

Desarrollo sectorial

Chile: ¿Potencia alimentaria hortícola?

Christian Krarup H. ckrarup@puc.cl

¿Es posible que nuestro país compita de igual a igual con los líderes en la producción de hortalizas a nivel mundial? Aunque inmediatamente no lo parece, podría serlo en el mediano plazo. Todo dependerá de los esfuerzos que se hagan para establecer una estrategia de desarrollo adecuada y realizar las acciones requeridas para satisfacer la demanda.

Muy recientemente, de manera independiente, autoridades del sector público y representantes del sector privado han postulado la transformación o, quizás mejor dicho, la identificación de Chile como una potencia alimentaria mundial, un país que ejerce un liderazgo en la provisión de alimentos. La semántica o el concepto implican que Chile esté presente en los mercados más exigentes del mundo con alimentos de la más alta calidad, seguridad y valor, producidos de una manera sustentable. En otras palabras, para la horticultura se trataría de competir mano a mano, por ejemplo, en Canadá, con la oferta de tomates de Holanda, un líder en la exportación de hortalizas frescas, o en Estados Unidos con espárragos

congelados del mismo país o de Perú, ambos líderes en este producto.

La proposición es atractiva, casi seductora. En la actualidad quizás sea una meta lógica para sectores consolidados como la fruticultura, la vitivinicultura, la salmoneicultura y otros con un crecimiento o desarrollo previsible. Pero, ¿es aplicable a la horticultura?, ¿es probable, siquiera posible, o sólo infatuación una participación como la sugerida para este sector de la agricultura?

La enclenque coyuntura hortícola

Hoy, a pesar de su menor dimensión relativa a otros sectores, no puede desconocerse la importancia económica y social de la horticultura. En sólo 120.000 hectáreas, menos del 5% de la superficie sembrada o plantada al año, la producción genera cerca de US\$ 600 millones anuales para varios miles de productores, en su gran mayoría pequeños, y da ocupación a una gran masa de trabajadores con pocas alternativas de ocupación. Además, debe reconocerse



AGRONOMÍA Y FORESTAL UC 15

El paradigma emergente y la dieta que se consolida en el país generan una oportunidad inédita para el desarrollo de la horticultura nacional.

que el objetivo de la actividad es la satisfacción de una necesidad básica de la población por un grupo de alimentos cuyas características le dan atracción y variedad a la dieta, con un aporte nutricional cada vez más valorado.

El sector hortícola no cuenta con catastros o estadísticas oficiales de producción. Esta realidad no

ciones, aparte de hacer aumentar la superficie cultivada en cerca de 20%, tuvo algunos efectos indirectos que le han dado un grado de dinamismo al mercado interno: Se introdujeron los productos congelados (arveja, choclo, mezclas, etcétera) se desarrollaron nuevos



últimos años. Por definición, se les ha considerado "ensalada", término casi peyorativo que es sinónimo de una mezcla confusa de cosas. Sin

de producción. Esta realidad no sólo hace aventurado emitir juicios sobre la evolución del sector, sino que también revela el grado de preocupación que existe por el mismo. A pesar de esto, los escasos indicadores evolutivos de la producción de hortalizas en el país, que además son de naturaleza general, señalan que la actividad inició un crecimiento y desarrollo sostenido hace dos décadas, resultado principalmente de una clara orientación a las exportaciones, y que este crecimiento se habría aminorado y en algunos aspectos claramente estancado en los últimos cinco años.

Las exportaciones se incrementaron de US\$ 12 millones en 1983, hasta US\$ 258 millones en 1999, para decaer paulatinamente hasta US\$ 182 millones el 2003. A pesar del descenso del último lustro, debe reconocerse que el desarrollo de la infraestructura y tecnologías requeridas para la exportación de productos procesados y semillas, junto a la incorporación de nuevos productos frescos (alcachofa, espárrago, radicchio y tomate, entre otros) otorgan una base cierta para la transformación del sector.

El desarrollo de las exporta-

ciones se destinaron a nuevos productos frescos (brócoli, cebollas rojas, espárrago verde, maíz dulce y otros), y surgieron nuevas formas de presentación (envases individuales y códigos de barra), que se complementan con la introducción más reciente de procesados frescos e incluso hortalizas orientales.

