

BOLETIN FRUTICULTURA

Nº 8

FRUTA DE CAROZO EN LOS VALLES TEMPLADOS DE JUJUY: ANÁLISIS DE OPORTUNIDADES COMERCIALES.

Estudios realizados por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires (CMCBA), demuestran que el interés del consumidor por la fruta de carozo es elevado, exigiendo como contraparte una alta calidad del producto. En términos generales, se observa una retracción en las operaciones debida seguramente a la falta de cumplimiento de esta exigencia de calidad por parte de los productores.

Al mercado central de Buenos Aires, ingresan 1.300 toneladas anuales de duraznos provenientes de la zona de los valles templados de Jujuy y podría aumentarse ese volumen sin peligro de saturar la plaza. En palabras de técnicos de este Mercado, existe una excelente oportunidad, con horizontes amplios.

Esta misma oportunidad comercial se visualiza a partir del análisis de la estacionalidad de la oferta en los mercados de especies como nectarinas, ciruelas, cerezas y damascos.

ANÁLISIS DE MERCADO PARA LA FRUTA DE CAROZO

Para el siguiente análisis se utiliza la información relevada de la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires (CMCBA) ya que es la plaza más importante para la venta de fruta de carozo. Recibe entre el 18% y 25% del total de la producción nacional, lo que fundamenta su relevancia.

OPORTUNIDAD COMERCIAL: DURAZNOS

Producción y Mercado Nacional

Considerando el total de la fruta producida en las diferentes zonas del país y analizando los ingresos anuales de esta fruta a la CMCBA durante los períodos 2000/2001 y 2017/2018, vemos una merma del orden del 35%. Ingresaron 35.000 toneladas en el período 2000/2001, mientras que 19.418 toneladas en el período 2017/2018 (Gráfico N°1). Esta tendencia marca una menor participación del CMCBA en los volúmenes recibidos del total nacional. Esto podría deberse a varios factores: disminución de la superficie productiva en las principales zonas productoras, el crecimiento de otros mercados mayoristas en la zona del gran Buenos Aires (Beccar Varela, Tres de Febrero, etc.), la necesidad de disminuir pasos de intermediación en la cadena de valor, la mejora en la logística de distribución de la fruta y también la creciente participación de las cadenas de supermercados en la distribución y venta de frutas.

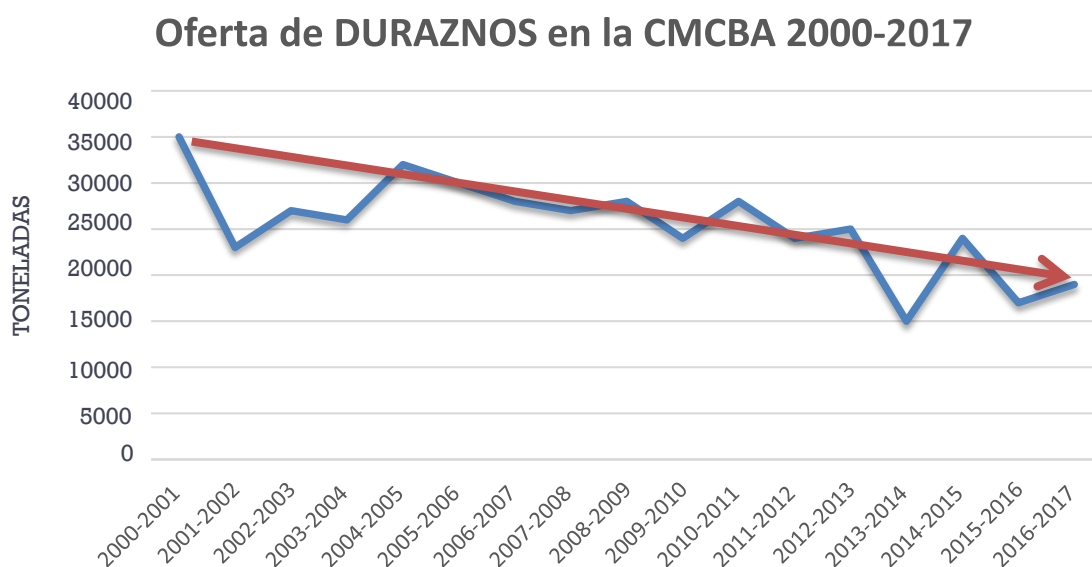


Gráfico 1: Evolución histórica de la oferta de DURAZNOS en la CMCBA. Campañas 2000/2001-2015/2016.
Fuente: CMCBA.

