Disponible en
www.odepa.gob.cl
ISSN 0717-0025

Mercados Agropecuarios

NOVIEMBRE 2012

INFORMATIVO PARA AGRICULTORES | DE LA OFICINA DE ESTUDIOS Y POLÍTICAS AGRARIAS

Nº 244

Contenidos

Pasas: más que una alternativa para la industria de la uva

pág. 2

Programa Sello de Origen: protección de los productos típicos chilenos

pág. 7

ODEPA
Ministerio de Agricultura
Gobierno de Chile

CONTACTO SIAC
800 390 300
Sistema Integral de Información y Atención Ciudadana

INFORMATIVO PRODUCIDO Y EDITADO POR ODEPA | TEATINOS 40 | PISO 8 | SANTIAGO DE CHILE | **FONO CONSULTA: 800 390 300**
FONO MESA CENTRAL:(56-2) 23973000 | odepa@odepa.gob.cl

"Se autoriza la reproducción total o parcial de la información citando la fuente (Odepa)".

YO CUIDO EL AGUA
Cuidemos nuestro planeta

www.odepa.gob.cl

Pasas: más que una alternativa para la industria de la uva

Catalina González Zagal

1. Antecedentes generales

El subsector de deshidratados ha crecido de manera exponencial en los últimos veinte años. A pesar de que algunas plantas procesadoras datan de mediados de los años setenta, el gran auge se produjo durante la década de los noventa, llegando a su máximo durante el año 2005.

Según el catastro agroindustrial hortofrutícola del año 2012[1], existen 80 empresas que procesan deshidratados de frutas y hortalizas, las cuales cuentan con un total de 85 plantas procesadoras ubicadas entre las regiones de Coquimbo y Los Lagos. La uva es una de las frutas más utilizadas por esta industria, que se usa como materia prima para la producción de pasas y cuenta con una capacidad de proceso de 340.000 toneladas por temporada.

La producción nacional de pasas data de finales de los años setenta, cuando surgió como una alternativa rentable para el descarte de la uva de mesa que no cumplía con los estándares para ser exportada. Hoy en día, a pesar de que la industria tiene cerca de cuarenta años, aún no se cuenta con huertos especializados en este producto, lo que dificulta considerablemente la disponibilidad de materia prima y el desarrollo del sector.

En años recientes, el mercado nacional de uva fresca ha tenido que enfrentar diversos problemas, como sequía, incremento de costos de producción, encarecimiento de la mano de obra y entrada en competencia de otros países del hemisferio sur con claras ventajas competitivas (Perú y Brasil), lo que hace apremiante para Chile el desarrollo de una industria sólida que permita enfrentar de mejor manera los cambios que se avecinan para la agricultura actual.

2. Situación internacional

Producción mundial

Según datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), la producción mundial de pasas durante la temporada 2011/2012 alcanzó 1.140.000 toneladas, con un crecimiento de 4% respecto a la temporada 2010/2011. De ellas, cerca de 820.000 toneladas se destinaron a exportación, mientras que las 320.000 toneladas restantes fueron consumidas dentro de los países productores. Un 92% de este producto correspondió a pasas morenas y un 8%, a pasas rubias.

Los mayores productores mundiales de pasas son Turquía, Estados Unidos, Irán y Chile, pero recientemente han aumentado considerablemente su producción otros países como India, China, Argentina y Afganistán.

Países exportadores

Durante los últimos diez años, el volumen de las exportaciones mundiales de pasas ha aumentado en 27,2%, desde 641.880 toneladas en el año 2001 a 816.507 toneladas en 2010. En cuanto al valor de las exportaciones, el crecimiento fue significativo, aumentando en 193% en el período señalado anteriormente y alcanzando 1.694 millones de dólares.

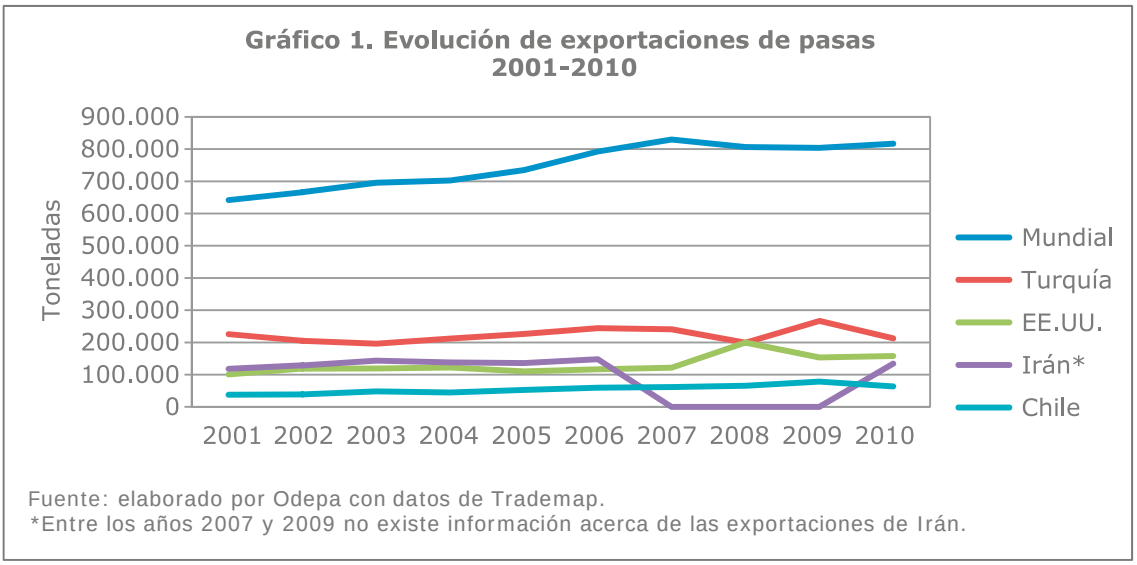
En el gráfico 1 se puede observar la tendencia mundial de las exportaciones de pasas, donde Turquía lidera los envíos, con 212.668 toneladas que corresponden al 26,0% de las exportaciones mundiales totales. Le siguen Estados Unidos (19,3%) e Irán (16,4%). Chile se encuentra en cuarto lugar, con volúmenes que sobrepasan las 63.000 toneladas, equivalentes a 7,8%.

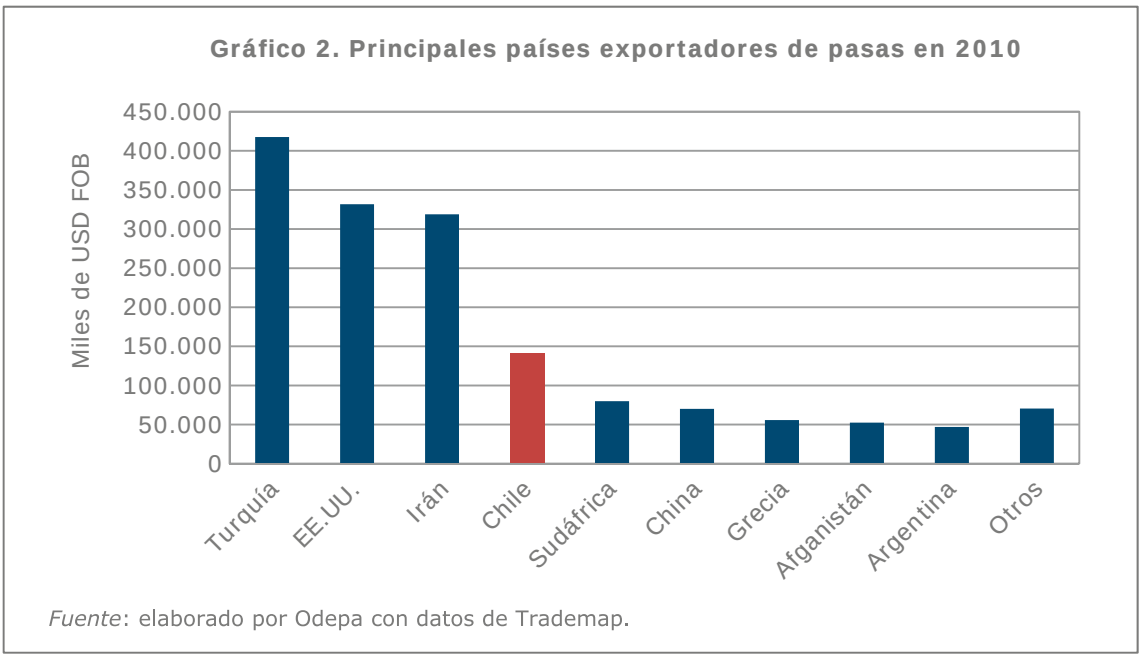
En cuanto a las ventas, la tendencia se comporta de manera bastante similar a la de los volúmenes exportados, situándose Turquía en el primer lugar, con 417,6 millones de dólares, equivalente al 24,6% del valor total mundial, seguida por Estados Unidos (19,6%), Irán (18,8%), Chile (8,3%) y China (4,1%).

Aunque las cifras oficiales de la temporada 2011 aún no se encuentran actualizadas para todos los países, sobre la base de los datos presentados por *Trademap*, los mayores precios unitarios fueron obtenidos por Estados Unidos (USD 2,71/kg), Chile (USD 2,38/kg), Sudáfrica (USD 2,38/kg) y Turquía (USD 2,37/kg). Como se puede observar en los gráficos, la industria de pasas en Turquía se encuentra en un buen momento y no presenta signos de desaceleración, lo cual tiene contentos tanto a los agricultores como a los exportadores locales. Los precios de las sultanas en particular han tenido un gran crecimiento durante la última década, alcanzando sobre USD 2,00 por kilo durante la temporada 2012. Esto se debe principalmente a las inversiones realizadas en innovación y nuevas plantaciones destinadas exclusivamente a pasas, haciendo de Turquía un país competitivo en este rubro. Se espera que la cosecha de la temporada 2012 sobrepase las 300.000 toneladas, a pesar de su retraso de 15-20 días en relación con un año normal,

1 Estudio contratado por el Ministerio de Agricultura en el año 2011 y realizado por IdeaConsultora. El informe final y el directorio de empresas se encuentra disponible en el sitio web de Odepa.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA





producto de las heladas y lluvias acontecidas durante los primeros meses del año, las altas temperaturas registradas en los meses estivales y la presencia de polillas en la uva.

