



# CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE LA PRODUCCION Y CONSUMO MUNDIAL DE LA MANZANA EN FRUIT ATTRACTION



**FERIA DE MADRID. ESPAÑA**  
21 de octubre de 2011

**Jaime DE PABLO VALENCIANO**  
Departamento de Economía Aplicada  
De la Universidad de Almería

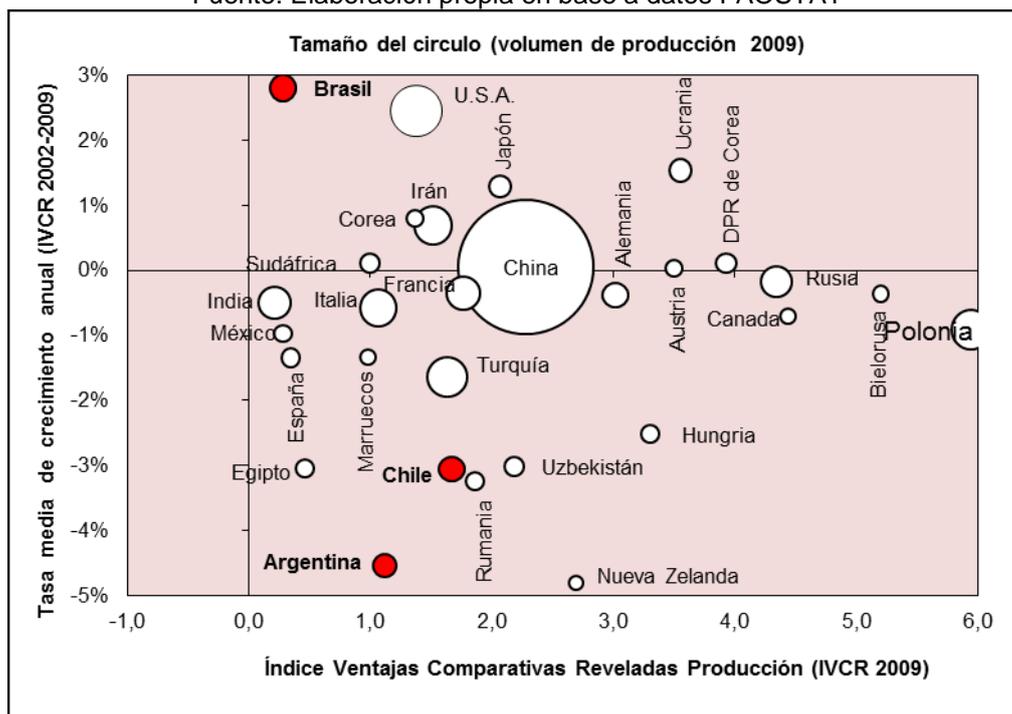
**Miguel Angel GIACINTI BATTISTUZZI**  
Centro de Información Frutihortícola S.A.  
San Lorenzo 540 (CP 8309), Centenario. Prov. del Neuquén. Argentina

**SUDAMERICA: Tendencia del negocio de manzanas**

## Producción

Los principales países productores de manzanas en Sudamérica son Chile, Brasil y Argentina, que representan el 4.5% de la oferta mundial en 2009, y contabilizaba el 5.5% en 2002. La producción de manzanas en relación a la cosecha de frutas en general a nivel mundial, analizada desde el “Índice de Ventajas Comparativas Reveladas” -Gráfica 1-, permite visualizar que manzanas no es una especialización para estos países sudamericanos en relación a la cosecha total de frutas, incluso con tendencia negativa o menor relevancia en Chile y Argentina, no así en Brasil que adquiere año a año más notoriedad, pero sin alcanzar un nivel de especialización como es el caso de Polonia, Rusia, Bielorrusa, Canadá, Hungría, Ucrania, Austria, Alemania y Nueva Zelanda.

Gráfica 1 – Índice de Ventajas Comparativas Reveladas en Producción de Manzanas  
Fuente: Elaboración propia en base a datos FAOSTAT



La superficie cultivada se mantiene relativamente estable en 104.000 hectáreas, con preferencia de plantación a variedades tipo Galas, complementado con Fuji y Pink Lady, en reemplazo de variedades tipo Red Delicious -no clones- y otras como Rome Beauty, Canadiense y Golden Delicious. En Argentina la reducción de superficie cultivada se explica por reemplazo de peras, y Brasil es el de mayor dinámica de plantación, validando el comentario inicial sobre la Gráfica 1.