Con respecto a la retracción de la superficie productiva en las principales provincias productoras durante el período 2000/2017 se puede mencionar que, en el caso de Mendoza, la causa principal es el gran desarrollo de la viticultura luego de la devaluación del peso a principios del 2002, la escasa reinversión en tecnologías de cultivo, el riesgo por accidentes climáticos y el creciente impacto del costo de la mano de obra en el manejo de los montes frutales.

En el caso de San Pedro de Buenos Aires, las crisis fueron restringiendo la reimplantación de montes frutales sólo a variedades tempranas y medias (noviembre a enero), lo que significó un retroceso en la superficie del 54% en el total de la superficie en relación al 2002. A partir de los últimos años se nota, en esta zona, un interés creciente en volver a implantar algunas variedades de maduración tardía que, si bien requieren mayor cantidad de tratamientos fitosanitarios, son cultivares de buena productividad y calidad de fruta.

Zona productora	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTALES	%
Mendoza	2.3	383.7	1597.9	1830.6	1751.5	812.9	23.2	6402.1	35.2
Buenos Aires	54.2	2127.8	2969.1	1334.8	444.6	69.7	0	7000.2	38.5
Río Negro	0	3.9	202	805.6	1353.4	729.8	29.4	3124.1	17.2
Jujuy	960	289.6	17.5	0	0	0	0	1267.1	7.0
Neuquén	0	0	9.3	58	44.7	60.7	3.8	176.5	1
Santa Fé	0	37.3	55.1	30.7	0	0	0	123.1	0.7
San Juan	0.7	0.6	0	3.6	1.7	0	0	6.6	0.0
Corrientes	7.9	0	0	0	0	0	0	7.9	0.0
Totales	1025,1	2842,9	4850.9	4063.3	3595.9	1673.1	56.4	18107.6	

Tabla N° 1: Ingresos mensuales de duraznos CMCBA, según procedencia. Valores en toneladas. Campaña 2016/2017.

Considerando los datos de la Tabla N° 1 y analizando la estacionalidad de las diferentes zonas productoras, vemos que las principales provincias que lideran la oferta de duraznos en la CMCBA son Mendoza, Buenos Aires y Río Negro, las cuales participan con más del 90 % de la oferta total de esta especie.

Además, se visualiza con claridad que los volúmenes comercializados durante el mes de octubre corresponden a menos de la mitad de lo comercializado en noviembre y menor aún a lo del resto de los meses, lo que significa que se podría aumentar la superficie implantada sin riesgo de saturar el mercado.

Participación porcentual por provincias

■ BUENOS AIRES ■ MENDOZA ■ RIO NEGRO ■ JUJUY ■ OTROS

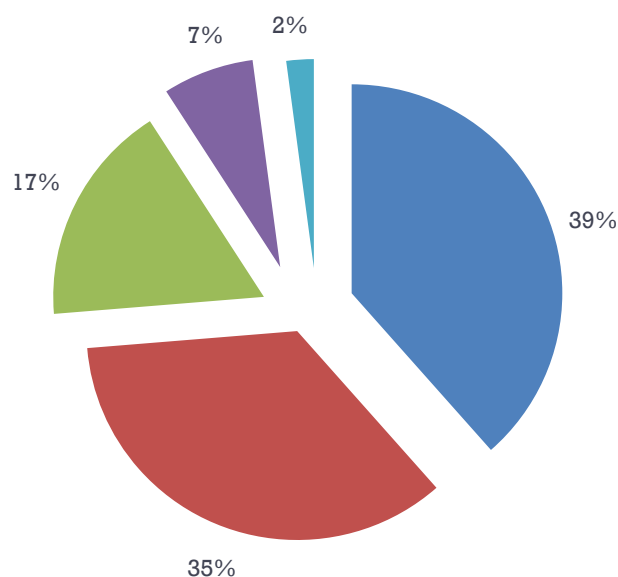


Gráfico N° 2: Participación porcentual de las diferentes zonas de producción en la oferta de Duraznos a la CMCBA. Campaña 2016/2017.