Estados Unidos, por su parte, ha mostrado una disminución de superficie plantada, debido principalmente al encarecimiento de la mano de obra, lo que ha impulsado a los agricultores a optar por especies más lucrativas, como nogales y avellanos. Esto ha creado una fuerte competencia por materia prima entre la industria del vino, el mercado fresco y la agroindustria, presionando los precios al alza. Todavía no se conocen estadísticas de la temporada actual, pero se espera que la cosecha de California, el mayor estado productor del país, sea notablemente menor (una de las más bajas desde 2006), debido a algunos daños por heladas reportados en la primavera.

Irán es el tercer exportador mundial de pasas, alcanzando 130.000 toneladas durante 2011, con 126,4 millones de dólares. Para el año 2012 se espera que la producción sobrepase 150.000 toneladas, 20.000 toneladas menos que la primera estimación realizada, debido principalmente a problemas meteorológicos que afectaron al cultivo durante los primeros meses del año. Se estima, además, que las exportaciones deberían bordear 120.000 toneladas, ya que en este país el consumo interno es alto, alcanzando las 30.000 toneladas.

Sudáfrica es el segundo país productor del hemisferio sur después de Chile. Durante los últimos dieciséis años, la producción de pasas ha sufrido altos y bajos, con un máximo de 50.628 toneladas en el año 2010, seguido por una fuerte disminución durante 2011, alcanzando sólo 28.700 toneladas. De éstas, sólo

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

17.000 aproximadamente fueron exportadas, ya que en este país el consumo interno es considerable. Se espera que las exportaciones crezcan para el año 2013, llegando a 28.000 toneladas.

Durante el año 2012, Argentina sufrió un revés en su producción de pasas, alcanzando sólo 24.000 toneladas. Esto se debió principalmente a problemas meteorológicos que afectaron el rendimiento del cultivo. Para 2013 se espera que la producción alcance 35.000 toneladas, de las cuales sólo 5.000 se destinan a consumo interno, lo que dejaría 30.000 toneladas a disposición del mercado internacional. Este aumento en las cifras se explicaría por un clima favorable, la entrada en producción de más viñas especializadas y la inversión realizada en nuevas tecnologías por parte de la industria. Dentro de los mayores desafíos que enfrenta este país destacan el encarecimiento de la mano de obra, de los combustibles, de la energía y de los fertilizantes y el aumento de las tarifas de importación impuestas a Argentina por parte de algunos mercados.

Otros países que han adquirido relevancia en el mercado durante la última década son Afganistán, Australia, India y China. Este último ha aumentado sus exportaciones en 3.132% entre los años 2001 y 2010, ganando mercado en Europa y Oceanía y convirtiéndose en una amenaza para Turquía, debido a su buena calidad, que ha ido mejorando año a año; sus precios más competitivos y la fuerte inversión que está realizando el gobierno en tecnología para el procesamiento de alimentos deshidratados.

Países importadores

Las importaciones mundiales de pasas han aumentado 28% en volumen y 173% en valor durante el período comprendido entre los años 2001 y 2010. El mayor incremento de compras lo presenta China, con aumentos de 1.006% en volumen y 1.542% en valor, debido principalmente al rápido crecimiento económico experimentado en años recientes, lo que ha provocado un cambio en las tendencias de consumo entre sus habitantes, centrando la atención en la nutrición y la seguridad alimentaria.

En el gráfico 3 se puede observar la evolución mundial de las importaciones de pasas durante los años 2001-2010.

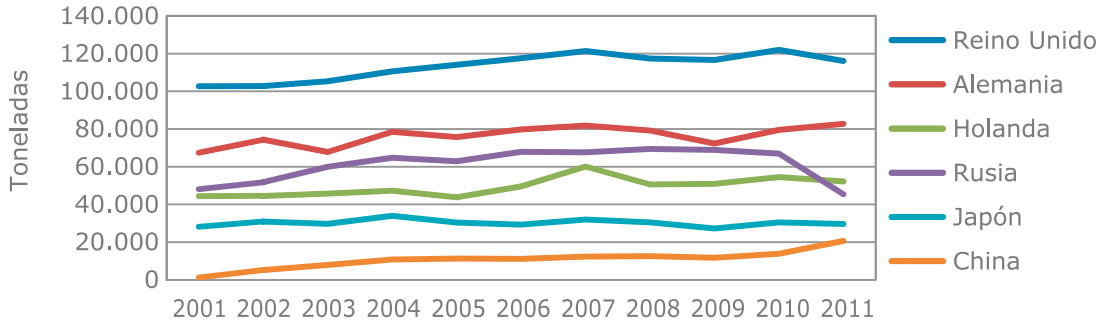
En el gráfico anterior se puede observar que la pasa es un producto fuertemente dependiente del poder adquisitivo, por lo cual sus compras se vieron muy afectadas durante los años 2008 y 2009, como consecuencia de la crisis económica que tuvo lugar durante ese período. Aunque todavía no están disponibles todas las cifras definitivas del año 2011, se observa una disminución de las importaciones por parte de la mayoría de los países europeos. A pesar de esta situación, los precios no parecen verse afectados.

Entre los principales países importadores se encuentra el Reino Unido, con una participación mundial de 14,5% y un precio promedio pagado de USD 2,06 por kilo en 2010. Lo siguen Alemania (9,5%; USD 2,05), Holanda (6,5%; USD 2,03), Rusia (7,9%; USD 1,45) y Japón (3,6%; USD 2,37).

3. Situación nacional

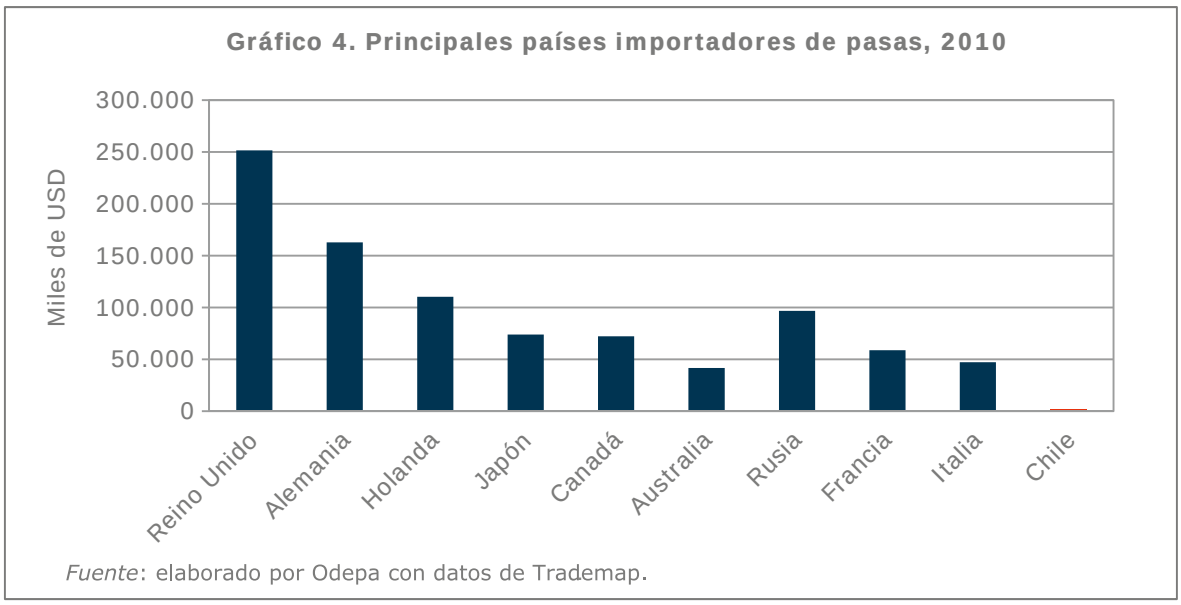
En Chile, prácticamente no existen plantaciones dedicadas exclusivamente a la producción de pasas, por lo que, históricamente, la industria ha tenido que abastecerse en su totalidad del descarte de uva fresca destinada a la exportación. Por esta razón las industrias de deshidratados y jugos han sufrido vaivenes en sus volúmenes de producción, dependiendo principalmente de los precios pagados por la uva de mesa en los mercados internacionales. Como consecuencia de esta fuerte dependencia entre el mercado fresco y el procesado, resulta casi imposible determinar con exactitud la superficie de la cual proviene la materia prima usada en la elaboración de pasas.

Gráfico 3. Principales países importadores de pasas, 2001-2011



Fuente: elaborado por Odepa con datos de Trademap.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA



En los resultados presentados por el catastro agroindustrial hortofrutícola del año 2012, se estima que el 50% de la materia prima utilizada se origina en la Región de Valparaíso, seguida por la Región de Coquimbo (30%) y, en menor proporción, por las regiones Metropolitana y de O'Higgins. Este estudio también comenta que las variedades más utilizadas en el país para la obtención de pasas son *Flame Seedless* y *Thompson Seedless*, seguidas en menor cantidad por *Autumn Royal*, *Black Seedless*, *Crimson Seedless*, *Red Globe* y Superior.

Uno de los grandes desafíos a los que se vio enfrentada la industria en sus comienzos fue que los calibres producidos en Chile son bastante mayores en comparación a los de otros países productores, por lo que Chile debió posicionar este tamaño en los mercados compradores, a través de una campaña que se enfocó fuertemente en Latinoamérica. Actualmente, el 90% de las ventas realizadas a México corresponde a este calibre.

Según estimaciones realizadas por el *Foreign Agricultural Service* (FAS), organismo dependiente del Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA), el 95% de la producción chilena de pasas es exportada, mientras que sólo el 5% restante es utilizado dentro del país, principalmente en panaderías, pastelerías y heladerías, para la elaboración de productos industriales.

Las exportaciones de pasas chilenas han crecido de manera sostenida durante las últimas diez temporadas, como se puede observar en el gráfico 5. Las demás pasas (código 08062010) han mostrado un crecimiento de 224%, en volumen, mientras que las pasas morenas (código 08062090) crecieron 56% durante el mismo período.

Durante el año 2011, las exportaciones nacionales de pasas alcanzaron 70.164 toneladas, con ventas que superaron los 136 millones de dólares. De este volumen, el 84,9% correspondió a pasas morenas, con un precio por kilo de 2,28 dólares, mientras que sólo 15,1% correspondió a las demás pasas, con un precio medio por kilo de 3 dólares. El 97% de las exportaciones se realizó a granel.