Tabla 1 - Evolución de la superficie de manzanos por variedades y país en Sudamérica (hectáreas)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola S.A.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2002-2009
Galas	18.627	20.067	21.805	23.467	25.495	29.141	30.351	31.370	12.742
Fuji	22.408	22.855	23.243	23.749	24.168	24.750	25.127	25.446	3.038
Braeburn	1.537	1.574	1.615	1.684	1.530	1.428	1.409	1.409	-128
Pink Lady	1.765	1.910	2.084	2.248	2.701	3.210	3.391	3.457	1.692
Red Delicious	38.478	36.533	38.024	37.306	35.636	30.398	28.780	27.417	-11.061
Granny Smith	11.782	11.642	11.316	11.122	10.594	11.625	11.687	11.674	-108
Otras variedades	6.345	6.572	6.491	4.625	3.840	3.693	3.497	3.200	-3.146
<b>TOTAL</b>	<b>100.943</b>	<b>101.153</b>	<b>104.578</b>	<b>104.201</b>	<b>103.964</b>	<b>104.244</b>	<b>104.241</b>	<b>103.973</b>	<b>3.030</b>
Chile	34.865	35.410	36.095	34.820	35.247	35.204	35.109	35.285	420
Brasil	28.198	29.392	30.527	31.908	32.951	33.915	35.033	36.039	7.841
Argentina	37.880	36.351	37.956	37.473	35.766	35.125	34.099	32.649	-5.231

## Exportación

Utilizando la metodología de Ventajas Comparativas Reveladas para analizar la posición exportadora mundial de manzanas en comparación con el total de frutas comercializadas a nivel internacional, los países sudamericanos adquieren mayor relevancia, especialmente Chile. El aumento de producción en Brasil tiene como principal destino el abastecimiento interno de ese país, mientras que en Argentina es un reemplazo de manzanas por peras lo que explica la tendencia negativa en la exportación, medida a través de la facturación anual en dólares.

Gráfica 2 – Índice de Ventajas Comparativas Reveladas en Exportación de Manzanas  
Fuente: Elaboración propia en base a datos Cámara de Comercio Internacional (CCI)

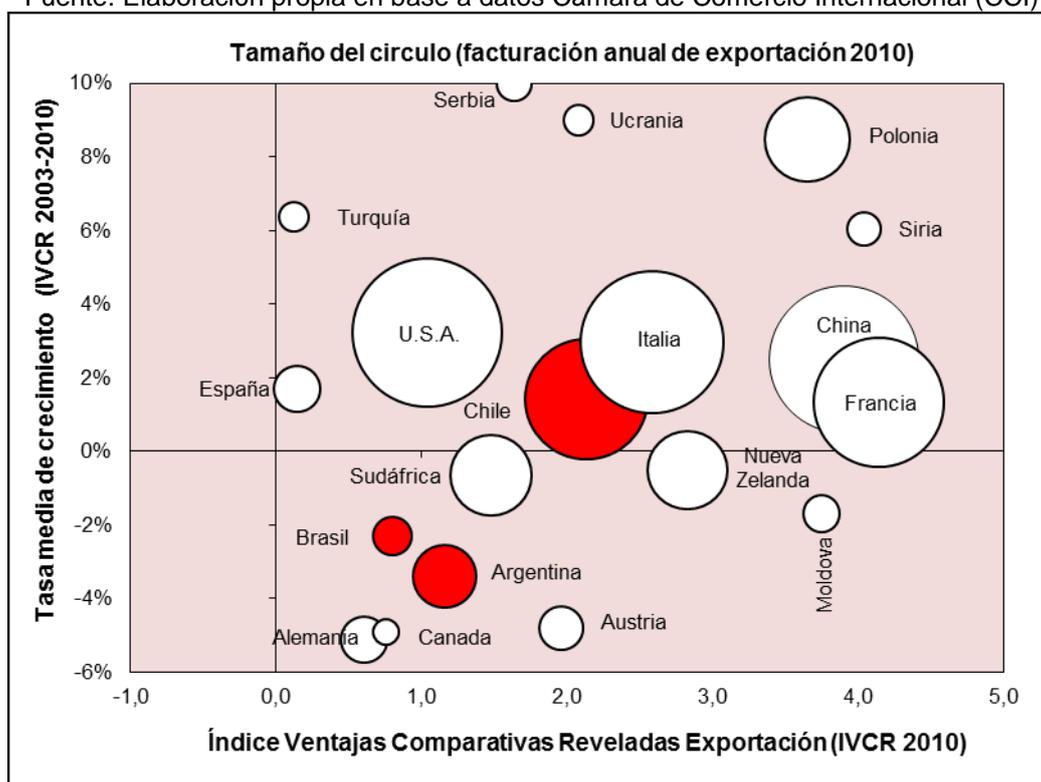


Tabla 2 - Exportación de Brasil por región y variedades (t)

Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Europa	60.832	53.218	29.870
Far East	9.426	6.254	7.543
Africa	2.337	3.141	1.347
Latin America	189		1.176
Middle East	3.138	3.592	1.105
North America	502	1.101	254
Russia	1.329	3.810	487
<b>Total general</b>	<b>98.201</b>	<b>92.823</b>	<b>52.102</b>
Braeburn	2.636	1.291	677
Cripps Pink	4.947	5.524	12.194
Fuji	22.419	13.211	6.636
Galas	66.619	68.643	29.433
Pink Lady	1.579	4.154	3.162

