

INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DE LA INDUSTRIA EXPORTADORA CHILENA DE PALTA (AGUACATE).

M. Schwartz¹, K. Ibarra² y C. W. Adam ²

¹ Facultad de Ciencias Agronómicas. Dpto. Agroindustria y enología. Universidad de Chile. Casilla 1004. Santiago. Chile. Correo electrónico: mschwart@uchile.cl

² UTEM. Escuela de Ing. Adm. Agroindustrial. Alessandri. Santiago. Chile.

El 20% de la producción mundial de palta se exporta y representa un negocio de USD 930 millones por 655 mil ton. El dinamismo del mercado se evidencia por el crecimiento del 17%, en el periodo 2001-2005 y por el valor unitario que creció a una tasa del 4%. Con el objeto de evaluar la competitividad del negocio de exportación para 20 países, se hizo una estimación, para un periodo de cinco años (2000-2004) de los siguientes indicadores cuantitativos: Balanza Comercial Relativa (relación entre balanza comercial y la suma de las exportaciones e importaciones); Índice de Tranzabilidad que relaciona las exportaciones netas en volumen con el consumo aparente; Grado de Apertura exportadora, como cociente entre las exportaciones de un país respecto a su consumo aparente; Penetración de las importaciones (importaciones de un país, con respecto a su consumo aparente). La Inserción al Mercado Internacional se estimó a través del Posicionamiento (tasa de crecimiento de las exportaciones anuales) y la Eficiencia (tasa de crecimiento anual de la participación de las exportaciones de palta, en el total de exportaciones mundiales). Se concluye que Chile es altamente competitivo en el negocio de exportación de palta, sus importaciones son marginales, coincidiendo con su condición de exportador neto y abastecedor propio. Sin embargo, Perú se inserta y posiciona mejor en el negocio, en tanto Sudáfrica se encuentra en “retirada” y México no es eficiente en mantener constante su participación en el mercado mundial.

COMPETITIVENESS INDICATORS OF THE CHILEAN AVOCADO-EXPORTING INDUSTRY

M. Schwartz¹, K. Ibarra² and C. W. Adam ²

¹ Facultad de Ciencias Agronómicas. Dpto. Agroindustria y enología. Universidad de Chile. Casilla 1004. Santiago. Chile. Correo electrónico: mschwart@uchile.cl

² UTEM. Escuela de Ing. Adm. Agroindustrial. Alessandri. Santiago. Chile.

The world avocado production destined for export corresponds to 20%, which represents 930 million US dollars per 655 thousand ton. The market dynamism is demonstrated through 17% growth in 2001-2005 and by unit value which grew by a rate of 4% during this period. In order to evaluate the competitiveness of the export business for 20 countries, the following quantitative indicators were estimated for the period 2000-2004: Relative Balance of Trade (relation between the balance of trade and the sum of exports and imports); the Index of Traceability which relates net exports in volume with the apparent consumption; the Extent of Export Performance, as quotient between the exports of a country

with respect to its apparent consumption; the Penetration of imports (imports from a country with regard to its apparent consumption). By their Positioning (growth rate of annual exports) and the Efficiency (annual growth rate of the participation of avocado exports, in total world exports, the Insertion to the International Market was evaluated. It is concluded that Chile is highly competitive in the business of avocado export; its imports are marginal, coinciding with its condition of net exporter and self supplier. However, Peru is an exporter with better insertion and position than Chile in the industry; whereas South Africa is in “retiring process” and Mexico is not efficient at maintaining a constant participation in the world market.

1. Introducción

El negocio de exportación de palta para Chile es ciertamente importante, pese a que el negocio experimenta desde hace algunos años una disminución de los precios en los EE.UU., mercado donde tradicionalmente se exportaba más del 95% de los embarques. Aún así, Chile sigue posicionado como el segundo exportador del mundo.

El año 2005 la producción mundial alcanzó a 3 mill. de ton con una superficie cultivada equivalente a 358.970 há. destacándose México, Indonesia, Colombia, Brasil, Estados Unidos y Chile como los principales productores. Este se encuentra en el sexto lugar.

El 75% de la producción chilena de paltas se orienta a los mercados externos y su mayor comprador es EE.UU., que importa el 66% de los embarques (2006). Hasta hace cuatro años el 99% de las exportaciones se dirigían a ese país, sin embargo, se ha estado enviando palta Europa y a Asia, debido a la contracción de los precios en ese mercado del norte, por la inserción de la palta mexicana.