Producción de los Valles Templados de Jujuy

El flujo de ingreso a lo largo de la temporada muestra que las variedades extra tempranas y tempranas, aportan cerca del 22% del volumen total y pone de relieve su importancia en el mercado de duraznos frescos de Argentina (Tabla N° 1). Al respecto, el ingreso de la fruta primicia desde nuestro Valles Templados marca la tendencia de la temporada y cuando el durazno primicia o temprano no tiene un adecuado manejo integrado de tareas culturales y de cosecha, su menor calidad puede impactar negativamente en las semanas siguientes y desalentar la recompra de los consumidores.



La gran importancia de la provincia de Jujuy, no se debe al volumen ofertado, sino a la época de su entrada que la convierte en la principal zona de primicia de duraznos de Argentina.

OPORTUNIDAD COMERCIAL DEL DURAZNO: SEPTIEMBRE Y OCTUBRE.

Es importante destacar la oportunidad comercial que se tiene durante el mes de septiembre cuando los ingresos son nulos o muy bajos (4,7 toneladas en la temporada 2017).

Desde INTA y la FCA-UNJu, trabajamos tras este objetivo: en la Colección de Los Alisos tenemos en evaluación más de 30 nuevas variedades de duraznos y se están realizando actividades de mejoramiento genético con el fin de obtener nuevas variedades con características superiores y con adaptabilidad a nuestros valles templados y cálidos.

OPORTUNIDAD COMERCIAL: NECTARINAS

La distribución de las nectarinas a nivel país es más restringida que los durazneros, se limita prácticamente a las provincias de Mendoza, Río Negro y Neuquén (Tabla N° 2).



Principales Mercados

Al igual que los duraznos, el principal destino es el mercado interno y la plaza con mayor volumen de recepción es la CMCBA. La tendencia también es a ingresos decrecientes a este mercado, con un volumen máximo de 5.100 toneladas en el ciclo 2005-2006 y un ingreso total de 1897 toneladas en la campaña 2016-2017.

Cuando se analiza el volumen ingresado en la CMCBA durante la campaña 2016-17 se observa una disminución del 18.8 % en relación a la campaña anterior debido, fundamentalmente, a la merma en la producción por la ocurrencia de heladas tardías en Mendoza y granizo en Río Negro y Neuquén. Esto sirve para destacar la inestabilidad de la oferta de nectarinas desde las regiones productivas más expuestas a adversidades climáticas como son Mendoza y Río Negro.