Contingencias climáticas –tormenta de granizo- y tipo de cambio no favorable en relación al dólar estadounidense para los productores de Brasil (Tabla 2, ventas externas anuales entre semana 1 y 33 en cada período), explican la menor volumen de exportación, la cual, se concentra en Europa a través de la variedad tipo Galas, con un incremento de ventas en Pink Lady y Cripps Pink. El principal destino comercial de Brasil es Holanda (30%), seguido de Bangladesh (12%); Portugal (9%); Irlanda (8%); España (8%); Alemania (6%); Inglaterra (5%); Finlandia (5%), Dinamarca (3%) e Italia (2%).

La paridad del real en relación al dólar estadounidense es la clave para un mayor volumen exportable a mediano plazo de manzanas desde Brasil, también la resolución de la estructura impositiva interna.

Tabla 3 - Exportación de Argentina por región y variedades (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Russia	51.202	32.144	61.863
Latin America	29.366	30.345	38.817
Europa	21.249	17.388	13.302
Africa	36.595	23.399	19.107
North America	2.080	5.034	4.432
Far East	1.207	1.788	1.803
Middle East	492	1.074	1.257
<b>Total general</b>	<b>195.321</b>	<b>150.037</b>	<b>174.691</b>
Braeburn	2.231	1.621	736
Cripps Pink/P. Lady	17.110	14.356	18.207
Fuji	1.821	533	1.049
Galas	46.911	44.469	49.352
Golden Delicious	3.096	1.146	2.064
Granny Smith	35.060	21.342	22.864
Other	2.745	107	366
Red Delicious	86.347	66.464	80.053

mercado de Rusia en comparación con los Europeos, explica el crecimiento de las ventas a ese destino, mientras que las ventas son menores a los países del norte de Africa porque otros proveedores del hemisferio sur compiten con menores precios para vender a ese destino. La mayor oferta es en Red Delicious -clones-, seguidas de las ventas de Galas, Cripps Pink y Pink Lady, así como Granny Smith que está en reducción su volumen comercial exportable. Los principales mercados son Rusia (36%); Brasil (20%); Argelia (11%); Holanda (10%); Noruega (4%); Suecia (3%); Estados Unidos (3%); Portugal (3%), España (2%) y Alemania (2%).

Tabla 4 - Exportación de Chile por región y variedades (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Europa	187.533	180.666	177.616
Latin America	147.941	157.792	154.391
Middle East	72.236	102.061	108.136
North America	101.299	140.658	106.859
Far East	59.375	95.006	102.176
Russia	30.951	38.526	48.338
Africa	4.711	7.057	13.348
<b>Total general</b>	<b>604.047</b>	<b>721.766</b>	<b>710.864</b>
Braeburn	23.427	22.963	14.534
Cripps Pink	25.891	27.223	28.752
Fuji	43.092	72.089	65.823
Galas	261.320	307.056	329.588
Golden Delicious	2.353	2.102	1.857
Granny Smith	107.053	117.160	96.441
Jazz	87	392	486
Jonagold	2.849	2.385	1.309
Other			111
Pink Lady	16.658	28.218	28.848
Red Delicious	116.363	134.384	139.293
Scarlett	4.953	7.794	3.823

La caída de exportación del 2010 se explica por una baja cosecha debido a contingencias climáticas, pero la tendencia de plantación es a menos manzanos y más peras, lo que no permiten proyectar un crecimiento de la oferta exportable de manzanas desde Argentina a mediano plazo. Argentina al igual que otros países sufre la revaluación de su moneda frente al dólar, agravada con un aumento de costos en dólares por suba de salarios del orden del 25% anual en pesos durante los últimos años, presión impositiva y déficit de política comercial exterior en la negociación de aranceles de importación en relación a países competidores. Los mejores resultados económicos del

Si bien tiene problemas de rentabilidad por el fortalecimiento de la moneda en relación al dólar, es un país con buena política comercial exterior y por ello, presenta un sistema de ventas diversificado en mercados y variedades; siendo los principales destinos: Estados Unidos (15%); Holanda (10%); Colombia (8%); Arabia Saudita (8%); Rusia (7%); Taiwan (7%); Ecuador (5%); India (4%); Emiratos Arabes (4%); Reino Unido (4%); España (3%); Venezuela (2%); Canadá (2%); China (2%), Irán (2%) y Egipto (1.5%). A pesar de esta diversificación, se puede considerar que Europa es el principal destino como región comercial, seguido de Latinoamérica, Medio Oriente, Norteamérica, Lejano Oriente y Rusia. La principal oferta es de variedad tipo Galas, seguido en relevancia de las ventas de Red Delicious y Granny Smith,

complementada con nuevas variedades como Cripps Pink, Pink Lady e Jazz. Braeburn es una variedad en retroceso en Sudamérica, por los bajos logros de calidad obtenidos y con ellos, niveles de rentabilidad negativos.