En cuanto a los destinos de las exportaciones nacionales de pasas morenas, los mayores compradores son Estados Unidos, México, Perú y Reino Unido, abarcando el 41% de las ventas. Se destacan las compras por parte de Taiwán y Venezuela, cuyo valor ha crecido en 265% y 94%, respectivamente, entre los años 2008 y 2011 (gráfico 6).

Con respecto a las demás pasas, los mayores compradores son Rusia, Holanda, Estados Unidos e Italia, con 40% de las ventas totales en esta categoría (gráfico 7). Se puede destacar el crecimiento del valor de las compras durante el período antes señalado por parte de México (3.841%), Estados Unidos (965%) y Colombia (505%).

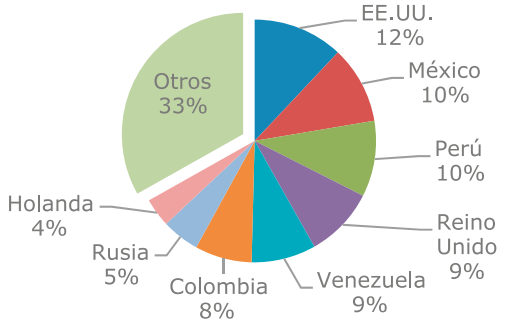
4. Proyecciones

En la actualidad, el mercado mundial de pasas se encuentra bastante estable y no se esperan grandes cambios en el mediano plazo. En cuanto a los precios, se proyecta que continuarán altos, al igual que en la temporada 2012.

En cuanto a la industria nacional, en este momento las proyecciones de crecimiento se ven un poco estancadas, debido a la poca disponibilidad de materia prima, originada por distintos factores: la fuerte competencia con el sector de jugos y mostos, la sequía que se observa para esta nueva temporada, la disminución de la superficie plantada para producción de uva de mesa y la baja especialización que existe en el sector. Además, se espera que los costos de producción continúen incrementándose,

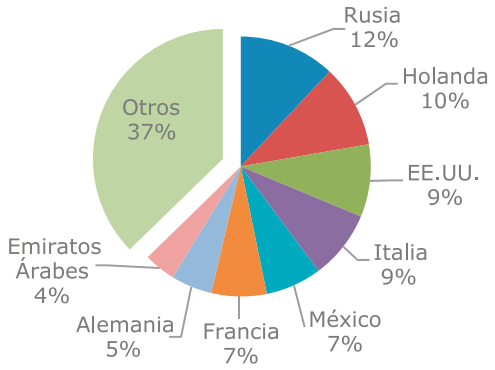
ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Gráfico 6. Distribución del valor de las exportaciones de pasas morenas por destino, en 2011



Fuente: elaborado por Odepa con datos de Servicio Nacional de Aduanas.

Gráfico 7. Distribución del valor de las exportaciones de las demás pasas por destino, en 2011



Fuente: elaborado por Odepa con datos de Servicio Nacional de Aduanas.

principalmente a causa del encarecimiento de la mano de obra, los altos costos energéticos y el tipo de cambio desfavorable.

En cuanto a volúmenes, se espera que la producción sea igual o menor que en la temporada 2012. Juan Eduardo Laso, presidente del Comité de Pasas de Chilealimentos, afirma que la meta es llegar a 100.000 toneladas en los próximos cinco años; pero para esto es necesario realizar algunas mejoras dentro de la industria, especialmente una profesionalización, incentivando a los productores a dedicarse exclusivamente a la producción de pasas; la modernización de los procesos de producción y la capacitación de los agricultores.

A nivel de huerto, los productores deberían seguir invirtiendo en tecnologías de riego, para así aumentar la eficiencia en el uso del agua. Por otra parte, la producción de pasas es una alternativa que debe ser analizada por los productores de uva de mesa, especialmente en aquellos huertos que no consiguen buenos resultados económicos en la venta en fresco. Un manejo del parronal orientado a producir pasas tiene menores costos y permite aprovechar prácticamente toda la producción. Si además estos productores incorporan la deshidratación de la uva como parte de su proceso, pueden lograr mejorías económicas.

Los procesadores, por su parte, deberán poner mayor énfasis en la calidad e inocuidad del producto, para así mejorar la trazabilidad y posicionar las pasas chilenas dentro de la industria mundial. Por último, las empresas exportadoras deben seguir trabajando, en conjunto con el sector público, en conquistar el mercado asiático, en abrir nuevos mercados y en la imagen del producto chileno.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Programa Sello de Origen: protección de los productos típicos chilenos

Pilar Eguillor Recabarren

1. Introducción

En un mundo globalizado donde los consumidores modernos son cada vez más exigentes, ya no basta con la información contenida en la etiqueta para entregar descripción del producto. Además de requerir garantías sobre la calidad de los alimentos que consumen y su autenticidad, los consumidores buscan información acerca del origen de estos productos: de dónde vienen, quién, cómo y con qué tipo de prácticas fueron cultivados o producidos. Quieren apreciar su calidad, pero también conocer el entorno social y ambiental asociado a la cadena productiva.

Por otra parte, los productores, frente a una gran competencia y oferta de productos, están viendo que la diferenciación de sus productos y servicios, a través de un sello, ofrece una serie de ventajas comerciales.

Una de las herramientas disponibles para entregar información y diferenciar productos y servicios del sector silvoagropecuario, usada internacionalmente, pero aún escasamente utilizada en nuestro país, es la protección que brindan los derechos de Propiedad Industrial (PI).

2. Propiedad Industrial y Propiedad Intelectual

Según lo estipulado por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi), los derechos de propiedad industrial en Chile comprenden: las marcas, las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos y diseños industriales, los esquemas de trazado o topografías de circuitos integrados, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

La propiedad intelectual, por su parte, dice relación con toda creación que produce la mente humana, llámese inventos, modelos de utilidad, marcas, obras literarias y artísticas, entre otros.

El concepto propiedad intelectual comprende dos categorías de derechos:

- **Derecho de autor.** Protege los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes sobre sus interpretaciones o ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión. En Chile, el organismo que tiene a su cargo el Registro de los Derechos de Autor y las demás funciones que otorga la ley N° 17.336, sobre Propiedad Intelectual y su Reglamento, es el Departamento de Derechos Intelectuales, dependiente de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos del Ministerio de Educación.
- **Derecho de Propiedad Industrial.** Incluye patentes de invención, modelos de utilidad, marcas comerciales, marcas colectivas, marcas de certificación e indicaciones geográficas (IG) y denominaciones de origen (DO). En Chile, el organismo que tiene a su cargo el Registro de los Derechos de Propiedad Industrial a que aluden la Ley 19.039 y su Reglamento, es el Inapi.

3. Programa Sello de Origen

El programa Sello de Origen, en marcha desde septiembre de 2011, es una iniciativa que está llevando a cabo el Ministerio de Economía juntamente con INAPI, que cuenta con el apoyo del Ministerio de Agricultura y tiene como objetivo impulsar el emprendimiento y desarrollo productivo de las comunidades agrícolas de nuestro país, fomentando el uso de las herramientas de Propiedad Industrial.

El uso de estas herramientas estimula y ayuda a preservar formas particulares de manufactura de productos así como tipos de producción tradicionales, a la vez que potencia la asociatividad en las comunidades, favoreciendo el desarrollo económico de los pequeños productores a lo largo del país. De esta manera, mediante el reconocimiento de una marca, una IG o una DO, los productores tienen la posibilidad de aumentar su competitividad, gracias a un esfuerzo de asociatividad; lograr un mejor valor y posicionamiento del producto, otorgado por la diferenciación; contar con una protección frente a una competencia engañosa, y entregar mayor información sobre el producto, lo que favorece la confianza de los consumidores.

El programa Sello de Origen busca la protección de los productos típicos chilenos a través del registro de Marcas Colectivas, Marcas de Certificación, Indicaciones Geográficas (IG) y Denominaciones de Origen (DO).

3.1. Marcas

En general, las marcas comerciales son signos que permiten distinguir productos, servicios, establecimientos industriales y comerciales en el mercado. La principal característica de una marca es su carácter distintivo, esto es, debe ser capaz de diferenciarse de otras que existan en el mercado, a fin de que el consumidor distinga un producto y/o servicio de otro de

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

la misma especie o idéntico que existan en el mercado. Los consumidores satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usar ese producto. Para ello es necesario que puedan distinguirlo de otros productos idénticos o similares.

3.1.1. Marcas Colectivas

En particular, las marcas colectivas, según la Ley 19.039 de Propiedad Industrial, son signos distintivos susceptibles de representación gráfica que pueden servir para distinguir la procedencia, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y/o servicios producidos y/o prestados por los miembros de una asociación.

Las marcas colectivas permiten diferenciar en el mercado productos y servicios de una asociación o grupo, de aquellos producidos o prestados por terceros que no forman parte de dicha asociación o grupo.

El propietario de una marca colectiva puede ser una asociación de empresas, agricultores o cualquier otra entidad, ya sea una institución pública o una cooperativa.

Un ejemplo de marca colectiva es la Chirimoya Cumbe, que se produce en las provincias de Huarochirí y Huaura, en Perú. En este caso, el titular de la marca colectiva es el Pueblo de Santo Toribio de Cumbe, con 106 comuneros debidamente registrados e identificados. Las reglas de uso de la marca están orientadas al manejo adecuado del producto chirimoya, producido en el valle de Cumbe, que da al producto características especiales por sus condiciones agroclimáticas.

3.1.2. Marcas de Certificación

Las marcas de certificación, según la Ley 19.039 de Propiedad Industrial, son signos distintivos que indican que el producto o servicio cumple con un conjunto de normas y ha sido certificado por una autoridad de certificación. Son signos que aseguran a los consumidores que el producto cumple con estándares de calidad previamente definidos en normas legales, técnicas o reglamentos.

Estas marcas de certificación pueden ser utilizadas por cualquier empresa que pueda demostrar que sus productos cumplen las normas especificadas.

Un ejemplo de marca de certificación es la marca "FreshAtacama", registrada para distinguir las uvas producidas en la Región de Atacama, Chile. Esta marca fue solicitada por la Asociación de Productores y Exportadores del Valle de Copiapó (Apeco) con el objetivo de contar con un sello reconocido que distinga al producto de otros similares (imagen 1) y que garantice a los consumidores que el producto se encuentra sometido a ciertos estándares de producción y medioambientales y a un apropiado control de calidad.

