



OBSERVATORIO GRANJERO DURAZNO

NOVIEMBRE



JUNAGRA-DIE -DGSSAA



1. Introducción

El presente informe continúa los trabajos iniciados en el marco del Observatorio Granjero y su objetivo es contribuir al conocimiento comercial de rubros granjeros, procurando aportar elementos para facilitar la toma de decisiones.

En esta oportunidad, el rubro que ha concitado el esfuerzo es *DURAZNO* y esta propuesta resume el análisis de diversos aspectos que influyen en el mercadeo de ésta fruta.

De tal forma, se incursiona en la evolución productiva, en los destinos de la fruta, en las cotizaciones y volúmenes comercializados en el M. Modelo, la situación regional, aspectos referidos a la calidad de la fruta en la actual zafra, etc.

Asimismo, se ha realizado el ejercicio de estimar el margen de comercialización del rubro.

Es intención proseguir entregando en forma periódica el análisis comercial de un rubro, desde la perspectiva que provee la distribución mayorista que transcurre en el Mercado Modelo.

2. Área y Producción

La producción de durazno en Uruguay presenta un mayor desarrollo en la zona sur, en los departamentos de Montevideo, Canelones, San José y Colonia. Dichos departamentos explican algo más del 87% de la producción. El litoral norte, fundamentalmente los departamentos de Salto y Artigas, aportan alrededor del 13% de la producción, caracterizada por ser de variedades muy tempranas, con bajos requerimientos de horas de frío.

Tanto el número de plantas, como la producción ha mostrado una reducción del 2000 al 2005 muy importante (ver cuadro 1), fundamentalmente explicada por una gran mortandad de plantas ocurrida en la zona sur en el año 2001. Este fenómeno determinó que:

- el número de plantas totales en 2005 se situara un 32% por debajo que en el 2000,
- los rendimientos de 12 kg/planta, obtenidos actualmente, sean muy inferiores a los 16 kg /planta que rendían en el año 2000.
- la producción de duraznos de la zona sur sea un 45 % menor que la registrada a principios de esta década.

Cuadro 1. Plantas totales, plantas en producción y producción de duraznos según zona. 2000 y 2005

Zona	Plantas totales (miles)		Plantas en producción (miles)		Producción (toneladas)	
	2000	2005	2000	2005	2000	2005
Sur	2.013	1.376	1.527	1.078	24.977	13.648
Norte	153	140	122	134	1.017	1.153
TOTAL	2.266	1.516	1.649	1.212	25.994	14.801

Fuente: Censo General Agropecuario 2000 y Encuestas Frutícolas 2000 y 2005 de DIEA-MGAP.

Para el caso de la producción de duraznos en el norte del país, la situación es diferente. En el 2005 había un 8% menos de plantas totales que en 2000, pero si consideramos a aquellas que estaban en producción, había un 10% más que en el 2000. Esto estaría indicando un envejecimiento de las plantas, y/o una importante reducción de plantaciones en los años más recientes. Según informantes calificados, el escenario de precios bajos, problemas de heladas y la falta de consolidación de un flujo exportador para los duraznos muy tempranos estarían favoreciendo el cambio de la producción de durazno hacia la plantación de cítricos.

2.1. Situación productiva

A partir del año 2001, ocurrió una muy importante mortandad de plantas por asfixia radicular, ocasionada por precipitaciones inusualmente importantes. Este fenómeno determinó la antes mencionada baja en la producción (28.000 toneladas en el año 2000 y 6.000 en el 2002). A partir de la ocurrencia de este fenómeno, comenzó a verificarse un importante incremento en la superficie dedicada a este cultivo, aunque estos montes nuevos aún no están en plena producción, lo que permite suponer que la tendencia que se observa en el cuadro 2 entre el 2002 y el 2005 se mantendría y por ende para la corriente zafra los rendimientos esperados son mayores que las casi 15.000 toneladas de la anterior.

Cuadro 2. Evolución de la producción de durazno (1997-2005, en toneladas)

AÑO	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Durazno ^{1/}	26.822	22.745	23.485	28.380	13.682	6.057	10.334	13.197	14.799

Fuente: MGAP – DIEA. ^{1/}A partir del año 2003 se incluye la producción de la Zona Norte.

Un elemento que favoreció las plantaciones de los últimos años fue la implementación de políticas fuertes de promoción del cultivo de frutales de hoja caduca con tecnologías más modernas por parte del Programa de Reconversión y Desarrollo de la Granja (PREDEG). Este año el PREDEG llegó a su término, lo que determina que a partir de ahora las nuevas plantaciones sean financiadas por el sector productor, lo cual, muy probablemente determine un enlentecimiento en la tendencia creciente de implantación de nuevos montes de durazno. Incluso algunos técnicos vaticinan un retroceso hacia tecnologías de producción tradicionales, menos costosas.