Tabla 5 - Exportación del tipo Galas por región comercial (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Africa	19.416	17.343	12.268
Europe Center	64.193	50.009	48.549
Europe East	170	234	127
Europe North	21.841	24.776	18.875
Far East	22.689	27.761	29.965
Latin America	81.590	89.635	92.728
Mediterranean	34.233	32.700	26.977
Middle East	39.545	58.302	66.233
North America	54.385	75.404	62.361
Russia	9.760	16.039	25.384
United Kingdom	27.031	27.964	24.904
Total general	374.851	420.168	408.373

Latinoamérica es el principal destino comercial de las manzanas variedad tipo Galas, con principales destinos el mercado de Colombia, Ecuador y México. Otro mercado relevante y en crecimiento es Medio Oriente, con ventas concentradas en Arabia Saudita, Emiratos Árabes e Irán. También Estados Unidos, Holanda, Inglaterra, China y España son mercados de importancia en la exportación de esta variedad bicolor de manzanas. Las ventas al norte de Europa (Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca e Islandia), se vinculan a fruta de pequeño calibre, mientras que Medio Oriente, Mediterráneo, Rusia y Estados Unidos

requieren como referencia de calidad, calibres o tamaño grande.

Tabla 6 - Exportación de Red Delicious por región comercial (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Africa	21.853	15.274	19.958
Europe Center	13.365	13.008	7.688
Europe East	542	554	478
Europe North	7.443	4.572	3.047
Far East	12.499	24.079	29.687
Latin America	67.110	64.767	75.827
Mediterranean	27.239	22.157	15.367
Middle East	22.755	34.205	29.141
North America	2.160	3.526	3.766
Russia	26.399	17.616	34.048
United Kingdom	1.345	1.089	337
Total general	202.710	200.847	219.345

El principal destino comercial de las manzanas del tipo Red Delicious –en su mayoría clones-, son países de Latinoamérica (Brasil, Colombia, Perú, Venezuela y Ecuador). Las ventas decrecen año a año a Europa, pero aparece robustecida las compras desde Medio Oriente y Lejano Oriente, algo similar se observa en las exportaciones de Estados Unidos. También Rusia es un mercado con tendencia a comprar más manzanas rojas, mientras que permanecen estables las ventas a países ubicados en el norte de África.

Tabla 7 - Exportación de Granny Smith por región comercial (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

	2009	2010	2011
Africa	223	477	536
Europe Center	34.327	22.750	18.925
Europe East	441	1.236	948
Europe North	5.552	4.141	2.756
Far East	3.273	3.733	2.611
Latin America	19.969	21.570	20.639
Mediterranean	12.373	9.939	7.524
Middle East	11.133	12.988	13.518
North America	14.140	25.477	14.154
Russia	36.495	31.523	34.436
United Kingdom	4.186	4.668	3.257
Total general	142.114	138.503	119.305

En manzanas verdes o Granny Smith, el principal destino comercial era Europa (países del centro y norte de ese continente), con una demanda en descenso y de alto impacto para la oferta de Argentina. Otro mercado de relevancia y con compras estables es Rusia, con preferencia por la oferta de Chile. Las exportaciones a Estados Unidos son condicionadas a la disponibilidad interna, mientras que algunos países presentan algún grado de interés comercial como es el caso de Colombia, Irán, Brasil, Arabia Saudita,

Emiratos Árabes y Ecuador.

Tabla 7 - Exportación de Cripps Pink y Pink Lady por región comercial (t)  
 Fuente: Centro de Información Frutihortícola (semana 1 a 33)

Region	2009	2010	2011
Africa	133		321
Europe Center	28.104	33.621	36.539
Europe East	20		11
Europe North	3.862	4.911	4.403
Far East	145	285	1.720
Latin America	556	1.043	1.378
Mediterranean	6.663	9.301	10.943
Middle East	24	203	524
North America	14.308	15.395	13.656
Russia	4.970	5.607	11.504
United Kingdom	7.401	9.108	10.162
Total general	66.185	79.474	91.162

