MAPA/SPA; Agronegócios ; v. 7, 102 p.

Consejo Federal de Inversiones (CFI). 2008. Buenas prácticas agrícolas en la producción de ananá de la provincia de Misiones-Informe Final. 300p.

Durán Ramón. 1909. Un cultivo descuidado en Misiones- El Ananás (Ananas Sativus). Agronomía. p. 27-33. (Documento Biblioteca EEA Cerro Azul).

Instituto Provincial de Estadísticas y Censos, Provincia de Misiones. 2012. Gran Atlas de Misiones, Capítulo 1 – Aspectos Políticos y Físicos. 26 p.

Llauger Riverón, Raixa E. 2016. La fruticultura y el desarrollo sostenible. Noticias FAO. <http://www.fao.org/cuba/noticias/detail-events/en/c/412715/> . Visita 12/2016.

- Lourenzani, Luis W.; Lourenzani Smith, A. E.; Bagaiolo, G. R.; Rodarte, T. D. 2008. A Fruticultura E Sua Importância Para A Região Nova Alta Paulista. XVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, Rio Branco – Acre, 20 a 23 de julho de 2008. 19p.
- Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. ProEcuador. 2015. Boletín de Comercio Exterior Dic / Ene 2015. Año 4 – N°12. Mercado de la piña en Argentina. p. 19-22.
- Oficina Comercial de ProChile en Buenos Aires, Mendoza – Argentina. 2011. Estudio de mercado de la Palta para el mercado Argentino. 22 p.
- Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA y el Centro de Información de Recursos Naturales, CIREN. 2016. Catastro Frutícola / Principales Resultados / Región de Arica y Parinacota. 42 p.
- Peralta, Mario. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA-CMCBA. Caqui. N°63. 6 p.
- Rossi Eduardo R. 1916. El ananás en Misiones.. 2p (Documento Biblioteca EEA Cerro Azul).
- Consejo Federal Vial (<https://www.cvf.gov.ar>).
- FreshPlaza. La demanda de maracuyá aumenta, pero no como la de los aguacates Hass. Fecha publicación: 07/03/2016.
<https://www.freshplaza.es/article/95898/La-demanda-de-maracuyá-aumenta,-pero-no-como-la-de-los-aguacates-Hass/>.
- FreshPlaza. Expansión del consumo de maracuyá a nuevos mercados. Fecha publicación:10/06/2015.
<https://www.freshplaza.es/article/89999/Expansion-del-consumo-de-maracuya-a-nuevos-mercados/>.
- FreshPlaza. México y Brasil, potenciales compradores de maracuyá peruano. Fecha publicación 06/08/2018.
<https://www.freshplaza.es/article/3117779/mexico-y-brasil-potenciales-compradores-de-maracuya-peruano/>.

FreshPlaza. Hay escasez de mango y maracuyá en el mercado francés. Fecha Publicación 03/09/2018. <https://www.freshplaza.es/article/118478/Hay-escasez-de-mango-y-maracuya-en-el-mercado-frances/>.

FreshPlaza. Chile aumenta un 600% la importación de frutas tropicales. Fecha de publicación: 06/03/2018.

<https://www.freshplaza.es/article/114108/Chile-aumenta-un-600-por-ciento-la-importacion-de-frutas-tropicales/>.

FreshPlaza. Resumen del mercado global del kaki. Fecha publicación 2/11/2018. <https://www.freshplaza.es/article/9038857/resumen-del-mercado-global-del-kaki/>.

FreshPlaza. Excelentes previsiones para el caqui Rojo Brillante. Fecha publicación:15/08/2019.

<https://www.freshplaza.es/article/9133468/espana-excelentes-previsiones-para-el-caqui-rojo-brillante/>.

FreshPlaza. El kaki seguirá siendo un producto rentable si se hacen las cosas bien. Fecha publicación: 14/12/2017.

<https://www.freshplaza.es/article/3112251/el-kaki-seguira-siendo-un-producto-rentable-si-se-hacen-las-cosas-bien/>.

FreshPlaza. El kaki Fuyu de Nueva Zelanda cubre un vacío antes de la temporada de California. Fecha publicación: 21/09/2018.

<https://www.freshplaza.es/article/9020906/el-kaki-fuyu-de-nueva-zelanda-cubre-un-vacio-antes-de-la-temporada-de-california/>.

FreshPlaza. Este año habrá más kaki, pero también más consumo y exportaciones. Fecha publicación: 29/08/2019.

<https://www.freshplaza.es/article/9138586/este-ano-habra-mas-kaki-pero-tambien-mas-consumo-y-exportaciones/>.

Instituto Provincial de Estadísticas y Censos- IPEC Misiones
(<https://ipecmisiones.org>).

Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina – INDEC
(<https://www.indec.gob.ar>)

Mercado Central de Buenos Aires, Departamento de Estadística
(<http://www.mercadocentral.gob.ar/servicios/precios-y-vol>)

MERCAMADRID, Estadísticas (<https://www.mercamadrid.es/estadisticas>)

Redagricola. La ventana del caqui es de margen estrecho pero atractivo. Fecha publicación: Abril 2017. <http://www.redagricola.com/cl/la-ventana-del-caqui-marco-estrecho-atractivo/>.

TRADE MAP (<https://www.trademap.org>)

Valencia Fruits. Kaki de la ribera del Xúquer. Fecha publicación: 25/09/2018.
<http://valenciafruits.com/wp-content/uploads/2018/09/Dossier-kaki.pdf>.

La provincia de Misiones presenta adecuadas condiciones edafoclimáticas para el crecimiento de diversas especies frutícolas, brindándole a fruticultura y su industria un importante potencial como actividad generadora de desarrollo socio-económico.

A partir de la anterior consideración, se realizó el presente documento. El mismo se divide en dos secciones. En la primera sección se realiza una breve descripción sobre las características generales de Misiones y la Fruticultura. En la segunda sección se proporciona información relacionada al mercado, comercio y producción, en el ámbito nacional, de diferentes especies de fruta y productos procesados, en las cuales se observa un importante potencial y oportunidades para establecer unidades de negocio. La finalidad es proporcionar al productor, emprendedor e inversor, una herramienta inicial de análisis, para evaluar la conveniencia o no de llevar adelante nuevos y/o mejores proyectos productivos basados en la Fruticultura y su Industria en la provincia de Misiones.