Oferta de nectarinas en la CMCBA período 2005-2017

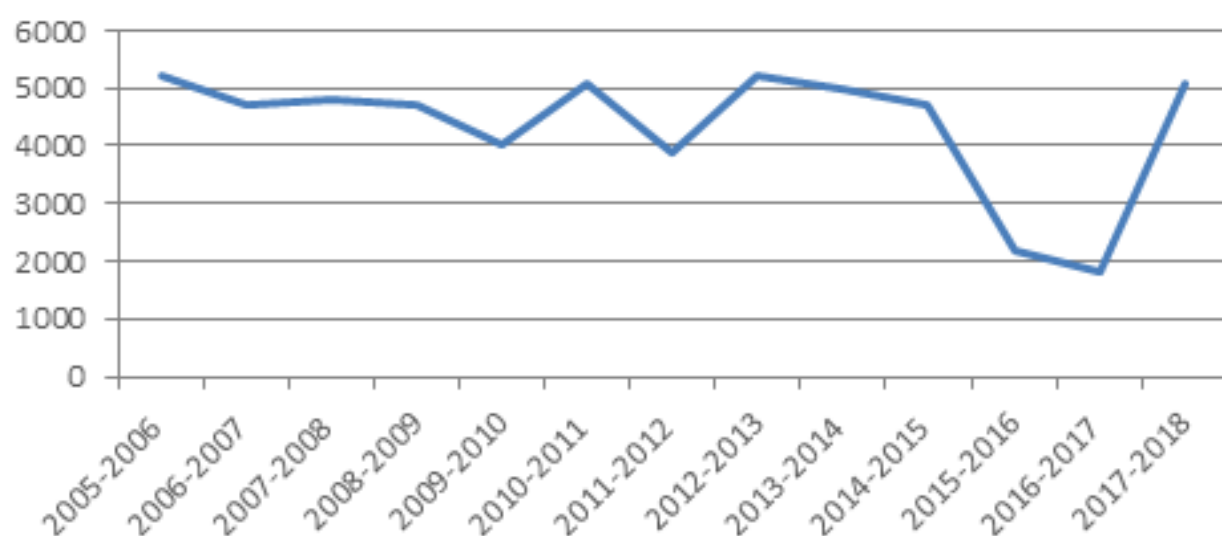


Gráfico 3: Evolución histórica de la oferta de NECTARINAS a la CMCBA. Campaña 2005-2017.
Fuente: CMCBA.

A diferencia de lo reportado en duraznos, la oferta de variedades “extra tempranas” y “tempranas” tiene nula a escasa relevancia, siendo el mes de febrero el que registra el máximo ingreso con un 31 % del total.

ZONA PRODUCTORA	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	TOTAL
MENDOZA	9.4	447.2	1040.2	1105.6	660.8	32.4	3295.6
RÍO NEGRO	0	112.5	338.4	398.2	449.2	6.5	1304.8
NEUQUÉN	0	17.3	106.4	69.6	133	13.6	339.9
BUENOS AIRES	30.6	66.4	33.1	57.2	0	0	187.3
SAN JUAN	0	0	1.1	0.9	0.5	0	2.5
TOTALES	40	643.4	1519.2	1631.5	1243.5	91.4	5130.1

Tabla N° 2: Ingresos mensuales de nectarinas, según procedencia. Valores en toneladas. 2017-2018.
CMCBA.

OPORTUNIDAD COMERCIAL DE NECTARINAS: SEPTIEMBRE, OCTUBRE Y NOVIEMBRE

Por lo antes expuesto consideramos muy importante destacar la oportunidad comercial que se tiene, como productores jujeños, durante los meses de septiembre, octubre y noviembre, donde los ingresos son nulos o muy bajos. Y, lo fundamental de continuar con la introducción, evaluación y difusión de variedades tempranas y extra tempranas de nectarinas, productivas y de buena calidad.

OPORTUNIDAD COMERCIAL: CEREZAS

La Argentina produce aproximadamente 6.500 t de cerezas en 2.595 ha. El 80 % de lo que se produce de cerezas en Argentina se exporta. El volumen de exportación de cerezas en los últimos 10 años se duplicó.

El consumo interno de esta fruta no es para nada despreciable, en la última campaña, el ingreso de cerezas a la CMCBA fue de 2.423.7 toneladas, un 8 % superior a la campaña anterior.