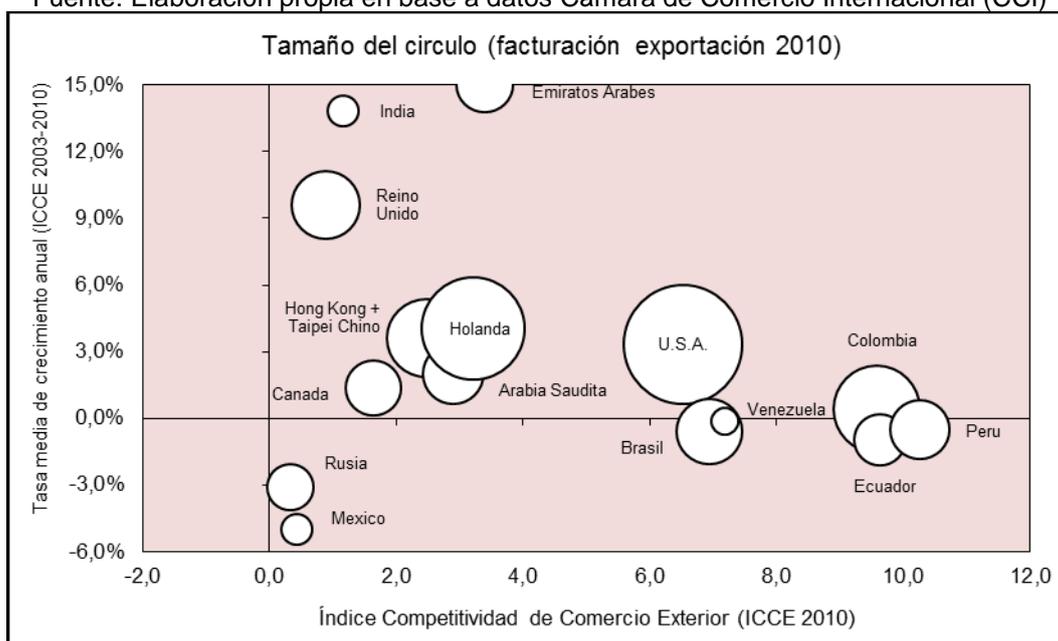
Europa recibe el 70% de las exportaciones sudamericana de manzanas de variedad Pink Lady o Cripps Pink, sea marca con royalty o no, respectivamente. Los mercados de la región central abarcan Alemania, Holanda, Bélgica y Suiza, mientras que los mercados de la región norte son Suecia, Noruega, Finlandia y Dinamarca. El mediterráneo ubica las ventas a Italia, Francia, España, Portugal y Grecia. Mercados complementarios al europeo son Estados Unidos y Rusia.

Las ventas desde Sudamérica de manzanas variedad Fuji en un 70% son a al Lejano Oriente (Principal mercado Taiwán); y mercados complementarios son Estados Unidos, España y Portugal.

### Competitividad Internacional

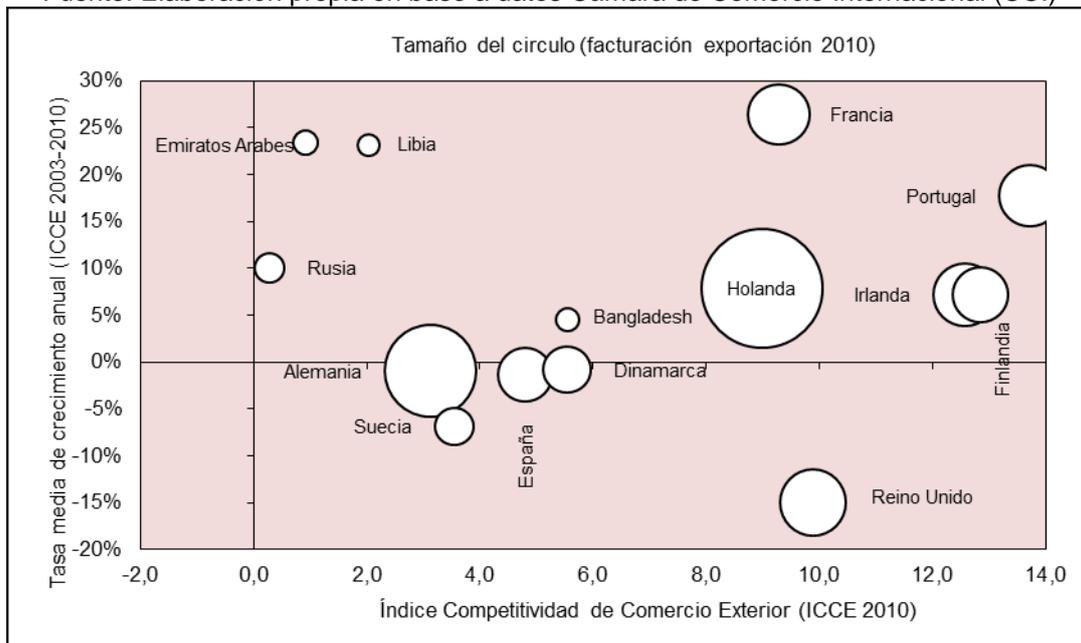
La gráfica 3 permite evaluar la situación de competitividad de Chile, analizando las ventas desde el 2003 al 2010, en base a la cuota de mercado en los principales destinos comerciales. Cuanto más alto es índice del eje horizontal del gráfico, indica que su cuota de mercado es muy superior a la participación que tiene Chile en el comercio internacional de manzanas. En el eje vertical se analiza la tendencia de los últimos años, considerando que la competitividad es a consecuencia de factores y no una causa en sí mismo. La primera observación interesante es que los mercados con mayor cuota de mercado son países cercanos como es el caso de Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Brasil. Los vínculos comerciales con distribuidores de Estados Unidos -principal mercado- explican la relevancia de este mercado en el contexto mundial. Algunos mercados donde crece su cuota de penetración es en Emiratos Árabes, India, Reino Unido, Hong Kong, Taipei Chino, Arabia Saudita, Estados Unidos y Canadá. Mercados en retroceso son Rusia y México, además de Ecuador, Perú y Brasil. El balance de competitividad es positivo, es sostenido con pérdida de rentabilidad en los últimos años por el fortalecimiento de su moneda en relación al dólar estadounidense.