Imagen 1. Marca de Certificación FreshAtacama

Otro ejemplo de marca de certificación se da en el sector vinos. Se trata de la marca "*Certified Sustainable Wine of Chile*", otorgada por el Inapi en diciembre de 2011. La certificación es supervisada por los Consorcios del Vino, entidad vinculada a la Asociación Vinos de Chile, que analiza si las empresas cumplen con los estándares medioambientales y de producción. Es así como, todos los vinos que cumplan los requisitos, pueden usar el sello en sus etiquetas, en su publicidad y en sus sitios web (imagen 2), sello que garantiza que se trata de vinos sustentables.

Imagen 2. Marca de Certificación Certified Sustainable Wine of Chile

3.2. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

Según la Ley 19.039 de Propiedad Industrial, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen protegen productos originarios del país o de una región o localidad, siempre que tengan una calidad, reputación u otra característica imputable a su origen geográfico.

En este sentido, como derechos de propiedad industrial, las IG y las DO constituyen verdaderos signos distintivos. Actualmente, una indicación geográfica o una denominación de origen pueden ser empleadas en cualquier tipo de producto, no sólo agrícola, siempre que cumpla con los requisitos previstos en la Ley de Propiedad Industrial, en su reglamento u otras normas especiales.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Las IG y DO son sellos que certifican que las características, cualidades o reputación de un producto se deben a su origen geográfico.

Estos sellos pueden ser utilizados no sólo por el titular, sino por todos quienes desempeñan su actividad dentro de esa zona geográfica y cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento de Uso y Control, siendo un derecho de uso colectivo.

Las IG y DO ayudan a los consumidores a identificar a un producto como originario de un lugar determinado cuando el producto posee una calidad, reputación u otra característica atribuible al lugar de procedencia.

3.2.1. Indicaciones geográficas

Una indicación geográfica, de acuerdo a la Ley 19.039 de Propiedad Industrial, es un signo distintivo que se otorga a aquellos productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivada específicamente de su lugar de origen.

Por lo general, una indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos.

Un ejemplo típico de indicación geográfica son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción, extracción o cultivo, y que están sometidos a factores locales específicos, tales como las condiciones de clima y suelo.

Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas. En nuestro país, el Limón de Pica fue el primer producto que fue registrado en el Inapi con una IG, en 2010. La cooperativa que obtuvo el sello representa más de 80% de la superficie que se destina a la producción de Limón de Pica, beneficiando a gran parte de los productores locales de la Región de Tarapacá.

3.2.2. Denominación de origen

Según la Ley 19.039 de Propiedad Industrial, una denominación de origen, además de cumplir con la vinculación entre el lugar geográfico y la caracterización del producto, necesita acreditar la presencia de factores naturales y factores humanos característicos del lugar de origen de los productos, como técnicas y tradiciones de elaboración específicas. Por lugar de origen se entiende una ciudad, un pueblo, una región, un país.

Por lo tanto, una denominación de origen identifica a un producto que, además de presentar una calidad específica, una característica geográfica o una reputación, presenta factores naturales y humanos que inciden en la particularidad del producto.

3.3. Diferencias entre una Marca y una Indicación Geográfica

La diferencia entre estos dos tipos de signos se basa en que, en el caso de las marcas, éstas son utilizadas por una empresa para distinguir sus propios bienes y servicios de los de sus competidores y confieren a su titular el derecho de impedir a terceros su utilización.

En cambio, las indicaciones geográficas y denominaciones de origen indican a los consumidores que un producto procede de cierto lugar y posee ciertas características derivadas de dicho lugar. En este caso, las IG/DO pueden ser utilizadas por todos los productores que producen en el lugar designado por la IG/DO y cuyos productos comparten las cualidades típicas del lugar.

3.4. Requisitos para presentar una Indicación Geográfica o una Denominación de Origen

El Inapi ha estipulado ciertas exigencias formales que se deben cumplir al momento de presentar la solicitud de indicación geográfica o denominación de origen, entre las que se encuentran:

a. Nombre, domicilio, RUT del solicitante.
b. Actividad relacionada con la IG o DO solicitada. Se debe acreditar que el solicitante representa un grupo significativo de productores, artesanos o fabricantes cuyos predios se ubican dentro del área geográfica protegida.
c. Señalar claramente la IG o DO de que se trata.
d. Señalar claramente el área geográfica de producción, extracción, transformación o elaboración del producto, señalando la división política administrativa correspondiente. Se deben señalar, además, las coordenadas UTM que cubren el área protegida.
e. Descripción detallada del producto o los productos que se distinguirán con la IG o DO, así como todas aquellas características o cualidades esenciales del mismo producto.
f. Un estudio técnico que aporte antecedentes que permitan sustentar que la solicitud cumple con los requisitos de reputación, calidad u otras características de un producto asociado a un lugar determinado.
g. Acompañar un proyecto de reglamento de uso y control.

En el caso de las solicitudes de IG o DO relativas a productos silvoagropecuarios y agroindustriales, además, se requiere un informe favorable del Ministerio de Agricultura. El Minagri, a través de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, tiene 120 días hábiles para conformar un comité de evaluación y elaborar informe respecto a la pertinencia o no del registro.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

En el cuadro 1 se resume la información que los postulantes deben presentar al Inapi, al momento de solicitar una indicación geográfica y una denominación de origen.

Todos los formularios correspondientes se encuentran en *www.inapi.cl*

3.5. Cómo funciona el Programa Sello de Origen

A principios de 2012, cada región del país, a través de su Intendente y su Seremi de Economía, presentó una lista de potenciales productos a registrarse, el que fue analizado por una Comisión Técnica. De esta lista se priorizaron los productos con mayor potencial para cada región, a través de un Comité Regional.

En la actualidad se está estudiando la forma de licitar los estudios técnicos necesarios para los productos seleccionados, así como estimar los costos involucrados. Una vez terminado el estudio técnico, se presentarán las carpetas al Inapi para su análisis y registro. Finalmente, el Ministerio de Economía preparará un manual de uso para los productos seleccionados y se hará entrega del Sello de Origen (imagen 3) a los productos registrados por el Inapi.

El financiamiento de este programa está a cargo de la Subsecretaría de Desarrollo Regional (Subdere), que ha desarrollado un trabajo en regiones a través del programa Fortalecimiento de la Identidad Regional, el que destinará parte de sus fondos a financiar uno o más estudios técnicos por región, según los costos asociados. También se espera el aporte de entidades privadas u organizaciones que quieran apoyar este programa, que va en beneficio de las comunidades regionales. Igualmente se espera que, en el futuro, algunos fondos públicos puedan destinarse a esta iniciativa.

Más información en *www.sellodeorigen.cl*

4. Productos protegidos en Chile

En la actualidad, nuestro país ya cuenta con algunos productos protegidos a través del sistema de marcas e indicaciones geográficas del Inapi y otros que se encuentran en tramitación, de los cuales a continuación se mencionan algunos:

Productos con Indicación Geográfica:

- Limón de Pica (2010).
- Langosta de Juan Fernández (diciembre 2011).
- Cordero Magallánico (en tramitación).
- Cangrejo Dorado de Juan Fernández (en tramitación).
- Atún de la Isla de Pascua (en tramitación).
- Aceite de Oliva del Valle del Huasco (en tramitación).
- Turrón de Alicante y Turrón de Jijona (en tramitación).
- Ciruela seca D'Agen (en tramitación).

Productos con Denominación de Origen:

- Cerámicas Chulucanas (Perú).
- Maíz Blanco Gigante Cusco (Perú).
- Tequila de México (en tramitación).
- Habano de Cuba (en tramitación).

Cuadro 1. Requisitos de postulación

Indicación Geográfica	Denominación de Origen
1. Antecedentes del solicitante 2. Nombre del producto 3. Zona geográfica de producción 4. Descripción del producto (materias primas, características físicas, microbiológicas y organolépticas, etc.) 5. Estudio técnico (antecedentes sobre las características o cualidades que se le atribuyen al producto imputables a su origen geográfico) 6. Reglamento de Uso y Control	1. Antecedentes del solicitante 2. Nombre del producto 3. Zona geográfica de producción 4. Descripción del producto (materias primas, características físicas, microbiológicas y organolépticas, etc.) 5. Descripción del método de obtención del producto 6. Estudio técnico (antecedentes sobre las características o cualidades que se le atribuyen al producto imputables a su origen geográfico) 7. Reglamento de Uso y Control

Imagen 3. Sellos del programa Sello de Origen

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

- Alfarería de Pomaire (en tramitación).
- Cordero chilote (en tramitación).
- Cauquenes o Cauque: uva y vino de Cauquenes (en tramitación).
- Cauquenes: olivas y aceite de olivas de Cauquenes (en tramitación).

Productos con Marca de Certificación

- Uva de mesa. FreshAtacama.
- Vinos. Certified Sustainable Wine of Chile.

5. Beneficios directos e indirectos de los sellos de origen

La Ley de Propiedad Industrial permite diferenciar productos y servicios mediante el uso de diversas herramientas, entre las cuales se encuentran las marcas colectivas, las marcas de certificación, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

El identificar productos y servicios conlleva una serie de beneficios a los productores, entre los que vale la pena mencionar:

- Permite conceder derechos exclusivos para la producción y comercialización.
- Aumenta el precio al consumidor final (consumidores en la UE dispuestos a pagar hasta un 20% más).
- Es un elemento esencial para un marketing exitoso de los productos, ya que les agrega valor.
- Diferencia el producto, relacionándolo a una determinada calidad, característica o reputación.
- Permite su trazabilidad, lo que puede ayudar a garantizar la calidad del producto y su posible exportación.
- En un mediano plazo, podrá ser parte de una amplia red de canales de venta a nivel nacional e internacional.

En cuanto a las regiones, entre los beneficios se encuentran:

- Empleo: genera mayor empleo, mitigando el efecto de migración rural-urbana.
- Economía: incentiva el fomento productivo, desarrolla la producción local.
- Turismo: genera nuevas rutas turísticas y aumenta la demanda de la zona.
- Cultura: conserva las prácticas tradicionales y rescata la cultura local.
- Medio ambiente: conserva la biodiversidad y el medio ambiente.
- Gobernabilidad: genera mayor trabajo colaborativo entre las instituciones.