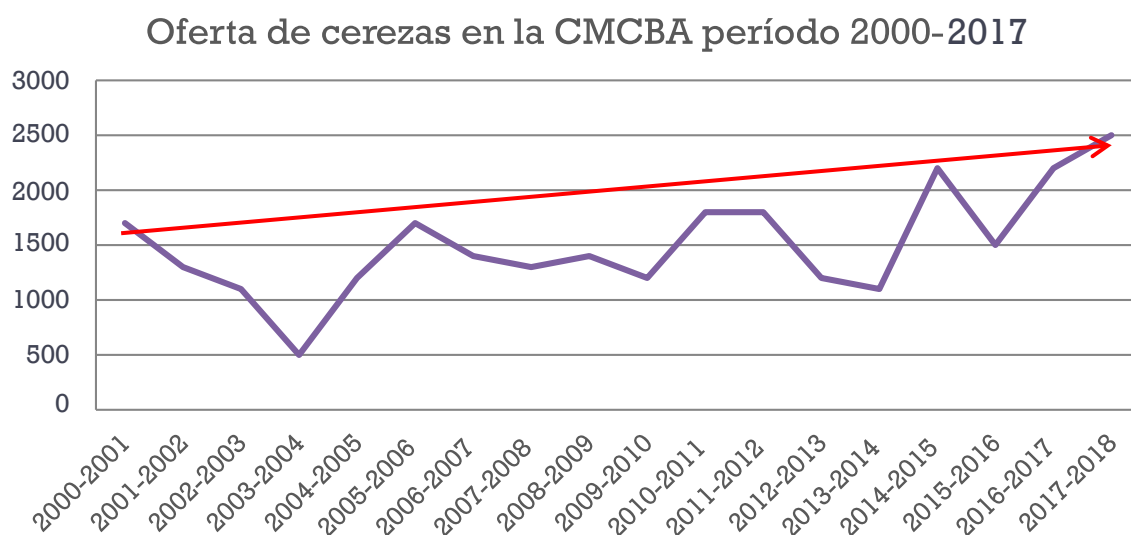


Gráfico N° 4: Evolución histórica de la oferta de CEREZAS en la CMCBA. Campañas 2000-2016.
Fuente: CMCBA.

En el gráfico N° 4 se observa la evolución histórica de los ingresos de cerezas a la CMCBA durante los últimos 17 años, desde las campañas 2000-2001 hasta 2017-2018, con su línea de tendencia en leve ascenso.

ZONA PRODUCTORA	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	TOTAL	%
RÍO NEGRO	0	129.1	486.9	225.8	37.9	879.7	36.3
MENDOZA	11.3	241.1	482.7	102.5	0.4	838	34.6
CHUBUT	0	0	174.9	206.2	0	381	15.7
NEUQUEN	0	13.8	131.4	72.1	0	217.3	9
SANTA CRUZ	0	0	0	88	14.2	102.2	4.2
SAN JUAN	0	0	0	3.2	0.4	3.6	0.1
BUENOS AIRES	0	0	0	1.8	0	1.8	0.1
TOTAL	11.3	384	1275.9	699.6	52.9	2423.7	

Tabla N°3: Ingreso mensual de CEREZAS según procedencia. Valores en toneladas. 2017-2018.
Fuente: CMCBA.

En la Tabla N° 3 se observa la estacionalidad de los ingresos mensuales a la CMCBA de las provincias productoras de cereza y la participación relativa de cada zona de producción con respecto al total de cereza ingresada en la campaña 2017-2018.

Se observa, como en años anteriores, que la máxima oferta se registra a mediados del mes de diciembre.

Con respecto a la participación relativa de ingreso de cereza a la CMCBA por zonas de producción, tenemos que las cuatro provincias con mayor ingreso son Río Negro, Mendoza, Chubut y Neuquén, cuya participación suma el 96% del ingreso total.

Durante los meses de septiembre, octubre y noviembre los ingresos de cerezas a la CMCBA son nulos o muy bajos, según las condiciones agroclimáticas del año.

En el período 2017-2018 vemos ingresos de 11,3 toneladas de cerezas en el mes de octubre, situación excepcional a consecuencia de la marcha de las temperaturas durante el período invernal, lo que ocasionó que la cosecha se anticipara, en la mayoría de las zonas productoras, por lo menos 15 a 20 días.

OPORTUNIDAD COMERCIAL DE LA CEREZA: SEPTIEMBRE, OCTUBRE Y NOVIEMBRE

La producción de cerezas significa una oportunidad comercial más que interesante, con entrada a los mercados en los meses de septiembre, octubre y noviembre. En el mundo ya existen, en producción comercial, una gama de variedades con bajo requerimiento en horas frío. Por tanto, desde las instituciones tenemos que seguir trabajando en la introducción y evaluación de materiales con potencial comercial para zonas cálidas como las de nuestros Valles Templados.