Gráfica 3 – Índice de Competitividad de Comercio Exterior de Chile en manzanas  
 Fuente: Elaboración propia en base a datos Cámara de Comercio Internacional (CCI)



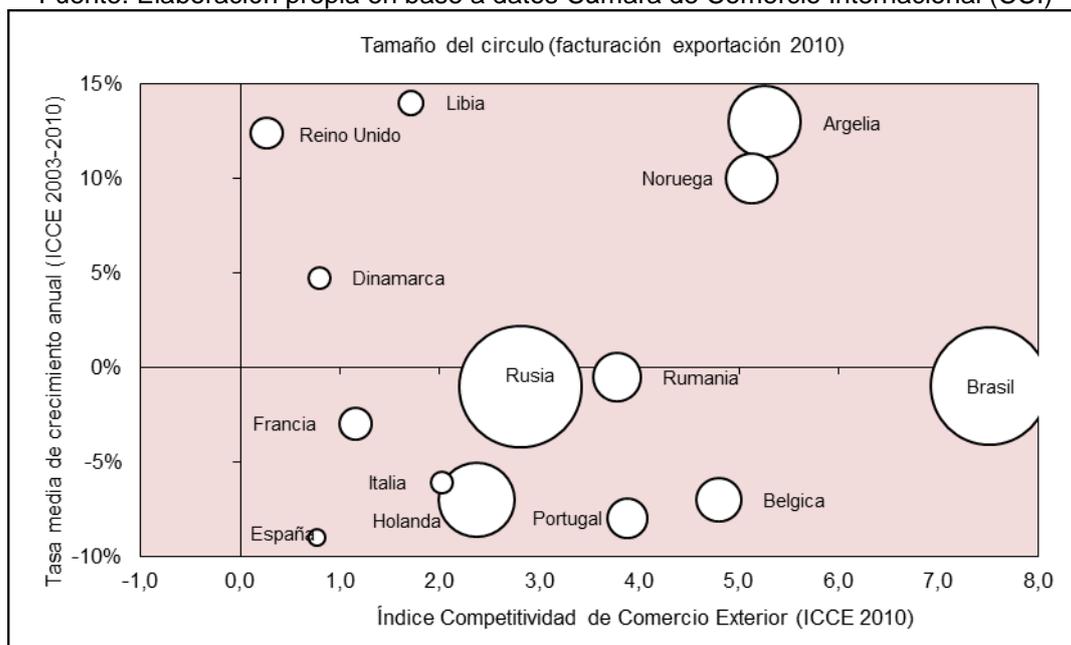
El análisis de las exportaciones de manzanas de Brasil (Gráfico 4), indica que los mercados con mayor cuota de participación en relación a su participación en el contexto internacional, son Portugal, Irlanda, Finlandia, Reino Unido, Irlanda, Francia y Holanda. A excepción de Reino Unido y Suecia, la mayoría de los mercados presentan una tendencia positiva entre 2003 y 2010, y algunos estables como el caso de Alemania, España y Dinamarca. Aquí no se puede resaltar si las relaciones con distribuidores o la cercanía es un factor de competitividad, aunque un punto es clave, el costo del flete marítimo desde Brasil a Europa es bajo costo en relación a otros países del Hemisferio Sur (menos del 50% del valor convencional, por la fluidez de Brasil en la ruta del flete marítimo y el volumen importado desde Europa), con mayor ventaja incluso en contenedores.

Gráfica 4 – Índice de Competitividad de Comercio Exterior de Brasil en manzanas  
Fuente: Elaboración propia en base a datos Cámara de Comercio Internacional (CCI)



Aparece la cercanía como principal atributo de competitividad en Argentina para las ventas a Brasil (Gráfico 5), aunque las buenas relaciones comerciales con Rusia también son un factor clave, además de proveedor de contra estación a Argelia. El balance de competitividad no es positivo.