Para determinar la competitividad de Chile en este negocio de exportación se estimaron algunos indicadores diferentes a los tradicionales (v.gr. costos, productividad), comparándola con la que presentan los países competidores.

2. Metodología

Con el objeto de determinar la competitividad de la industria de la palta, se establece como supuesto que esta industria es más competitiva cuando, además de satisfacer la demanda interna sin necesidad de recurrir a las importaciones, se destina una alta proporción de éste a las exportaciones.

Para tal efecto, se utilizarán 5 indicadores de competitividad. Para el cálculo de éstos, se utilizaron volúmenes producidos o transados en el periodo 2000-2004, siguiendo la metodología de Schwartz y Cabezas (2007).

a) Balanza comercial relativa: $A = (X-M) / (X+M)$

X, volumen exportaciones; M, volumen importaciones

b) Transabilidad: $T = (X-M) / (P+M-X)$

P, producción

c) Grado de apertura exportadora: $A.E. = X / (P+M-X)$

d) Grado de penetración de las importaciones: $P.I. = M / (P+M-X)$

e) Modo de inserción al mercado, determinar los países ganadores y perdedores en el mercado internacional de la palta. Tiene dos componentes:

Posicionamiento: tasa de crecimiento de las exportaciones de un país al mercado internacional.

Eficiencia: tasa de crecimiento anual de la participación de las exportaciones de palta, en el total de exportaciones mundiales. Se pueden presentar cuatro situaciones:

- i. Modo de inserción al mercado positivo: si el posicionamiento y eficiencia son positivos.
- ii. Modo de Inserción con oportunidades perdidas: si el posicionamiento es positivo y la eficiencia negativa.
- iii. Modo de inserción con vulnerabilidad: si el posicionamiento es negativo y la eficiencia positiva.
- iv. Modo de inserción en retirada: si tanto el posicionamiento como la eficiencia son negativos.

3. Resultado y discusión

Índice de Balanza Comercial Relativa (A)

Este índice alcanza un valor comprendido entre -1 y 1. De esta forma si un país presenta este indicador negativo, es un importador neto de paltas, como es el caso de Japón, EE.UU., Holanda, Francia, Indonesia, Colombia, Australia, Reino Unido, Canadá y Alemania (Cuadro 1). Si es positivo, se considera como un exportador neto.

Cuadro 1. Índices de Balanza Comercial Relativa (2000-2004).

País	Export. Promedio	Imp. Promedio	X-M	A
<i>México</i>	104,324	0,524	103,8	0,99
<i>Chile</i>	81,762	0,344	81,418	0,9916
<i>Israel</i>	47,586	0,014	47,572	0,9994
<i>España</i>	41,764	7,48	34,284	0,696
<i>Sudáfrica</i>	38,486	0,594	37,892	0,995
<i>Países bajos</i>	17,274	25,2	-7,926	-0,1866

<i>Perú</i>	7,294	0,072	7,222	0,98
<i>República Dominicana</i>	12,298	0,018	12,28	0,997
<i>Francia</i>	17,48	99,396	-81,916	-0,7
<i>Estados Unidos</i>	9,32	113,582	-104,262	0,8483
<i>Nueva Zelanda</i>	5,992	0,104	5,888	0,9658
<i>Indonesia</i>	0,084	0,124	-0,04	-0,1923
<i>Colombia</i>	0,074	10,96	-10,886	-0,9865
<i>Brasil</i>	0,64	0,056	0,584	0,839
<i>Zaire</i>	0	0	0	0
<i>Australia</i>	0,562	4,882	-4,32	-0,7935
<i>Reino Unido</i>	0,472	26,482	-26,01	-0,965
<i>Japón</i>	0	18,6	-18,6	-1
<i>Canadá</i>	0,362	15,562	-15,2	-0,9545
<i>Alemania</i>	2,864	14,424	-11,56	-0,6687

Fuente: Faostat (2006)

Si A se acerca al valor 1 mayor será la importancia de las exportaciones en relación a las importaciones de paltas. Es el caso de México, Chile, Israel, Sudáfrica, Perú, República Dominicana y Nueva Zelanda. También presentan un carácter exportador España y Brasil pero con un A menor que los países mencionados.