OPORTUNIDAD COMERCIAL: DAMASCOS

En la última campaña, 2017-2018, el ingreso de damascos a la CMCBA fue de 1.500 toneladas, un 68.2% superior a la campaña anterior. Es un producto totalmente destinado al mercado interno.

Si observamos la evolución histórica de la oferta de damascos en la CMCBA de los últimos 18 años, vemos la línea de tendencia en marcado descenso.



Oferta de DAMASCOS a la CMCBA período 2000-2017

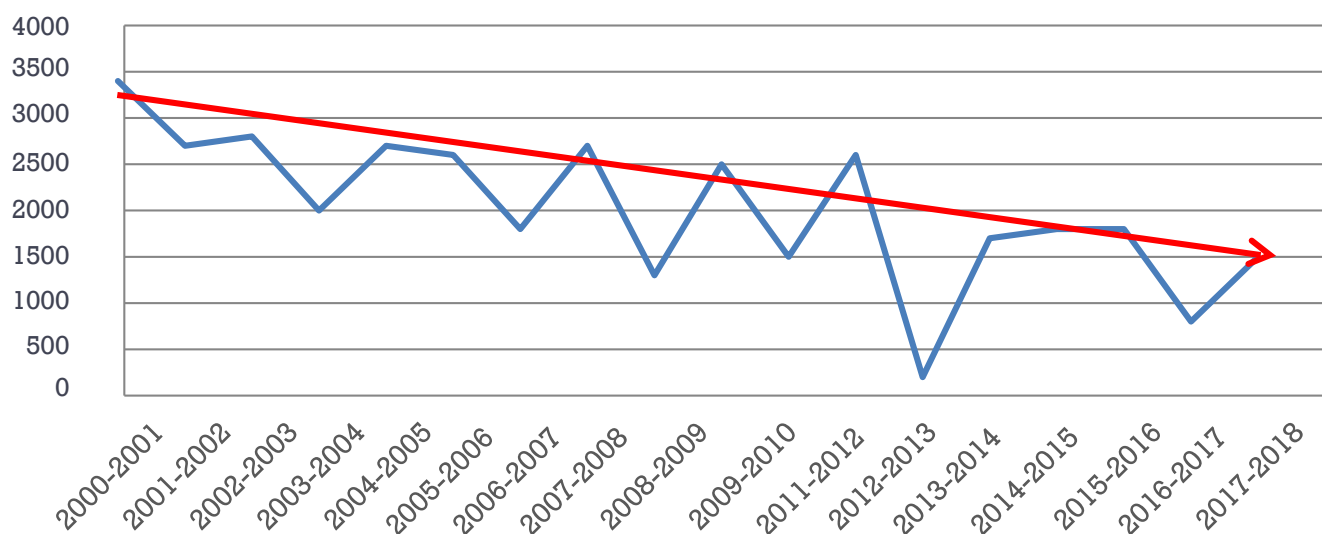


Gráfico N° 5: Evolución histórica de la oferta, en toneladas, de DAMASCOS en la CMCBA. Campañas 2000-2017. Fuente: CMCBA.

Con respecto a los datos que se observan en el Gráfico N°5, cabe aclarar que el gran descenso de la oferta ocurrido en la campaña 2013-2014 se debió a las intensas heladas tardías.

En los últimos años en Mendoza (la principal provincia productora) la superficie cultivada con damascos se redujo un 50 %. Entre las causas de esta importante retracción podemos mencionar al auge de la viticultura, la escasa reinversión en tecnologías de cultivo y al riesgo por accidentes climáticos, ya que los damascos son unos de los primeros frutales en florecer.

Pero si sumamos tecnología productiva, nuevas variedades, aumento en la densidad de plantación, aprovechamiento de las ventanas comerciales y un rápido retorno de la inversión, es una opción productiva interesante.

En la Tabla N° 4 se observan los volúmenes ingresados de damascos a la CMCBA por zonas de producción y la estacionalidad de la oferta mensual.