Gráfica 5 – Índice de Competitividad de Comercio Exterior de Argentina en manzanas  
Fuente: Elaboración propia en base a datos Cámara de Comercio Internacional (CCI)



## Mercado Interno

Brasil es el principal mercado de consumo en Latinoamérica (Tabla 8), abastecido por la producción creciente de su producción local de manzanas, mayormente de la variedad Galas y Fuji. El fortalecimiento de su moneda –real- en relación al dólar estadounidense implica un aumento de costos en dólares, lo cual dificulta la exportación, pero el mercado interno acomoda su precio local y por ello, se observa un aumento de los precios en dólares en el mercado mayorista (Tabla 9), tanto para manzanas importadas como nacionales. El consumo por habitante de 4 kilos por habitante por año, lo que implica, que tiene margen para crecer la oferta doméstica de manzanas, principal objetivo que explica el crecimiento de la superficie cultivada (Tabla 1). La industria dominante es la de jugo concentrado, con alta proporción de venta en exportación.

Tabla 8 – Evolución de la oferta y demanda de manzanas en Brasil (t)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola

(Tons)	2007	2008	2009	2010	2011E
* Producción (Harvest)	993.227	983.240	1.052.514	1.226.338	951.000
* Empaque (Packing)	736.228	756.024	802.685	920.497	734.000
- Exportación (export fresh)	106.490	112.095	98.201	93.119	54.000
- Mercado Interno (domestic sale)	629.738	643.929	704.484	827.378	680.000
* Importación (import fresh)	68.574	55.042	61.343	76.911	97.000
* Consumo Interno (consumption)	698.312	698.971	765.827	904.289	777.000
- Población (miles) (population)	187.796	189.736	191.592	193.224	194.932
- Consumo hab/kg/Año	3,7	3,7	4,0	4,7	4,0
* Industria (industry)	256.999	227.216	249.829	305.841	217.000
- Jugo (juice)	240.941	206.615	220.197	273.700	200.000
- Otras (other industry)	16.058	20.601	29.632	32.141	17.000
* Hectáreas (hectare)	33.915	35.033	36.039	36.100	36.100
* Rinde/ha	29,3	28,1	29,2	34,0	26,3

Tabla 9 – Evolución de los precios mayoristas de manzanas en Brasil (dólar/kg)  
Fuente: Centro de Información Frutihortícola

Variety	2007	2008	2009	2010	2011
FUJI (local)	\$ 1,38	\$ 1,69	\$ 1,42	\$ 1,42	\$ 1,65
GALAS (local)	\$ 1,01	\$ 1,34	\$ 1,02	\$ 1,09	\$ 1,21
GRANNY SMITH (import)	\$ 1,27	\$ 1,69	\$ 1,70	\$ 1,76	\$ 1,85
RED DELICIOUS (import)	\$ 1,14	\$ 1,58	\$ 1,62	\$ 1,71	\$ 1,77
Market average	\$ 1,12	\$ 1,48	\$ 1,42	\$ 1,47	\$ 1,62

Chile (Tabla 10) tiene como prioridad la exportación de manzanas en su sistema productivo, considerando el limitado mercado interno disponible, que se ubica en 8 kilos por habitante y con un volumen constante de 135 mil toneladas anuales –cifra estimada por no registrarse estadísticas sobre el consumo interno-. El sistema productivo tiene una tendencia estable, reconvirtiendo variedades pero no aumento la producción, dado que su sistema de plantación se mantiene constante (Tabla 1). La industria tiene una importante presencia, orientada a la exportación de pulpas y jugo concentrado, así como otras alternativas.

Argentina (Tabla 11) presenta un panorama intermedio en relación a la competencia entre exportación y mercado interno, al compararlo con Chile y Brasil. El mercado interno de Argentina tiene un consumo de 7 kilos por habitante, particularmente este año la oferta es mayor por el incremento de producción (2011), lo que explica que sus precios de venta mayorista declinaran en la presente temporada (Tabla 12). La industria se concentra en la oferta exportable de jugo concentrado con destino el mercado de Estados Unidos.