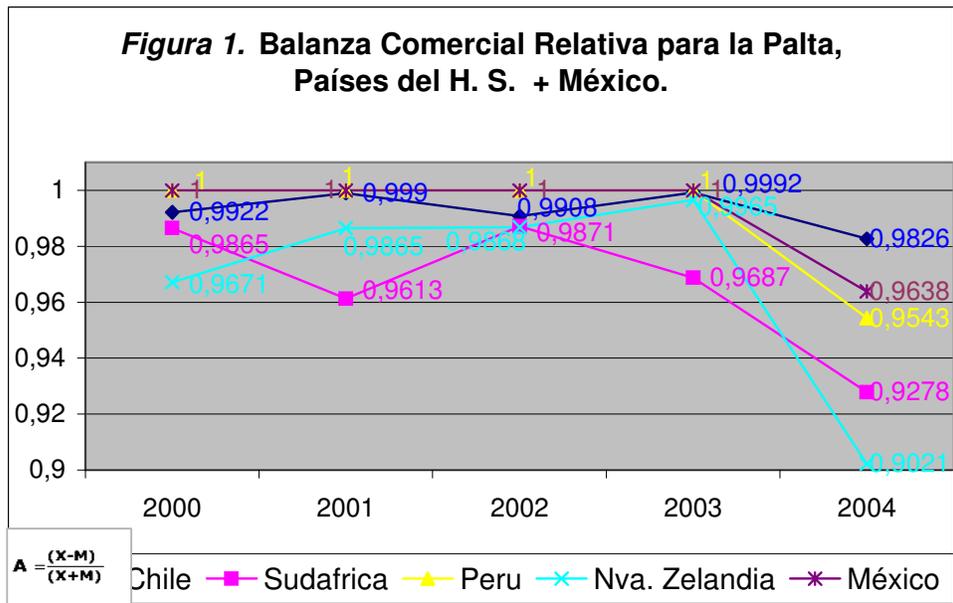
Un indicador cercano a -1 , permite identificar los mercados potenciales; y, los países con A próximos a 1, en principio, se pueden descartar como compradores potenciales (si están en el mismo hemisferio) debido a que satisfacen su mercado interno y además exportan.

En el caso de Chile, Israel y Sudáfrica se aprecia que son exportadores netos, ya que alcanzan un A igual o mayor a 0,99.

La Figura 1 pone de manifiesto que desde 2000 al 2004, Chile en el último año presentó el mayor A confirmando su potencial exportador y superando en cerca de 2% al principal país exportador México, esto se debe a que en el año 2004 las exportaciones de Chile se expandieron en un 21% y las de México en 14%. N.Zelanda y Sudáfrica pierden competitividad como exportadores.

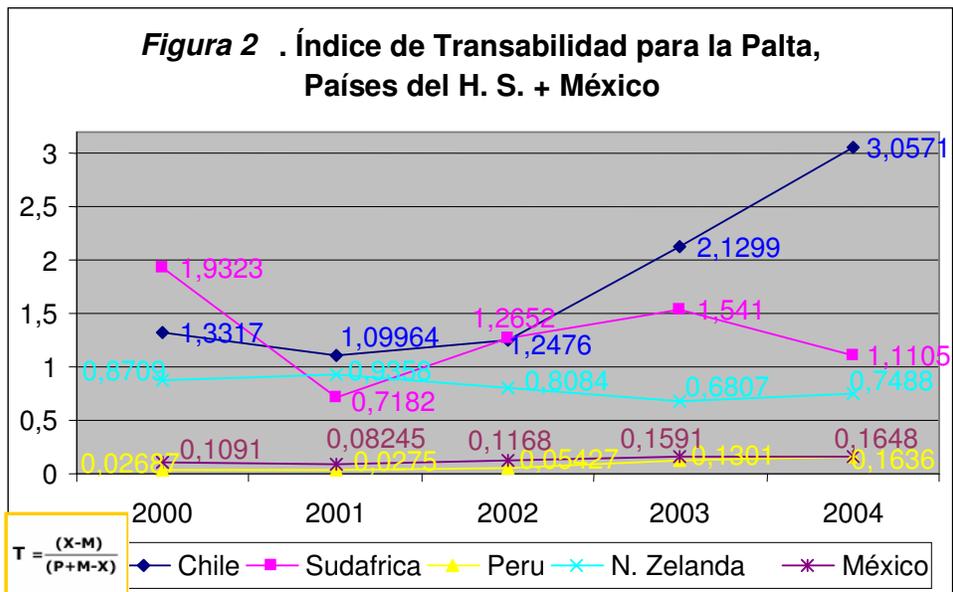
Índice de Transabilidad (T)

La Figura 2 muestra la evolución de transabilidad para el H.S. (hemisferio sur) y México. Chile presenta una competitividad creciente y la mayor del grupo analizado.