ZONA PRODUCTORA	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	TOTAL
MENDOZA	78	982	497	11.1	1567.9
SAN JUAN	227.1	19.8	0	0	246.9
BUENOS AIRES	0.4	0	6	0	6.4
NEUQUEN	0	1.9	4.2	0	6.1
RÍO NEGRO	0.2	1.1	0	0	1.3
TOTALES	305.7	1004.8	507.2	11.1	1828.6

Tabla N° 4: Ingreso mensual de DAMASCOS a la CMCBA, según procedencia. Valores en toneladas. Campaña 2015-2016- Fuente: CMCBA.

La provincia de Mendoza tiene una participación relativa casi del 80% con respecto al total de ingresos de damascos a la CMCBA. El cultivo del damasco constituye una de las primeras producciones del calendario frutícola en Mendoza, junto al cerezo.

OPORTUNIDAD COMERCIAL DEL DAMASCO: SEPTIEMBRE Y OCTUBRE

Así, vemos que, para nuestras condiciones agroecológicas, es una oportunidad interesante entrar a los mercados en los meses de septiembre y octubre. En nuestra colección de especies y variedades de Los Alisos, tenemos en evaluación 4 líneas de damascos de origen mexicano con características de primicia y extraprimicia.



OPORTUNIDAD COMERCIAL: CIRUELAS

La distribución nacional de la producción de ciruelas está limitada por la exigencia de frío de las variedades y la susceptibilidad a enfermedades de origen bacteriano que dificulta su cultivo en algunas zonas como Buenos Aires.

Para zonas con características agroecológicas como las nuestras (Valles Templados de Jujuy) las variedades de ciruelas promisorias en experimentación son líneas de origen Japonés.

El comportamiento de la ciruela para consumo en fresco, en los mercados, es similar al de duraznos, nectarinas y damascos. La plaza con mayor volumen de recepción es la CMCBA. Sigue la misma tendencia que para el caso de las otras frutas con una leve tendencia a la retracción de los ingresos. Las causas son similares a las mencionadas en los casos anteriores.



Oferta de CIRUELAS en la CMCBA período 2000-2017

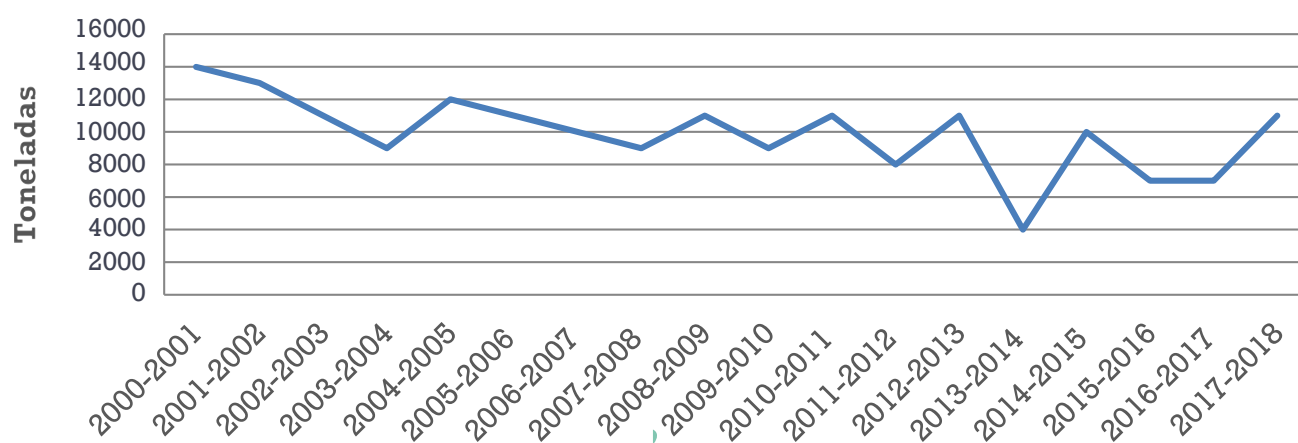


Gráfico N° 6: Evolución histórica de la oferta de CIRUELAS en la CMCBA. Campañas 2000-2017.
Fuente: CMCBA.