Tabla 10 – Evolución de la oferta y demanda de manzanas en Chile (t)

Fuente: Centro de Información Frutihortícola

(Tons M)	2007	2008	2009	2010	2011E
* Producción	1.372.000	1.377.000	1.324.000	1.382.000	1.390.000
* Empaque	904.410	876.858	810.641	954.730	936.000
- Exportación	771.618	742.754	675.257	818.002	798.000
- Mercado Interno	132.792	134.104	135.384	136.728	138.000
* Importación	328	195	479	630	300
* Consumo Interno	133.120	134.299	135.863	137.358	138.300
- Población (miles)	16.599	16.763	16.923	17.091	17.260
- Consumo hab/kg/Año	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
* Industria	467.590	500.142	513.359	427.270	454.000
- Jugo	310.000	330.000	300.000	230.000	260.000
- Otras	157.590	170.142	213.359	197.270	194.000
* Hectáreas	35.205	35.110	35.285	35.285	35.285
* Rinde/ha	39,0	39,2	37,5	39,2	39,4

Tabla 11 – Evolución de la oferta y demanda de manzanas en Argentina (t)

Fuente: Centro de Información Frutihortícola

(Tons M)	2007	2008	2009	2010	2011E
*Producción	1.005.316	811.100	889.617	764.010	968.264
* Empaque	565.061	483.381	520.970	430.502	525.000
- Exportación	300.610	236.507	222.824	180.000	210.000
- Mercado Interno	264.451	246.874	298.146	250.502	315.000
* Importación	23	805	1.375	2.396	2.000
* Consumo Interno	264.474	247.679	299.521	252.898	317.000
- Población (miles)	38.309	38.846	39.389	39.941	40.500
- Consumo hab/kg/Año	6,9	6,4	7,6	6,3	7,8
* Industria	440.255	327.719	368.647	333.508	443.264
- Jugo	390.000	240.000	290.000	225.000	410.000
- Otras	50.255	87.719	78.647	108.508	33.264
* Hectáreas	32.229	30.819	29.438	28.517	28.517
* Rinde/ha	31,2	26,3	30,2	26,8	34,0

Tabla 12 – Evolución de los precios mayoristas de manzanas en Argentina (dólar/kg)

Fuente: Centro de Información Frutihortícola

Variedad	2007	2008	2009	2010	2011
FUJI	\$ 0,46			\$ 0,74	\$ 0,67
GALAS	\$ 0,37	\$ 0,54	\$ 0,55	\$ 0,55	\$ 0,59
GOLDEN DEL	\$ 0,33	\$ 0,64	\$ 0,59	\$ 0,50	\$ 0,65
GRANNY SMITH	\$ 0,61	\$ 1,05	\$ 0,74	\$ 0,84	\$ 0,84
RED DELICIOUS	\$ 0,54	\$ 0,97	\$ 0,81	\$ 0,83	\$ 0,76
Total general	\$ 0,53	\$ 0,98	\$ 0,76	\$ 0,80	\$ 0,74

En resumen, el mercado interno es muy importante en el negocio de manzanas en Argentina y Brasil, lo que explica el crecimiento de competitividad internacional de las exportaciones de Chile. La producción brasileña que se exporta es marginal, representa en gran medida, la cosecha que no tuvo posibilidad de ser conservada en frigoríficos que permitieran el abastecimiento de buena calidad durante todo el año, a pesar, de que las exportadoras de Brasil presentan un volumen mínimo de ventas para mantener clientes en el exterior, en años difíciles como en esta campaña.

## Resumen

La dinámica comercial presenta como líder en Sudamérica a Chile en exportación de manzanas y como paladín del crecimiento productivo a Brasil -pero orientado al mercado interno-, mientras que Argentina presenta una notable tendencia a reconvertir manzanos por perales, y plantación hacia rojas full color rayadas –clones Red Delicious- y Cripps Pink/Pink Lady, aunque en Galas su mayor parte son variedades clásicas de este tipo, con poca renovación hacia Galaxy y Brookfield.

Todos los países sudamericanos presentan problemas de rentabilidad, algunos más que otros, tanto productores integrados como independientes, pero los principales factores que impactan negativamente son los siguientes:

- a. Tipo de cambio local en relación al dólar estadounidense para los tres países;
- b. Aumento de costos en dólares derivado de la mejora continua de salarios en Argentina (25% en promedio anual, últimos años) y de los insumos en general ante un escenario de suba de precios internos o inflación;
- c. No se observa aumento de precios en los mercados externos hacia futuro para cubrir mayores costos en las frutas, como si aconteció en lácteos y cereales hasta ahora;
- d. Costos ineficientes en la logística comercial y aumento de la presión en exigencias y certificaciones, en algunos casos, exagerados en su normativa;
- e. Fuerte presión tributaria en Brasil y Argentina en relación a las principales competencias y
- f. Déficit de financiación para capital de trabajo e inversiones.

Ante este panorama, de no cambiar la tendencia que impactan negativamente en la competitividad estructural del comercio exterior, resulta difícil que Sudamérica siga teniendo un crecimiento en el comercio internacional a mediano plazo en manzanas.

La evolución futura está más vinculada a alternativas de organización más eficientes para los productores, un mayor uso de la inteligencia comercial para la toma de decisiones, y desarrollar los mercados cercanos -Latinoamérica- y lejanos –caso de Medio Oriente, Lejano Oriente y Rusia-, y no en relación a Europa y/o Estados Unidos, que se encuentran desarrollados y sin margen para mejorar sus precios de importación.