Fuente: Faostat (2006)

Fuente:



Fuente: Faostat (2006)

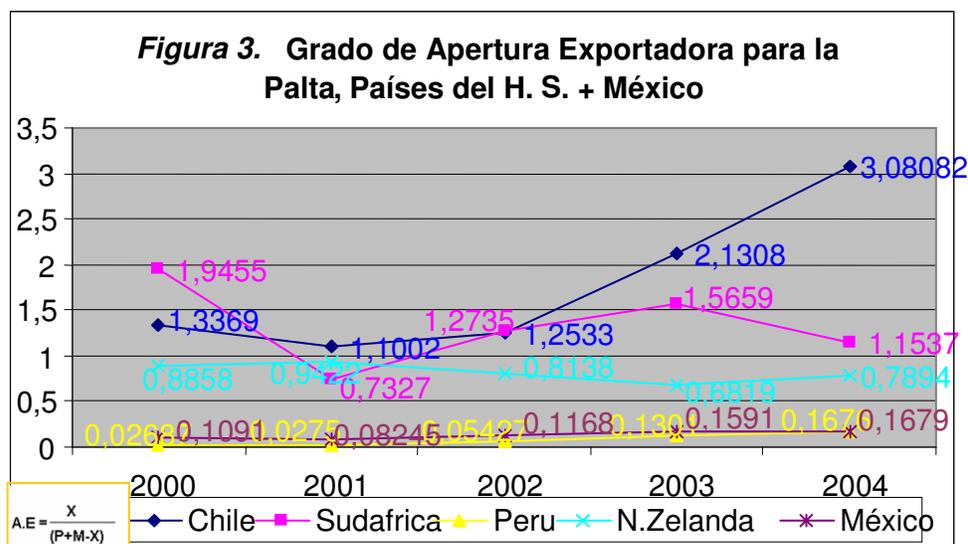
Fuente:

Los Países Bajos, Reino Unido, Japón, Canadá y Alemania, tienen $T = -1$, pueden ser importantes destinatarios de las paltas chilenas, ya que son países totalmente dependientes de las importaciones de esta fruta. Indonesia y Colombia con T cercanos a 0, $-0,0001993$ y $-0,067696$, respectivamente, indican capacidad próxima al autoabastecimiento.

Chile con $T = 3,057$ en el año 2004 refleja que sus exportaciones son 3,057 veces más que su consumo interno, en tanto que para Sudáfrica, es 1,1 veces más. Perú hasta el 2002 manifiesta que las exportaciones netas de paltas son similares al consumo aparente.

Grado de Apertura Exportadora

En la Figura 3 se observa que Chile se destaca el año 2004 por la mayor ventaja respecto de sus principales competidores, incluido México. Se observa además que fue el único país capaz de doblar sus exportaciones por sobre su consumo interno y además aumentar dicha brecha en cerca de un 44% respecto al 2003, muy por sobre los otros países, teniendo y siendo por tanto el país del H.S (+ México) con mayor grado de apertura exportadora.



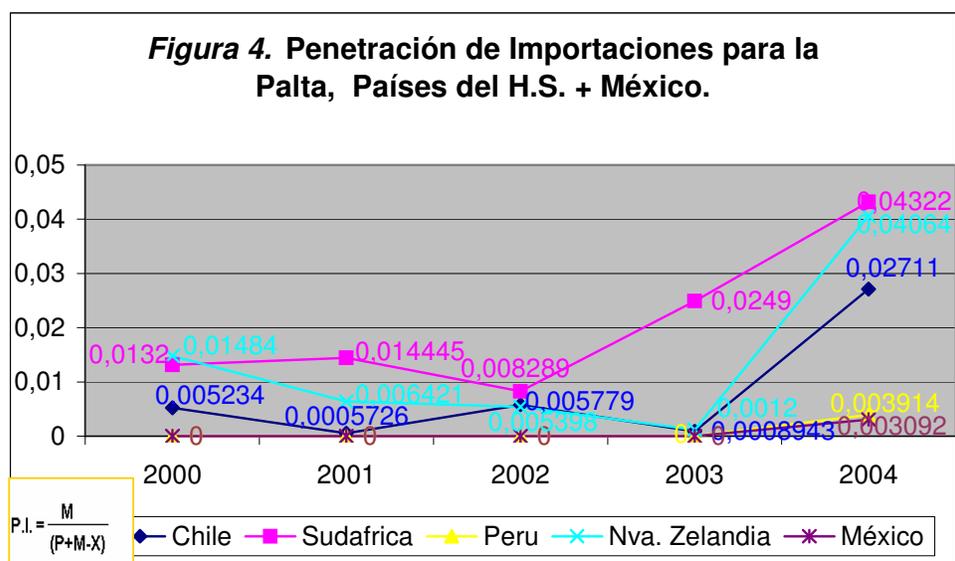
Perú hasta el 2002, con un índice cercano a 0 fue menos competitivo, ya que gran parte de su producción se orienta al mercado interno. Aquellos con un índice de 1 o superior producen lo suficiente como para cubrir su demanda interna aparente y compiten en el exterior. Este el caso de Chile, Israel, España y Sudáfrica.