6. Conclusiones

Para responder a las exigencias, de los cada vez más informados consumidores, los productores están realizando grandes esfuerzos para diferenciar sus productos y protegerlos de la competencia. Para ello, el Inapi cuenta con una serie de herramientas que ofrece a los agricultores para lograr este objetivo.

El Gobierno, por su parte, ha desarrollado el programa Sello de Origen, que busca impulsar el uso de estas herramientas de diferenciación, para proteger la reputación y calidad de los productos típicos chilenos, a través de las Marcas Colectivas, las Marcas de Certificación, las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen; impulsar el emprendimiento; fortalecer las pymes y generar un beneficio económico directo (mayor valor) y un beneficio social (identificación cultural, asociatividad, descentralización, etc.).

Se espera que a septiembre de 2013 ingresen a Inapi, a través del programa Sello de Origen, los antecedentes de al menos tres productos por región, para su evaluación y registro de IG o DO.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Mercado de los arándanos, sin nubarrones en el horizonte

Jaime Antonio Bravo Mina

Situación mundial

Superficie y producción mundial

La superficie mundial plantada con arándanos (*highbush*) alcanzó 77.102 hectáreas en 2010, según cifras del *US Highbush Blueberry Council* publicadas en el estudio "Superficie y producción mundial de arándanos", registrando un importante incremento de 84% entre los años 2005 y 2010.

Según este estudio, Norteamérica registra la mayor superficie plantada, con 44.652 hectáreas y un 57,6% de la superficie mundial. Dentro de Norteamérica, Estados Unidos lidera la superficie plantada, con 34.825 hectáreas y 45,2% de la superficie mundial. Sudamérica aparece ocupando la segunda mayor superficie plantada de arándanos a nivel mundial, con 17.814 hectáreas y 23,1% de la superficie mundial. Chile registra la mayor superficie en Sudamérica y la segunda a nivel mundial, con 13.057 hectáreas y un 16,9% de la superficie mundial. Europa se ubica en el tercer lugar, con 8.194 hectáreas y un 10,6% de la superficie mundial. Polonia aparece con la mayor superficie europea y un 4,1% de la superficie mundial.

La producción mundial de arándanos (*highbush*), según el *US Highbush Blueberry Council* en el mismo estudio para el año 2010, alcanzó a 342.000 toneladas, con un crecimiento de 24% entre los años 2008 y 2010. La producción mundial media por hectárea experimentó una leve variación entre estos dos años, desde 4.195 kilos a 4.435 kilos por hectárea.

Norteamérica encabeza la producción mundial de arándanos, con 223.200 toneladas y un 65,3% de ella. Estados Unidos lidera la producción dentro de Norteamérica y a nivel mundial, con 178.000 toneladas y 52% de la producción mundial. Sudamérica ocupa el segundo lugar, con 69.500 toneladas y 20,4% de la producción. Chile es el productor más importante de Sudamérica y segundo a nivel mundial, con 56.000 toneladas y 16,3% de la producción mundial, según el estudio en referencia. Por otra parte, Canadá ocupa el tercer lugar como productor mundial, con 43.000 toneladas y 12,7% del total.

La producción mundial de arándanos se transa en un alto porcentaje en los mercados internacionales, a pesar de que el mayor productor mundial, Estados Unidos, tiene un alto consumo interno y destina parte importante de su producción a satisfacer su demanda doméstica, la que debe ser complementada con elevadas importaciones. Chile, como segundo productor mundial, orienta casi el total de su producción a los mercados externos.

La producción mundial de arándanos está altamente concentrada en tres países: Estados Unidos, Chile y Canadá, los cuales generan más de 80% del abastecimiento mundial. Argentina, Polonia, Alemania, España, Australia y Uruguay completan en parte el 20% restante, pero con producciones poco significativas, salvo Argentina, Polonia, Alemania y España, cuyas producciones rondan las 10.000 toneladas.

Comercio exterior mundial de arándanos

Principales países importadores

El volumen de las importaciones mundiales de arándanos registró un importante crecimiento durante la década 2002-2011, según cifras del Centro de Comercio Internacional (CCI), con un aumento de 132.784 toneladas (120,5%), desde 110.154 toneladas en el año 2002 a 242.938 toneladas en el año 2011.

Las importaciones de arándanos frescos están altamente concentradas en cuatro países. Estados Unidos es el gran importador de arándanos frescos, captando más de la mitad de las importaciones mundiales, seguido por Canadá. Junto con EE.UU., captan más de 72% de las importaciones. Los países europeos, encabezados por el Reino Unido y los Países Bajos, significan cerca de 25%, en tanto los recientemente incorporados mercados asiáticos completan el total (figura 1).

Estados Unidos ha duplicado sus importaciones durante la década 2002-2011, al igual que Canadá. El Reino Unido presenta un incremento de diez veces su volumen importado de arándanos frescos entre los años 2002 y 2011, mientras que las importaciones de los Países Bajos han experimentado un aumento de veinte veces.

El valor de las importaciones mundiales de arándanos también ha registrado un incremento sustancial en el período (581%), desde USD 175 millones en el año 2002 a USD 1.192 millones en 2011. Esto revela un importante incremento de los precios medios de importación, desde USD 1,59 por kilo en 2002 a USD 4,91 en 2011.

Se aprecia en general un crecimiento sostenido de las importaciones en todos los principales países importadores durante la década, con algunas disminuciones puntuales durante la crisis del año 2009 (figura 2).

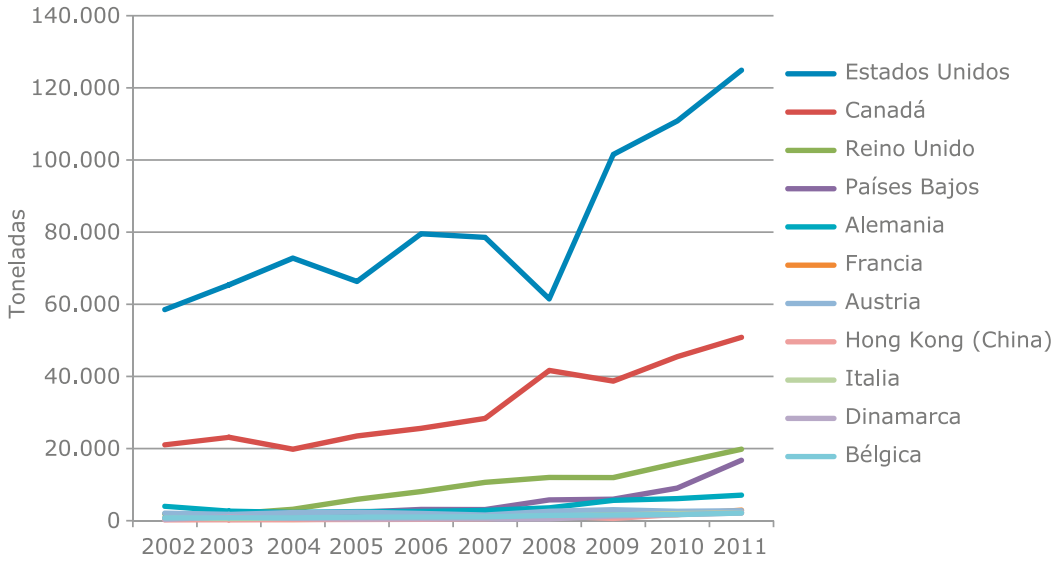
Principales países exportadores de arándanos

El volumen de las exportaciones mundiales de arándanos frescos aumentó en 107% en el período 2002-2011, desde 121.195 toneladas en el año 2002 a 251.317 toneladas en el año 2011, según cifras del Centro de Comercio Internacional (CCI).

Los cinco mayores exportadores mundiales de arándanos frescos concentraron casi el 90% del volumen de

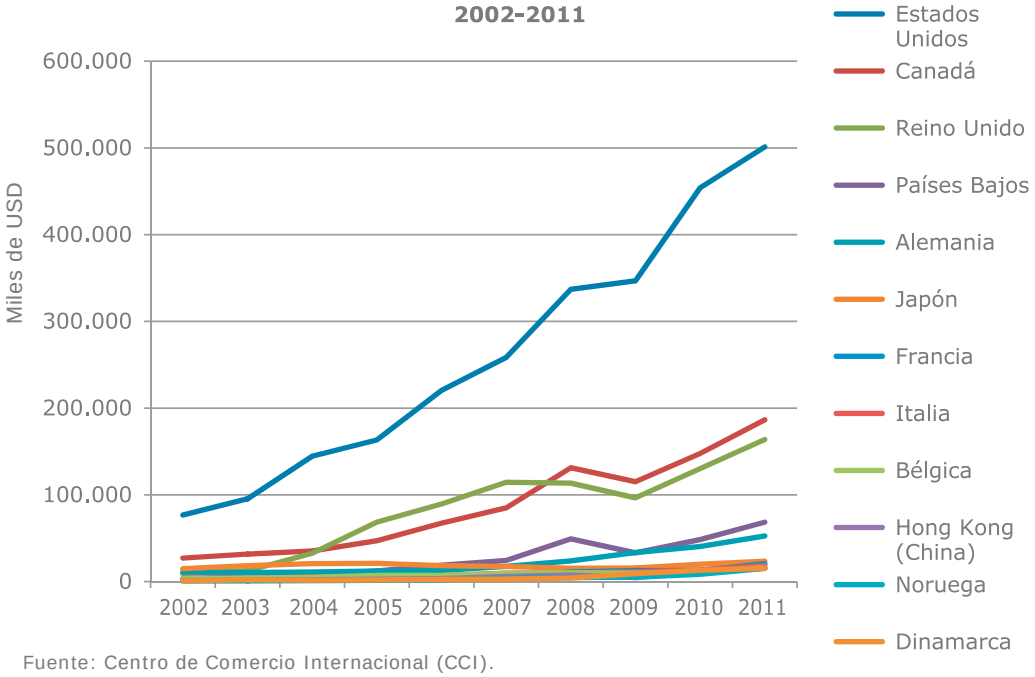
ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Figura 1. Volumen de las importaciones de los principales países importadores de arándanos frescos 2002-2011



Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI).

Figura 2. Valor de las importaciones de los principales países importadores de arándanos frescos 2002-2011



Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI).