Al analizar la estacionalidad de la oferta de ciruelas para consumo en fresco en la CMCBA, vemos que más del 90% de la producción se concentra en sólo tres provincias: Río Negro, Mendoza y San Juan.

Febrero es generalmente el mes de mayor ingreso de ciruelas a la CMCBA, para la temporada 2017-2018 esa cifra alcanzó las 4401 toneladas.

ZONA PRODUCTORA	O	N	D	E	F	M	A	M	J	J	TOTAL
MENDOZA	0	67.8	715.9	1256.2	1312.3	1179.3	902.7	452.7	229.6	18.4	6134.9
RÍO NEGRO	0	0.9	53.5	582.8	791.4	967.1	606.3	203.4	25.3	4.9	3235.7
SAN JUAN	0	75.9	150.1	151.6	68.3	4.4	1.6	6	0	7.1	465
NEUQUÉN	0	0	3.3	44.6	140	95.8	71.2	9.7	0	0	364.6
BUENOS AIRES	0	1.5	11	35.5	18.6	4.4	0.1	0	0	0	71.1
CORRIENTES	1.7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.7
Totales	1.7	146.1	933.8	2070.7	4401.3	2251	1581.9	671.8	254.9	285.3	10273

Tabla N° 5: ingresos mensuales de CIRUELAS a la CMCBA, según procedencia. Valores en toneladas. Campaña 2017/2018.

OPORTUNIDAD COMERCIAL PARA LA CIRUELA: SEPTIEMBRE Y OCTUBRE
Al igual que para el caso de nectarinas, la oferta de variedades de primicia y de extra primicia tiene escasa relevancia, lo que significa una oportunidad para zonas con condiciones agroecológicas como las nuestras.
En el Campo Experimental de Los Alisos, se están evaluando tres variedades de ciruelas de la línea “Gulf” con características de extraprimicia. Una de ellas, Gulf Beauty, ya se encuentra en evaluación comercial y sus características fenológicas son: floración segunda quincena de julio e inicio de cosecha en la primera semana de octubre.

BIBLIOGRAFÍA

Angel, Antonio N.; López Serrano, Fernando A.; Paggi, Yanina. 2016. Relevamiento de frutales de carozo y cítricos del Noreste de la Provincia de Buenos Aires. San Pedro: INTA EEA San Pedro, 2016.

Colamarino, I. 2010. Informe sectorial N° 4. Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. 2010.

Consejo Federal de Inversiones. 2007. Programa Desarrollo y mantenimiento de la producción de Durazno temprano en Jujuy. 19 pp.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 48.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 49.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 50.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 51.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 52.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 59.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 60.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2016. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 74.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2016. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 75.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 78.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 79.

Corporación del Mercado Central de Buenos Aires. 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas del Convenio INTA- CMCBA N° 82.

Curzel, V. 2017. Duraznos y Nectarinas. Informe sobre valles templados de Jujuy campaña 2017. Boletín de Frutas y Hortalizas. Convenio INTA-CMCBA N° 70.

Curzel, V. 2018. Producción de duraznos y nectarinas en los valles templados de Jujuy. Avances y perspectivas. Temporada 2017. Revista de Divulgación Científica. Facultad de Ciencias Agrarias. UNCuyo. N° 9. Año 2018. ISSN 2422-6254

Ojer, M. 2018. Frutales de carozo en la Argentina. Situación actual y principales variedades. Revista de Divulgación Científica. Facultad de Ciencias Agrarias. UNCuyo. N° 9. Año 2018. ISSN 2422-6254

Valentini, G., Gonzalez, J., Gordo, M. 2012. Producción de duraznero en la región pampeana, Argentina. INTA, 2012. 250p.



Staff Edición noviembre 2018

Ing. Agr. Dante Aramayo
Ing. Agr. Viviana Curzel
Lic. Valeria Achem

INTA AER Perico
FCA UNJu
Pro Huerta

Contacto

INTA AER Perico
Los Lapachos esq. Los Paraísos, Perico. Jujuy
Teléf./Fax: 0388-4911281

Mail: curzel.viviana@inta.gob.ar

Facebook @prohuertajujuy @intaperico