Se aprecia que a pesar de que México es el principal productor y exportador, presenta un índice de 0,167 (2004), porque sus exportaciones son menores en relación a su producción.

Penetración de las Importaciones

Muestra la relación entre las importaciones de un país, con respecto a su consumo aparente. En tanto sea mayor sea el índice, representará una mayor capacidad de compra, y por lo tanto se dice que ese país es menos competitivo, ya que no es capaz de producir lo suficiente como para abastecer su mercado interno.

En la Figura 4 se observa que México y Perú hasta el año 2003 no importaron paltas, coincidiendo con el calificativo de auto abastecedores. Por otra parte Chile en el 2004 ha aumentado sus importaciones – aunque marginales- respecto al año 2003.



Fuente:

Fuente: Faostat (2006)

EE.UU. es un gran importador, presenta un índice de 0,3795 lo cual significa que sus importaciones representan cerca de un 38% del consumo, lo que corresponde a 113.000 ton. cifra significativa para los proveedores de palta.

Índice de Inserción al Mercado Internacional

Catorce países (Cuadro 2) presentan una inserción adecuada en los mercados internacionales. Los más destacados en el H.S.: Perú, Brasil, y Chile. Las exportaciones de Perú han crecido, a una tasa del 70% entre 2000 y 2004 aumentando la participación en el mercado mundial en un 60%. Sus exportaciones se concentran en Francia, Reino Unido y Bélgica.

En cuanto a Sudáfrica, se encuentra en “retirada” con una reducción progresiva de sus exportaciones entre el periodo estudiado y además disminuyó la participación en el mercado internacional.

México, no es suficientemente eficiente en mantener constante su participación en el mercado mundial por cuanto solo tiene un índice de eficiencia de 0,0738, lo que significa que su variación en la participación mundial en promedio ha aumentado un 7%, con un posicionamiento de 0,138. México ha crecido un 13,8% entre el año 2000 y el año 2004, pero sólo ha sido eficiente un 7%. Se

proyecta que aumentará en el año 2007 por cuanto podrá ingresar al mercado de California y Hawai.

EE.UU. y Nueva Zelanda presentan oportunidades perdidas por cuanto tienen un posicionamiento pero una eficiencia negativa, señalando que presentan una leve expansión en cuanto a sus exportaciones anuales, pero su participación en el mercado mundial ha caído.

Brasil, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Australia, España, Israel, y República Dominicana, presentan inserción positiva al mercado, pero son importadores netos.

Chile, México e Israel con índices positivos, tienen mayor incidencia en el mercado mundial, otros están creciendo pero les falta para ser relevantes (es el caso de Alemania y Australia).

Cuadro 2. Índice de Inserción al Mercado Internacional (2000-2004).

País	Posicionamiento	Eficiencia	Clasificación
<i>México</i>	0,1383875	0,07038	Positivo
<i>Chile</i>	0,2192125	0,108785	Positivo
<i>Israel</i>	0,4207125	0,20025	Positivo
<i>España</i>	0,12071875	0,0132	Positivo
<i>Sudáfrica</i>	-0,03275	-0,14815	En Retirada
<i>Países bajos</i>	0,130325	0,05557	Positivo
<i>Perú</i>	0,696475	0,5578725	Positivo
<i>República Dominicana</i>	0,19538	0,13211	Positivo
<i>Francia</i>	-0,1041725	-0,1942275	En Retirada
<i>Estados Unidos</i>	0,0248675	-0,088325	Con Oportunidades Perdidas
<i>Nueva Zelandia</i>	0,0202425	-0,06547	Con Oportunidades Perdidas
<i>Indonesia</i>	2,0384	1,472925	Positivo
<i>Colombia</i>	8,75	6,92225	Positivo
<i>Brasil</i>	0,2932025	0,18012	Positivo
<i>Zaire</i>	0	0	
<i>Australia</i>	0,791525	0,632075	Positivo
<i>Reino Unido</i>	0,447775	1,030355	positivo
<i>Japón</i>	0	0	
<i>Canadá</i>	2,710875	0,16832	Positivo
<i>Alemania</i>	0,358625	0,2459225	Positivo