En el cuadro 3 se observa la evolución del número total de plantas de las principales variedades de durazno en el período 2000-2005, en el cual se ha verificado grandes variaciones.

Cuadro 3. Evolución de las principales variedades de durazno (en miles de plantas)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Early Grande	62	64	96	210	190	199
Junegold	223	165	139	134	127	159
Flavorcrest	48	56	93	101	111	127
Rey del Monte	527	299	232	176	172	183
Dixiland	54	48	88	104	119	143
Pavía (Manteca y Canario)	265	212	115	90	97	106

Fuente: elaborado en base a Encuestas Frutícolas DIEA-MGAP

Un dato relevante es que más de la mitad de las plantas existentes hoy, corresponden a variedades de producción muy temprana o temprana, entre las que se destacan Earligrande y Junegold, las cuales representan el 13 y el 10% respectivamente del total de plantas. Parte del

éxito de la variedad Earligrande, también en el sur del país (que determina que se sigan implantando nuevos montes de esta variedad) se debe a:

- sus altos rendimientos posibilitando que, aun manejando el monte con el objeto de obtener fruta de calibre grande, incluso con expectativa de precios bajos, el cultivo sea rentable
- buena estabilidad de la producción en distintos años (no añerismo),
- menor costo en el manejo sanitario por el menor período entre brotación y cosecha y
- su cosecha no se superpone con la de manzana (ya que en el sur del país en general los productores que producen durazno también producen manzana).

Por otra parte, el número de plantas de las variedades de estación, fundamentalmente representadas por Rey del Monte, muestran a partir del 2003 un comportamiento estable.

Según algunas conversaciones mantenidas con técnicos y productores de la zona sur del país, existen algunas variedades que se destacan por diferentes características, por ejemplos Flavorcrest, Earligrande temprano y Earligrande común (también llamado Tejano), Dixiland, Elegant Lady y algunas variedades nuevas de Pavía como El Sauce y otras.

3. Comercialización

3.1. Comercio exterior

Las ventas de durazno al exterior son marginales. Como se ve en el cuadro 4, en el año 2005 sólo se exportaron, 47.2 toneladas (apenas el 0.3% de la producción). No obstante, en algunos momentos del año para la producción de la zona del litoral norte, ha sido una estrategia comercial clave para canalizar los excedentes que se registran al inicio de la zafra (octubre y noviembre). La mayoría de las exportaciones han tenido como destino al mercado regional, fundamentalmente Brasil.

Cuadro 4. Exportaciones de durazno (2000 - 2005)

2000		2001		2002		2003		2004		2005	
TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$
88,9	60,7	0,0	0,0	41,5	16,3	85,8	46,7	177,0	102,6	47,2	29,5

Fuente: MGAP/JUNAGRA - Sección Mercadeo del Departamento Económico-Comercial, en base a la D. G de Comercio y al BCU, 2005.

Por su parte, la evolución de los volúmenes de importaciones ha mostrado un franco retroceso, luego de haber alcanzado los máximos en el año 2002 (ver cuadro 5). En los últimos años las escasas importaciones registradas para durazno fresco se concentran hacia el final de la zafra en el mes de marzo.

Cuadro 5. Importaciones de durazno en el período 2000 - 2005

2000		2001		2002		2003		2004		2005	
TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$	TON	MIL US\$
15,3	10,9	621,2	360,5	707,1	393,1	180,9	66,5	22,5	9,8	52,3	17,6

Fuente: MGAP/JUNAGRA - Sección Mercadeo del Dpto. Económico-Comercial, en base a la D. G de Comercio, Área de Comercio Exterior, y el BCU, 2005.

3.2. Mercado regional

Las cotizaciones mayoristas en la región en los principales mercados abastecedores, a principios de noviembre y para las mejores calidades se presentan en la tabla siguiente