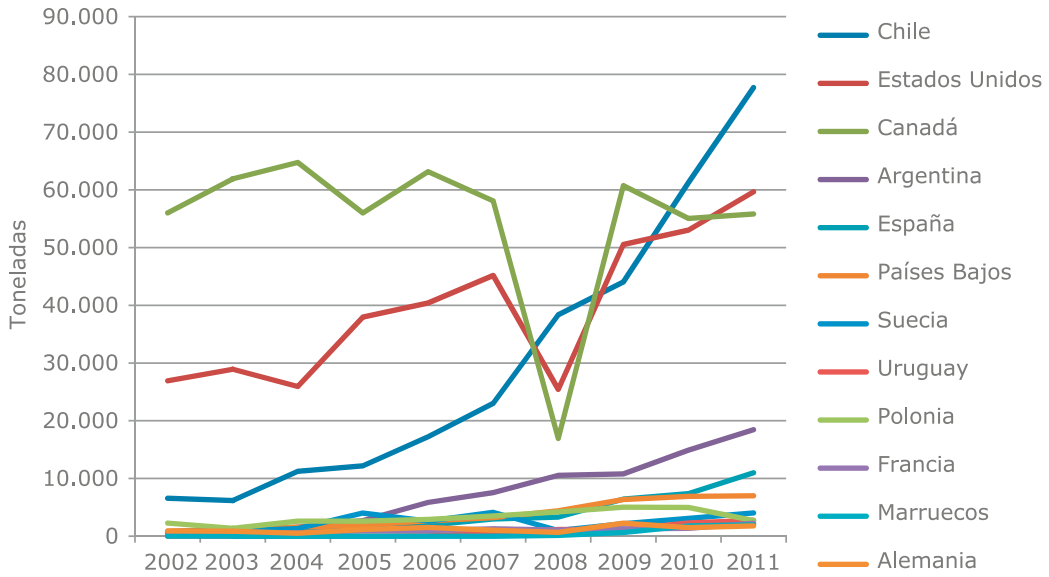
las exportaciones mundiales en el año 2011, bajo el liderazgo de Chile, con una participación de 30,9%, seguido por Estados Unidos (23,7%), Canadá (22,2%), Argentina (7,3%) y España (4,4%). Según las cifras del Centro de Comercio Internacional (CCI) para el año 2011, Chile ha logrado posicionarse como el mayor exportador mundial de arándanos frescos, según el volumen exportado, incrementando su participación en el mercado consumidor de arándanos frescos desde 5,4% en 2002 a 30,9% en 2011 (figura 3).

El volumen de las exportaciones de arándanos frescos de Chile ha registrado un crecimiento de 1.082% entre los años 2002 y 2011, muy por sobre el crecimiento de 107% de las exportaciones mundiales en el período y el segundo mayor porcentaje de crecimiento entre los cinco mayores exportadores mundiales, detrás de España.

De lo señalado anteriormente se desprende que los competidores indirectos que Chile enfrenta en el

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Figura 3. Volumen exportado por los principales países exportadores de arándanos frescos 2002-2011



Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI).

mercado mundial de las exportaciones de arándanos, esto es, Canadá y Estados Unidos, los principales países exportadores del hemisferio norte, han perdido participación y, debido al fuerte aumento de su consumo interno, han aumentado sustancialmente sus importaciones de arándanos.

Chile no presenta competidores directos de volúmenes equivalentes que puedan abastecer el mercado en contraestación del hemisferio norte. Argentina, que apareció como una amenaza importante en la última parte de la década, ha ido perdiendo fuerza, debido a dificultades productivas, climáticas, fitosanitarias y de gestión, lo que ha derivado en un estancamiento de la superficie plantada en algo más de 3.000 hectáreas. Cabe señalar que el desarrollo de la industria del arándano en Argentina correspondió desde sus inicios a inversión chilena, tanto financiera como tecnológica y productiva, situación que se mantiene aún con presencia de las mayores exportadoras chilenas de arándanos en ese país.

Uruguay, que también aparecía como una alternativa productiva viable, aunque en menor escala, ha experimentado una fuerte caída en rentabilidad, que ha llevado al cultivo a disminuir la superficie plantada, desde 850 hectáreas en 2009 a 450 hectáreas en 2012.

Perú ha sido mencionado como un posible potencial competidor de Chile, aunque con producción más temprana que el mayor volumen de producción chilena, ubicándose en la ventana que abastece Argentina. La agricultura de exportación peruana ha tenido un gran despegue en los últimos años, apoyada en la ley de promoción agrícola. Esta ley entrega atractivas ventajas tributarias, lo que ha llevado a que un alto porcentaje de las inversiones en el sector sean realizadas por empresas (grupos) no agrícolas, en extensas superficies y por altos valores, en las zonas costeras, especialmente en la explotación de uva de mesa y paltos. Estos cultivos son altamente rentables y han elevado el costo de la tierra y la mano de obra, lo cual hace difícil la competencia para nuevos cultivos como el arándano. Asimismo, esta incipiente industria carece de viveros y genética adecuada, así como de experiencia productiva válida, lo cual hace prever que un despegue mayor de este cultivo sólo será alcanzado en 3 o 4 años más. Actualmente la superficie plantada con arándanos en el Perú es de 300 hectáreas.

Por otra parte, hay incipientes desarrollos de esta industria en Colombia, Brasil y México. Este último país ha sido un fuerte competidor y ha desplazado a Chile del mercado americano de las frambuesas y moras frescas, por lo cual puede representar un peligro para la industria chilena del arándano en el mediano y largo plazo, aunque las mayores exportadoras chilenas han tenido y tienen una alta participación en el desarrollo de la industria mexicana de *berries*.

Australia ha permanecido con una superficie de alrededor de 1.500 hectáreas entre los años 2005 y 2010, lo que refleja que los arándanos son una industria estancada en ese país. Nueva Zelanda muestra una expansión en los últimos cinco años, que le ha permitido llegar a 1.500 hectáreas, y podría ser una amenaza relativa para abastecer los mercados asiáticos en el mediano plazo.

El valor de las exportaciones mundiales de arándanos aumentó en USD 1.117 millones (684%) en el período 2002-2011, desde USD 163 millones en 2002 a USD 1.281 millones en el año 2011.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Chile es también el líder exportador mundial de arándanos de acuerdo al valor exportado, seguido por Estados Unidos, que mantiene el segundo lugar al que accedió a partir del año 2006 (figura 4). Canadá, a pesar de ser el tercer mayor exportador mundial por volumen exportado, sólo ocupa el cuarto lugar por valor exportado, siendo desplazado por Argentina, país que, al igual que Chile, obtiene altos precios al exportar en contraestación.

Argentina lidera el grupo de países exportadores de arándanos frescos en cuanto a los precios obtenidos por sus exportaciones, con una media de USD 8,70 por kilo para el año 2011. Le siguen España, con USD 7,73; Chile, con USD 5,51; Estados Unidos, con USD3,62, y Canadá, con USD 2,45. Estas cifras reflejan claramente la ventaja de la producción en contraestación dirigida al hemisferio norte, con la excepción de España, que, aunque se ubica en dicho hemisferio, tiene sus centros productivos en el sur del país, con lo cual obtiene producción fuera de temporada en las ventanas de menor volumen de abastecimiento en Europa. Asimismo, los precios que obtienen las exportaciones de Estados Unidos y Canadá confirman los menores niveles obtenidos en plena temporada del hemisferio norte.

Situación nacional

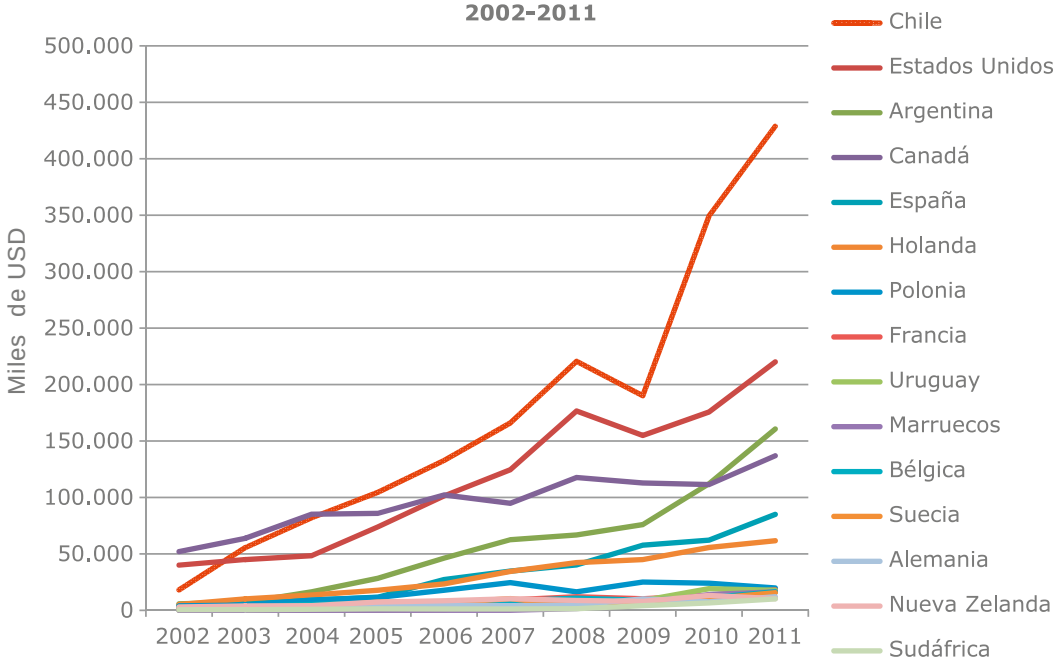
Superficie plantada

Aceptando el hecho de que no hay cifras oficiales actualizadas para determinar la superficie nacional plantada con arándanos, se ha definido hacer una estimación de acuerdo a la información entregada por los últimos catastros e intercatastros frutícolas de Cirén-Odepa para las diferentes regiones, tomando en cuenta las últimas dos mediciones disponibles para cada región, la última de las cuales se ha catastrado entre los años 2008 y 2012 según la región, metodología que será utilizada también en los análisis posteriores de este artículo. Según esta estimación, el área plantada alcanzaría a 13.016 hectáreas (Cuadro 1). Cabe señalar que, de acuerdo a la metodología aplicada, la superficie estimada hasta el año 2011 alcanzaba a 8.460 hectáreas, área que se vio incrementada sustancialmente al incorporar los resultados del catastro 2012 para las regiones del Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, zonas en que la expansión del cultivo ha sido muy importante. Es probable que de la actualización de las demás regiones resulte una estimación de superficie aún mayor.