Fuente: Faostat (2006)

Ranking de Competitividad

Con el fin de determinar los países con mayores capacidades competitivas, se confeccionó un ranking, entre los países con calificaciones entre 1 y 4, asignándole un menor valor al país con mejor posición competitiva. Si un país alcanza un A igual a 0,9916, como en el caso de Chile, dicho índice se debe ubicar en el intervalo que va desde (0,4985; 0,9985), obteniendo de esta manera una calificación igual a 1. El Cuadro 3 señala los intervalos para calificar a las naciones. Con la suma de los puntajes de los índices se determina qué países son más competitivos en el comercio internacional de la palta.

Cuadro 3. Calificación de los intervalos estadísticos para cada indicador de competitividad.

Calificación	A	T	A.E	P.I	Inserción al Mercado
4	[-1,0015;-0,5015[[-1,06;-0,36[[-0,15;0,35[[0,8 ; 1,1]	En Retirada
3	[-0,5015;-0,0015[[-0,36;0,34[[0,35;0,85[[0,5 ; 0,8 [C/Vulnerabilidad
2	[-0,0015;0,4985[[0,34;1,04[[0,85;1,35[[0,2 ; 0,5[C/Oportunidades Perdidas
1	[0,4985 ; 0,9985]	[1,04;1,74]	[1,35;1,85]	[-0,0998;0,2[Positivo

Fuente: Elaboración propia

El Cuadro 4 exhibe la calificación asignada a cada país, de acuerdo a los índices de competitividad que alcanzaron entre los años 2000 al 2004. Se aprecia que Chile es quien obtuvo el puntaje menor, siendo el país más competitivo en este negocio, con una calificación equivalente a 5 puntos. Se observa además que el menos competitivo en esta materia es EE.UU. con 14 puntos.

Cuadro 4. Ranking de Competitividad de países relevantes (2000-2004).

País	A	T	A.E	P.I	Inserción al Mercado	Suma
México	1	3	4	1	1	10
Sudáfrica	1	1	2	1	4	9
R. Dominicana	1	3	4	1	1	10
Nueva Zelanda	1	2	3	1	2	9
Perú	1	3	4	1	1	10
Chile	1	1	1	1	1	5
Australia	4	3	4	1	1	13
EE.UU.	4	2	4	2	2	14

Fuente: Elaboración Propia (2007)

4. Conclusiones

1. Chile es altamente competitivo en el negocio de exportación de palta. En efecto, entre el periodo 2000-2004 la balanza comercial relativa indica que es un exportador neto. El volumen importado es marginal. El índice de tranzabilidad señala que las exportaciones de Chile son 1,7 veces su consumo aparente- El índice de apertura exportadora, refleja que Chile es capaz de cubrir su demanda interna y además competir en el negocio internacional. En cuanto a la penetración de importaciones, su índice cercano a cero, implica que sus importaciones son escasas, coincidiendo con su calificativo de exportador neto y abastecedor propio. Presenta un modo de inserción al mercado positivo, ya que tanto su indicador de posicionamiento como el de eficiencia son superiores a cero.
2. La capacidades competitivas que Chile presenta en este negocio, son superiores a las de sus principales competidores, incluso al principal exportador mundial (México).
3. La industria de palta chilena a nivel mundial tiene un importante mercado potencial, superior a US\$ 760 millones por unas 530 mil ton. EE.UU. representa un mercado equivalente a US\$ 260 millones por 150 mil ton. En este caso en el año 2005 la oferta chilena sólo se representó en este mercado en un 33% de sus importaciones. (US\$ 128 millones y 115.000 ton). Otros mercados de interés son Reino Unido, Holanda, España, Francia y Japón. Este último, representa un negocio potencial para Chile de 28 mil ton, siendo atractivo además por el alto precio que están dispuestos a pagar.

5. Literatura Citada

FAO. 2006 Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, [en línea]. Base de datos estadísticos.

Schwartz, M. y Cabezas, M. 2007. Estimación de la competitividad en el comercio internacional de la cereza. Proc. V Congreso Iberoamericano de Tecnología Poscosecha y Agroexportaciones, p. 1607-1607.