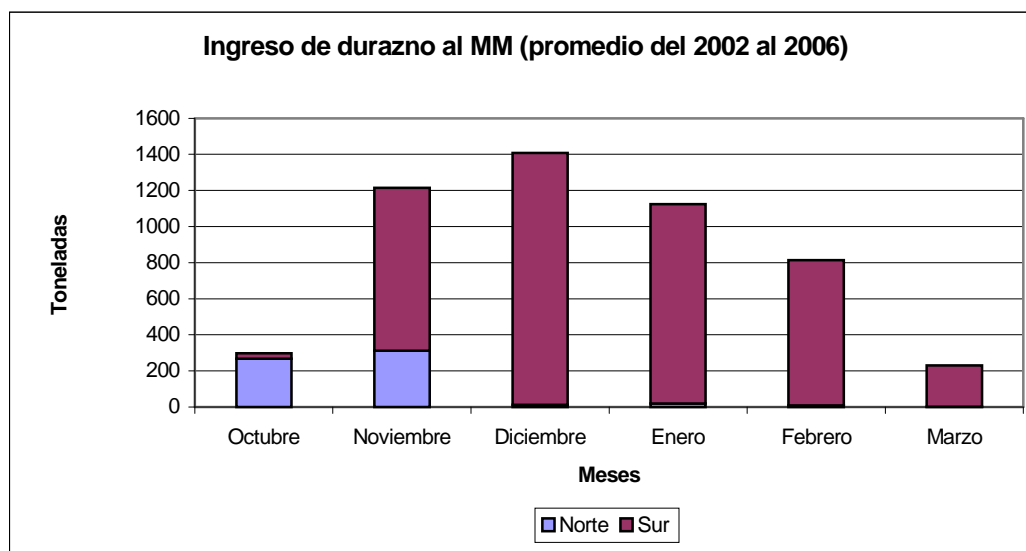
Precio por kilo, en pesos, en los mercados mayoristas de las ciudades que se detallan

Mercado	Porto Alegre	San Pablo	Buenos Aires	Montevideo
Durazno	55.0	42.5	24.5	16.5

3.3. Mercado interno y Precios

La zafra de oferta de durazno se concentra entre los meses de Octubre y Marzo como se ve en el gráfico 1. Los mayores ingresos se dan entre los meses de Noviembre y Enero.

Gráfico 1: Ingresos de Durazno al M.Modelo.

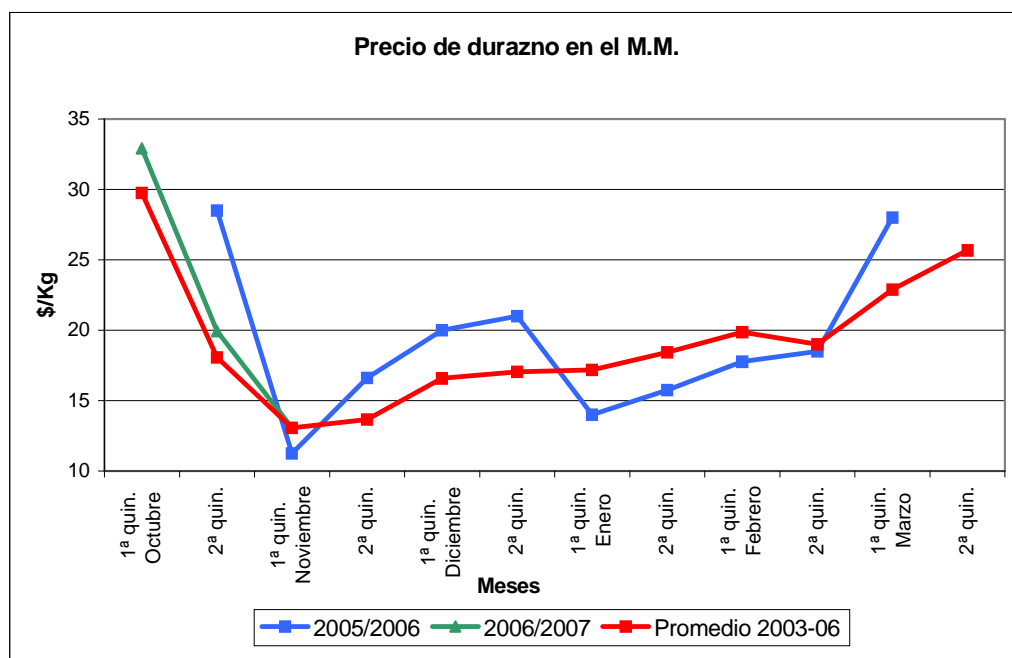


Fuente: CAMM-Guía de Ingresos

La situación actual de oferta de duraznos del litoral norte del país determina que existan en general, excedentes de producción entre fines de octubre y principios de noviembre. Esto genera ciertas dificultades de colocación, en momentos en que se junta el fin de la zafra del norte con el inicio de las cosechas de la zona sur. Ello explica la caída constante que se verifica en los precios hacia la primera mitad del mes de noviembre (ver gráfico 2). A diferencia de este comportamiento, en la década pasada lo normal era que los precios empezaran altos en el inicio de la zafra, con los duraznos tempranos y cayeran a medida que aparecía la producción de las variedades de

estación. Esto ha ido cambiando a medida que han comenzado a producir las plantaciones de variedades muy tempranas, fundamentalmente Earligrande.