De acuerdo a la metodología ya comentada, la superficie plantada de arándanos en el país se concentra en las regiones del Biobío (32,9% de la superficie nacional), el Maule (20,2%), La Araucanía (12,0%) y Los Lagos (11,7%), entre las regiones de participación significativa en el área plantada de arándanos a nivel nacional, que cubren 85,5% de la superficie nacional.

Es interesante destacar que, a pesar del aumento de superficie experimentado entre las regiones de Coquimbo y O'Higgins, la gran expansión se ha dado en las regiones del sur, que presentan naturalmente mejores condiciones edafoclimáticas para el desarrollo del cultivo.

Figura 4. Valor de las exportaciones de los principales países exportadores de arándanos frescos 2002-2011



Fuente: Centro de Comercio Internacional (CCI).

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Cuadro 1. Distribución regional de la superficie plantada de arándanos				
Región	**2008-2012**	**2002-2007**	**Variación (%)**	**Variación (ha)**
Coquimbo 2011/ (2005)	331	36	819	295
Valparaíso 2008/ (2002)	341	52	556	289
Metropolitana 2010/ (2004)	335	109	207	226
O'Higgins 2009/ (2003)	875	49	1.686	826
Maule 2007/ (intercatastro 2011)	2.633	2.018	30	615
Biobío 2012/ (2006)	4.280	1.578	171	2.702
Araucanía 2012/ (2006)	1.561	721	117	840
De los Ríos 2012/ (2006)	1.141	–	–	1.141
De Los Lagos 2012/ (2006)	1.519	1.099	38	420
Total	**13.016**	**5.662**	**130**	**7.354**

Fuente: catastros e intercatastros regionales elaborados por Cirén.

Producción

Aunque tampoco existen estadísticas oficiales respecto de la producción nacional de arándanos, se puede hacer una estimación basada en los diversos antecedentes que entregan los catastros e intercatastros regionales de Cirén-Odepa, relacionados con la producción media regional, los porcentajes de la producción regional destinados a exportaciones, mercado interno y agroindustria y otros antecedentes regionales. De acuerdo a ese análisis, se ha determinado una producción nacional estimada de arándanos de 101.000 toneladas para el año 2011.

Como referencia se puede señalar que, de acuerdo a los últimos catastros publicados por Cirén en julio de 2012, para las regiones del Biobío, La Araucanía, Los Ríos y Los Lagos, la producción informada para las cuatro regiones alcanzaba a alrededor de 60.000 toneladas.

La superficie plantada de arándanos tuvo un crecimiento importante entre los años 2001 y 2011, aumentando alrededor de diez veces. Por su parte, la producción registró un crecimiento aún mayor, a medida que los huertos fueron avanzando a etapas de plena producción. Cabe señalar que la producción creció a un promedio anual de 35% entre los años 2005 y 2011, sin afectar mayormente el proceso de comercialización hacia los mercados externos, aun cuando ha requerido en los últimos años de un cierto grado de coordinación para comercializar ordenadamente este mayor volumen.

Existencias de plantas de arándanos por variedad 2004-2011

La información del Cuadro 2, derivada de las existencias de plantas para el expendio que comunican los viveros al Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), está disponible sólo para algunas variedades de arándanos para todos los años anteriores a 2011, en particular para aquellas variedades más tradicionales. De acuerdo a las cifras para el período 2004-2011, las variedades que registran mayores niveles de existencias de plantas (que no necesariamente significa que hayan sido plantadas) están encabezadas por Duke, Brigitta, O'Neil, Legacy y Elliott, las cuales cubren más de dos tercios de las plantas disponibles en el período.

Se aprecia una disponibilidad promedio de alrededor de 10 millones de plantas durante los últimos cuatro años, que equivalen a una superficie a plantar de 3.000 hectáreas, cifra que se ha visto reducida durante el año 2011 a 7 millones de plantas, equivalentes a 2.000 hectáreas. Esta baja indica cierto estancamiento en la disponibilidad de material productivo para la última temporada, que obedece a una menor estimación por parte de los viveristas sobre el crecimiento de la inversión en la industria de los arándanos, lo cual no se condice con las perspectivas y potencial de mercado y desarrollo que presenta la industria.

Situación arancelaria

La firma e implementación de acuerdos comerciales y tratados de libre comercio de Chile con una gran cantidad de países ha facilitado la entrada de la fruta chilena, y en particular de los arándanos, a los más importantes mercados consumidores mundiales.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado con Estados Unidos en el año 2004 permite actualmente la entrada libre de aranceles de los arándanos chilenos al mercado de Estados Unidos.

El Acuerdo de Asociación Económica firmado con la Unión Europea permite también el acceso libre de arancel a este importante mercado para los arándanos chilenos.

El mercado chino se abrió en este año para los arándanos de Chile, luego de llegarse a un acuerdo con las autoridades chinas sobre los requisitos fitosanitarios a cumplir. Según lo acordado en la lista negociada en el TLC con China, los arándanos chilenos están sujetos a un arancel de 30%, con una rebaja de 10% del arancel a partir de la entrada en vigencia del acuerdo (1 de octubre de 2006) y desgravación a diez años.

En el caso de Corea del Sur, el TLC que entró en vigencia el 1 abril de 2004 estableció una desgravación arancelaria en diez años, por lo cual a partir del 1 de enero del año 2014 los arándanos frescos entrarán a Corea libres de arancel.

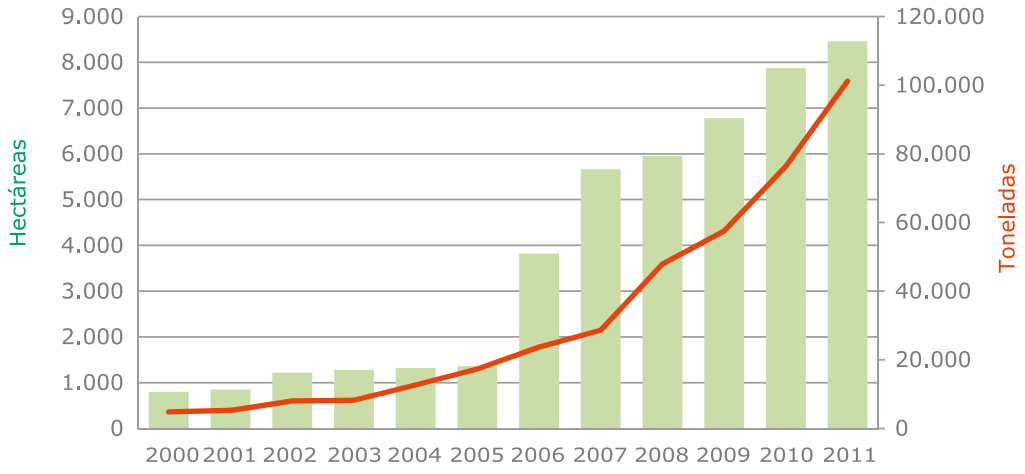
ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

Cuadro 2. Existencias de plantas de arándanos para la venta en viveros (2004-2011)

Variedades	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2004-2011
Duke	51.000	1.549.587	2.428.753	3.319.984	1.083.363	2.695.764	790.990	727.085	12.646.526
Brigitta	150.000	717.964	1.010.293	2.399.644	2.087.619	1.293.572	1.001.340	423.570	9.084.002
O'Neil	311.200	1.902.524	1.260.486	2.416.347	1.121.409	1.015.408	780.895	213.591	9.021.860
Legacy		30.636	386.226	1.878.764	713.776	1.997.973	958.152	1.024.940	6.990.467
Elliott	101.000	531.967	381.253	1.686.068	325.907	862.599	1.657.921	476.282	6.022.997
Blue Crop	105.000	573.700	346.955	1.714.611	376.410	546.211	722.249	70.605	4.455.741
Misty	80.000	399.300	467.819	788.104	430.819	657.283	210.737	53.380	3.087.442
Biloxi	56.000	120.000	36.000	4.234	0	1.549.228	828.154	185.502	2.779.118
Star	10.200	149.692	116.500	215.095	68.000	149.757	562.416	388.820	1.660.480
Brightwell		175.359	20.000	604.500	301.956	190.798	105.590	105.552	1.503.755
Rocío								1.380.674	1.380.674
Tifblue		99.180	35.000	303.366	244.784	235.545	125.658	92.684	1.136.217
Liberty							933.679	109.739	1.043.418
Blue Gold		108.760	102.168	299.927	23.013	198.668	101.993	28.610	863.139
Jewel							375.850	403.513	779.363
Draper							445.221	162.431	607.652
Emerald							250.000	150.000	400.000
Subtotal	**864.400**	**6.358.669**	**6.591.453**	**15.630.644**	**6.777.056**	**11.392.806**	**9.850.845**	**5.996.978**	**63.462.851**
Otras	0	434.029	307.146	397.340	587.691	452.767	801.314	953.496	3.933.783
Total	**864.400**	**6.792.698**	**6.898.599**	**16.027.984**	**7.364.747**	**11.845.573**	**10.652.159**	**6.950.474**	**67.396.634**

Fuente: elaborado por Odepa con información del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG).

Figura 5. Chile: superficie y producción de arándanos 2000-2011



Fuente: Odepa.

