



DESDE ARGENTINA

Esteban Iconomopulos
Ing. Agr.



DESDE...

D

Análisis del mercado

La proyección de la fruticultura argentina

La verdadera proyección no consiste solamente en el crecimiento de los volúmenes de exportación, sino en el aumento de la diversidad de productos y su posición en un mercado de calidad.



En el European Center for Import de Bruselas (Bélgica), limones procedentes de Argentina.

En ésta mi primera entrega para «Horticultura Internacional», siento una gran alegría de poder escribir la misma desde la Patagonia Argentina, región con la que tengo un especial agradecimiento, pues es aquí donde he vivido una de las etapas más ricas en el proceso de mi aprendizaje humano y profesional. Me encuentro situado en la ciudad de Cipolletti, epicentro de este imponente oasis que es el Alto Valle de Río Negro y Neuquén, producto de la audacia humana de convertir esta región semidesértica, en una de las áreas del planeta que aporta año a año un importante volumen de la producción frutícola mundial.

Argentina, como gran

parte del mundo actual, vive un proceso de transformación, en el cual la globalización de la economía, nos ha invitado en forma irrenunciable a asumir la incorpo-

.....

Argentina vive un proceso de transformación en el que la globalización de la economía lleva a asumir la incorporación de innovaciones para convertirse en un operador cada vez más competitivo.

.....

ración de innovaciones, que nos conviertan en operadores cada vez más competitivos.

Las cifras de la exportación frutícola de la campaña 1995, dejan entrever un presente con una alentadora perspectiva que creo mostrar en el mediano plazo. El mismo ha pasado en el último quinquenio una importante caída que pareciera estar superándose (véase cuadro 1).

Estas cifras totales se componen de una canasta de algo más de 20 productos frutícolas, donde 8 de ellos suman el 99,47% de la fruta exportada (véase cuadro 2).

El pequeño resto que componen los demás productos integrantes de la exportación de frutas son durazno (melocotón), palta (a-

guacate), «kinoto» (kumquat), sandía, cereza, pelón (nectarina), lima, damasco (albaricoque), tangelo, melón, higos de tuna. Resta señalar que algunos de estos productos muestran proyecciones crecientes de exportación fundamentalmente los de carozo (hueso) y citrus.

Como verán, cierto aliento ha retornado a la región, después de un año 1993, donde la respiración boca a boca se incorpora a nuestra vida cotidiana, convirtiéndonos a todos en expertos en primeros auxilios.

En el cuadro 3 vemos como estos ocho productos evolucionaron en el año 1993, que fue un atemporada altamente crítica.

Hasta aquí este sintético recorrido, muestra cuan ágil pueden ser los reflejos de un sector de la economía cuando se trata de dar batalla a una crisis. Esto es singularmente importante cuando nos referimos a un país que como el nuestro ha vivido repentinos y bruscos cambios.

A pesar de ellos hemos inaugurado desde hace algunos años un camino de estabilidad que va proyectando nuestra vida productiva hacia un objetivo de crecimiento, muy esperado por todos y donde las exportaciones son una arma efectiva para impulsarlo. Es razonable que todo aquel que se encuentre involucrado en el sector luche por mantenerse activo y en una continua búsqueda de alternativas, que mejoren su competitividad.

Es interesante ver como la correlación de estas tablas que reproducen nombres de productos y cifras, son sólo una fotografía, de un hecho mucho más amplio y vital que está por detrás de los cambios al que se han sometido un sin número de empresas, desde las pequeñas a las grandes, y todos aquellos sectores que juegan un rol decisivo en el proceso productivo-exportador.

Es sensato reconocer que no todos han superado semejante prueba.

La incorporación de nuevas tecnologías desde el campo hasta el punto de embarque y la exploración continua de nuevos mercados y sobre todo la ampliación de los ya conocidos, comienza a mostrar que los buenos resultados son posibles, en esta compleja y crítica trama que es la economía mundial.

El camino de la competitividad

Hace ya algunos escribí para un conocido diario local que toda crisis es sinónimo de oportunidad. No solo lo dije, lo creo y lo práctico como un modo de aprendizaje y adaptación, que el mundo nos propone; para encontrar nuevos caminos o reparar los conocidos. En función de las cifras que mas arriba mostré son variadas las lecturas que se podrían hacer y diría que mas allá de

ciertas certezas, los mercados en general vienen mostrando muchas veces comportamientos algo desconcertantes.

Desde aquí tan al sur, son muchas las trabas que debemos sortear, algunas nos pertenecen y otras nos las imponen. De todas formas el ímpetu y la creatividad nunca decaen, solo se adormecen y por suerte esto de la producción frutícola, tienen el

Cuadro 1: Exportación frutícola por años

Año	Cajas exportadas	% de evolución
1991	33.401.767	
1992	32.762.122	-1.91
1993	23.689.122	-27.69
1994	29.730.204	+25.30
1995	38.014.777	+27.86

Fuente: Fedecitrus

Cuadro 2: Exportación frutícola por productos

Productos	Cajas exportadas	% de participación
Manzana	9.606.624	25.27
Pera	9.576.830	25.19
Limón	7.098.599	18.67
Naranja	4.649.539	12.23
Pomelo	2.266.473	5.96
Mandarina	2.200.210	5.79
Ciruela	1.383.585	3.64
Uva	1.033.632	2.72
Total		99.47

Fuente: Fedecitrus

Cuadro 3: Evolución de la exportación frutícola por productos en 1993 y 1995

Productos	Cajas export. 1993	Cajas export. 1995	% de evolución
Ciruela	264.108	1.383.585	+423.87
Limón	2.295.196	7.098.599	+209.28
Uvas	445.562	1.033.632	+131.98
Manzanas	5.456.870	9.606.624	+76.04
Naranjas	3.486.797	4.649.539	+33.34
Peras	7.459.087	9.576.830	+28.39
Pomelos	1.857.312	2.266.473	+22.02
Mandarinas	2.305.970	sin variación	

Fuente: Fedecitrus

ritmo de la naturaleza, que vista en invierno pareciera improductiva pero siempre llega la floración, y en este sentido vemos que para algunos de nuestros productos, como limones, ciruelas o uvas pareciera haber llegado esta época. Peras y manzanas se reposicionan en cifras que ya son tradición, manteniéndose nuestro citrus en niveles donde los pomelos pareciera que quieren seguir creciendo.

De cualquier manera la verdadera proyección no es solamente que los volúmenes de nuestra exportación crezcan, sino que aumente la diversidad de productos y que adquieran una posición en un mercado donde la calidad no falta.

Espero en próximas notas poder dar noticias en esa dirección.