Gráfico 2: Precios de Durazno en el Mercado Modelo



Fuente CAMM-JUNAGRA

3.4. Destino de la fruta

La producción del rubro es canalizada en su mayor parte hacia el mercado interno en forma de fruta fresca, siendo la proporción industrializada muy reducida. Los principales destinos dentro de la industria han sido históricamente: dulce de corte, en almíbar, mermelada, pulpa y/o pasta y semielaborado p/yogur (ver cuadro 6)

Cuadro 6: Destino del durazno utilizado en industria (%)

DESTINO	2000	2001	2002	2003/2004
Dulce de corte	0,49	2,15	0,04
En almíbar	6,53	1,45	0,48	2,15
Mermelada	68,64	89,74	89,38	93,22
Pulpa y/o pasta	21,17	1,18	3,39	0,47
Semielaborado p/yogur	3,16	5,49	6,71	1,42

FUENTE : MGAP / JUNAGRA - DPTO. ECONÓMICO-COMERCIAL - SECCIÓN MERCADEO base de Encuestas Agroindustriales hortifrutícola

3.5. Margen de Comercialización

El margen bruto de comercialización es la diferencia entre el precio que paga el consumidor por el producto y el precio recibido por el productor. La forma de cálculo es la siguiente:

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Precio al consumidor} - \text{Precio recibido por el productor}}{\text{Precio al consumidor}} \times 100$$

Para su estimación, en este caso, se ha considerado:

- Los precios al público durante todo el mes de octubre en diferentes comercios minoristas de Montevideo. Para ello, se relevó el precio en algunos puestos de ferias, almacenes de barrio, supermercados y puestos callejeros de frutas y verduras..
- Los precios recibidos por el sector productivo, recabados a través de la consulta a productores, tanto del norte como del sur del país.
- Los valores utilizados en la fórmula, en ambos casos (tanto en el ámbito productor como minorista), fueron el promedio simple de los precios relevados para distintos calibres y calidades.

La estimación realizada con los precios relevados, determinó un margen bruto de comercialización del orden de 40 %.

Es oportuno destacar que, este margen incluye los costos de comercialización y el beneficio asociado a cada etapa de distribución.

4. Perspectivas

4.1. Escenarios posibles para esta zafra

En la colocación y por ende en los precios que alcanzan las variedades tempranas, de estación y tardías inciden muy diversos factores entre los que se destacan: la cantidad y calidad de la oferta de cada una de las variedades que se van sucediendo desde octubre hasta el mes de marzo, la demanda extra determinada por el turismo y las condiciones meteorológicas favorables para el consumo de este tipo de fruta (altas temperaturas).

En cuanto a la expectativa de oferta, en calidad y cantidad, para las variedades tempranas, de estación y tardías, este año los montes vienen mostrando una buena brotación lo que permite esperar buenos volúmenes de cosecha, particularmente para las variedades más tardías.

Si bien los precios alcanzados hasta ahora por las variedades muy tempranas, han mostrado un comportamiento similar a los verificados en años anteriores, esto no significa necesariamente que los precios que presentará el durazno el resto de la zafra evolucionará de manera similar que en otros años.

Dada la menor concentración con que se distribuye la oferta para las variedades de durazno que se cosecharan en los próximos meses, la expectativa de precios es sin duda mayor que la registrada para las últimas semanas de octubre y lo que va de noviembre. De manera que es altamente probable que en la primera quincena de noviembre se observen los precios mínimos para la presente zafra y que a partir de la segunda quincena de noviembre hasta la segunda de diciembre, las cotizaciones muestren una clara tendencia alcista que se frenaría en la primer quincena de enero y se retomaría a partir de entonces hasta el final de la zafra.

4.2. Escenarios posibles en el mediano y largo plazo

La cantidad de montes nuevos en producción, así como los que aún no han comenzado a producir, permiten esperar incrementos en los volúmenes de producción, fundamentalmente del sur del país en los próximos años.

Es probable que la oferta de producto nacional continúe siendo deficitaria respecto a la demanda, ya que los niveles actuales de producción no alcanzan ni cerca a los volúmenes

que se comercializaban en los años anteriores al 2001, en especial en el período que va de diciembre a marzo. Esto permite esperar precios relativamente altos, al menos para los próximos años.

Este escenario de precios relativamente altos para el período que va de diciembre a marzo, es poco probable la ocurrencia de un desarrollo exportador del sector, al menos en los años venideros. Aunque otra es la situación para las variedades muy tempranas, para las cuales la oferta concentrada y los precios bajos deberían obligar a los productores a organizar ventas al exterior, aunque para ello habría que ajustar algunos aspectos vinculados con la manipulación del producto y el manejo sanitario, para lograr alcanzar las exigencias de los mercados externos (ver anexo I – Caracterización de la calidad de la oferta en el M.Modelo. Nov. 2006).

Uno de los principales desafíos del sector es el de desarrollar variedades que produzcan en los meses de Diciembre a Enero, momento en que ocurre una merma en la producción, asociada con factores descritos anteriormente.