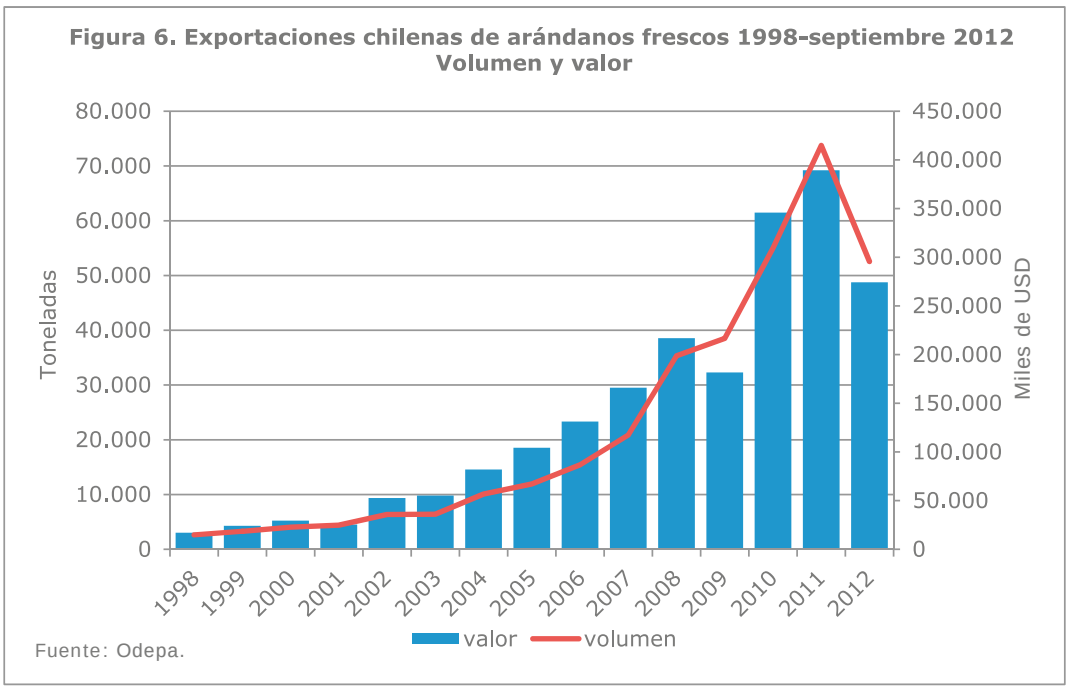
Exportaciones chilenas de arándanos (1998-2012)

El volumen de las exportaciones de arándanos frescos registró un crecimiento similar al de la producción entre los años 2005 y 2010: 34%. Asimismo, las exportaciones de arándanos frescos incrementaron sustancialmente su aporte como generadoras de divisas para el país, subiendo el valor exportado desde USD 29,5 millones en el año 2000 a USD 389 millones en el año 2011, alcanzando 10,2% del valor total de las exportaciones chilenas de frutas frescas (figura 6). La industria chilena del arándano ha pasado a ocupar el liderazgo mundial como el mayor exportador de esta especie.

En el año 2002 se inició la exportación de arándanos congelados, como una alternativa para los productores que, en particular en las últimas temporadas, ha sido altamente rentable, alcanzando a 27.400 toneladas y generando un valor exportado de USD 91 millones en el año 2011.

La industria de arándanos, tanto frescos como congelados, generó USD 479 millones en el año 2011, lo que refleja la alta importancia económica que ha adquirido

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA



Cuadro 3. Participación de los países de destino en las exportaciones chilenas de arándanos frescos (%)

País	Volumen			Valor		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012
EE.UU.	83,2	82,8	76,8	81,0	78,8	73,2
Países Bajos	4,8	6,0	10,0	5,4	6,9	10,9
Reino Unido	7,4	6,4	7,5	8,3	7,8	8,6
Hong Kong	1,5	1,7	2,0	1,5	2,4	2,7
Japón	1,0	1,2	1,0	1,4	2,0	1,6
Canadá	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
China	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	0,6
Alemania	0,5	0,2	0,2	0,7	0,3	0,3
Singapur	0,1	0,0	0,2	0,1	0,0	0,3
Taiwán	0,2	0,2	0,1	0,3	0,4	0,2
España	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2

Fuente: Odepa con datos del Servicio Nacional de Aduanas

este cultivo, no sólo para la industria frutícola, sino para el país.

Principales destinos de las exportaciones de arándanos frescos chilenos (2010-2012)

Al analizar los mercados de destino de los arándanos frescos chilenos, se aprecia la alta concentración en sólo tres mercados, aunque con una creciente mayor participación del mercado europeo y de los mercados asiáticos en los tres últimos años. Se aprecia así una creciente participación del mercado de Hong Kong, así como la irrupción del mercado chino, que en su primer año logra captar un 0,5% de participación de las exportaciones chilenas de arándanos.

Perspectivas para la temporada 2012-2013

La temporada 2012-2013 se visualiza bien en términos productivos para las exportaciones de arándanos frescos, ya que las condiciones meteorológicas han sido normales hasta el inicio de ella. La estimación del Comité de Arándanos es alcanzar una exportación de 84.000 toneladas en la temporada, lo cual significa un sustancial incremento (18,3%) sobre las 71.000 toneladas exportadas en la temporada 2011-2012, la cual se vio severamente afectada por las altas temperaturas registradas en las zonas productivas en los meses de verano.

La situación del mayor mercado de exportación para Chile, Estados Unidos, indica que existe un alto stock de fruta congelada, lo que haría bajar los precios pagados por la fruta procesada en un porcentaje importante, por lo cual es poco probable que la alternativa de equivalencia de precios entre fresco y congelado se dé en esta temporada. Por lo tanto, es fundamental que los productores de arándanos que hayan elegido anteriormente esa alternativa comercial vuelvan a centrarse en el tema de la calidad, para poder reingresar al mercado

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

de fruta fresca. No se aprecian factores negativos que puedan afectar el nivel de precios de la fruta fresca chilena, por lo cual se espera una temporada con precios similares a los de la temporada pasada.

Conclusiones y desafíos

La industria chilena de arándanos frescos está alcanzando su madurez y ha logrado posicionarse como el tercer mayor generador de recursos externos para el país dentro de la industria frutícola, abasteciendo a exigentes mercados como los de Estados Unidos, Europa y últimamente, a los mercados asiáticos. El dinámico desarrollo de esta industria ha logrado ubicar a Chile, de acuerdo al valor de sus exportaciones, como el líder mundial exportador de arándanos frescos.

El mayor desafío que enfrenta la industria es mantener y acrecentar esta posición de liderazgo en un mundo cada día más competitivo, para lo cual se requiere un esfuerzo a nivel de todas las etapas de la cadena, que permita mejorar la competitividad del sector.

Las nuevas condiciones que enfrentará la actividad frutícola debido al cambio climático y las crecientes exigencias de los mercados sobre huella de carbono, huella de agua, comercio justo, productos orgánicos, responsabilidad social de la empresa y otras, requieren de programas de desarrollo científico-tecnológico específicos en todas las fases de la cadena de valor desde la producción al consumo, con alta demanda de innovación, para competir con los más eficientes productores a nivel mundial.

La industria ha mejorado en forma sustancial su competitividad en aspectos productivos, mejorando sus variedades, la producción por hectárea y el porcentaje de fruta exportable; pero debe desarrollar nuevos envases y embalajes, incorporar nuevas tecnologías en los procesos productivos, agregar valor e innovar en sus estrategias de marketing y comercialización, temas que aparecen como desafíos a enfrentar en el mediano y largo plazo.

Mejorar la competitividad de la industria requiere también abordar factores que la influyen de manera muy relevante, como el tipo de cambio, los costos de la energía, el riego y la infraestructura pública. En este sentido, el Ministerio de Agricultura ha establecido una mesa de la competitividad de la agricultura, con participación de representantes de todos los sectores involucrados en la actividad agrícola, la cual tiene como función fundamental buscar soluciones que permitan mejorar la competitividad de la agricultura chilena.

También es un gran desafío para la industria ser suficientemente competitiva para captar la cada vez más escasa mano de obra agrícola. La capacitación para mejorar la productividad de la mano de obra aparece como una de las claves para seguir avanzando en mejorar la competitividad de la industria, dada la alta participación del factor trabajo en la estructura de costos del sector. Es interesante resaltar la labor que está realizando Chile Valora, organismo encargado del desarrollo del sistema de certificación de competencias laborales, el cual está siendo implementado en forma amplia por la industria frutícola. Asimismo, los acuerdos de mayor flexibilidad laboral, aún en etapa de discusión legislativa, contribuyen también en la misma dirección.

Dadas las restricciones anteriormente comentadas sobre la escasez de mano de obra, la industria debe avanzar igualmente en incorporar ciertos grados de mecanización en su actividad productiva. Algunas experiencias en las faenas de cosecha han dado resultados promisorios y es un tema sobre el cual se necesita mayor investigación.

A pesar del crecimiento importante de la participación de países europeos (los Países Bajos y Reino Unido), la alta dependencia de unos pocos mercados que captan la mayor parte de las exportaciones chilenas de arándanos frescos (los tres principales concentran más de 95% de las exportaciones), y Estados Unidos en particular, que absorbe alrededor de 80% de las exportaciones, hace necesario un mayor esfuerzo por diversificar los mercados de destino en el mediano plazo y así poder evitar eventuales bajas o crisis de consumo en alguno de ellos.

La reciente apertura de los mercados asiáticos de China y Corea del Sur abre una posibilidad cierta de diversificación de mercados para la industria de los arándanos frescos. Se está también gestionando la apertura del mercado de la India, que tiene un potencial insospechado como posible destino de los envíos chilenos. Asimismo, aparte de Brasil, que junto con ser un potencial productor puede ser también un interesante mercado, se debe extender la presencia en los mercados emergentes que están registrando altos índices de incorporación de la población a segmentos de mayores ingresos y, por lo tanto, son mercados de gran potencial para un producto caro como los arándanos.

La industria de los arándanos se ha estructurado orgánicamente a través del Comité de Arándanos, lo que le ha permitido actuar en forma conjunta ante los nuevos desafíos que imponen los mercados consumidores. Esta herramienta de asociatividad ha tenido exitosos resultados y ha sido un instrumento que Odepa considera adecuado para evitar situaciones de descoordinación como la enfrentada por la industria en temporadas recientes, así como una iniciativa altamente recomendable para enfrentar los desafíos futuros de esta y otras especies que aún no participan de esquemas similares.

En resumen, la industria chilena de arándanos se encuentra en una situación muy ventajosa, sin mayor competencia relevante durante los próximos años de parte de abastecedores en contraestación. Se enfrenta un mercado de importación mundial que ha quintuplicado su valor en la última década y que muestra señales de seguir creciendo en los próximos años, sobre la base de las características saludables/medicinales del fruto. Aunque Chile abastece casi un tercio del mercado mundial, hay espacio aún para seguir creciendo en volumen y participación en este dinámico mercado.

ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA ODEPA

www.odepa.gob.cl
odepa@odepa.gob.cl

ODEPA
Ministerio de Agricultura

Gobierno de Chile

INFORMATIVOS ODEPA

Apoyando a los agricultores con información clave en la toma de decisiones para su gestión

Ministerio de Agricultura