Los cambios descritos son notorios pero puntuales y de lenta progresión, subsistiendo una serie de problemas estructurales y productivos, variables entre productores. La actividad presenta una dicotomía empresarial notable, coexistiendo muchos pequeños productores tradicionales con limitaciones en capital, capacidad de gestión y nivel tecnológico, con unos pocos productores medianos a grandes que presentan menos restricciones. Ambos se ven enfrentados a un mercado estructuralmente complejo, restringido por la demanda, muy volátil en sus precios y de bajas exigencias cualitativas.

El paradigma hortícola emergente

La valorización de las hortalizas por los consumidores ha tenido una progresión significativa en los

últimos años. Sin embargo, en 1988, un exhaustivo informe del Ministerio de Salud de Estados Unidos titulado "The Surgeon's General Report on Nutrition and Health", basado en numerosas evidencias científicas acumuladas, propuso un cambio radical en las recomendaciones alimenticias; se reemplazan las antiguas, basadas en cuatro grupos de alimentos, por una pirámide alimenticia que agrupa y enfatiza el consumo de los alimentos de acuerdo al nuevo conocimiento adquirido sobre sus propiedades nutricionales y funcionales. El informe constituye el punto de partida para la nueva apreciación de las hortalizas y enfatiza que su consumo debe ser estimulado para mejorar la salud y prevenir numerosas enfermedades propias de sociedades desarrolladas como ciertos tipos de cáncer, constipación, diabetes, diverticulosis y, sobretudo, obesidad y patologías cardiovasculares.

El nuevo paradigma transforma a las hortalizas de ensalada en alimento; pasan de acompañante a plato de fondo para muchos consumidores. Hasta ahora la nueva visión ha sido apropiada por

consumidores cultos y pudientes, principalmente en los países desarrollados que sufren estos problemas. En Chile, desde la década del 80 se produjeron cambios importantes en la dieta y la población aumentó su consumo calórico de manera tal que las tasas de sobrepeso y obesidad hoy varían entre 25 a 40% en adultos. Por lo mismo, los problemas considerados propios de países desarrollados ya están en Chile.

El paradigma emergente y la dieta que se consolida en el país generan una oportunidad inédita para el desarrollo de la horticultura nacional. La eventual inserción de la actividad como componente de la potencia agroalimentaria que se postula y su definida orientación a los mercados externos, podría complementarse con la mayor producción requerida para satisfacer el mercado interno, cuyo consumo debería ser estimulado.

Propuesta para la horticultura: Creación de demanda

La transformación del sector hortícola implica adquirir una nueva visión y realizar cam-

bios cualitativos y cuantitativos en la actividad. Hasta ahora, casi la totalidad de los recursos se han orientado a aumentar la producción de hortalizas, con clara despreocupación por la demanda, en una contradicción insostenible. Como se dice, parece que se está ensillando el caballo para la cola: a nadie se le ocurriría aumentar la producción de berenjenas si no existe una demanda por el producto, ni menos usando recursos públicos. Esta

La proposición concreta es asumir una nueva visión, centrada en la creación de demanda, que posibilite la transformación de la horticultura. En el mercado interno, la generación de demanda debiera resultar no sólo del aumento vegetativo de la población, sino también de la difusión por los organismos competentes de la conveniencia y necesidad del consumo de hortalizas para el público en general, de la incorpo-

El sector hortícola debe tener una estrategia de desarrollo que contemple desde la satisfacción del consumidor final hasta aspectos productivos. La focalización en el consumidor y sus requerimientos de cantidad y calidad debe guiar todo el proceso.

paradoja quizás ocurre porque crear demanda en la horticultura es un proceso complejo, que requiere de conocimientos no habituales en los especialistas y que exige una inversión difícil de justificar en productos genéricos. Sin embargo, el aumento del consumo interno, por sus beneficios en la salud de la población, y la creación o profundización de mercados externos, por su mayor generación de empleo y de retorno económico, sí justifican la asignación de recursos públicos y privados en investigaciones para generar demanda.

La ración masiva de los productos hortícolas en los diversos sistemas de alimentación social financiados por el estado, y de la expansión de los sistemas de alimentación institucional. La mayor demanda del mercado externo debiera resultar del desarrollo de nuevos productos frescos o procesados (que sí los hay, desde la a de alcachofa a la z de zapallo), de la consolidación de los ya existentes, de la exportación a nuevos mercados, de la explotación de nichos específicos en los mercados actuales y de la sinergia esperable de una imagen país poderosa, proyectada por los sectores más desarrollados.





El Acuerdo Chile-Unión Europea, en vigencia desde 2003, es apropiado para demostrar aunque sea en un solo producto la importancia de la creación o profundización de demanda. Por ejemplo, para espárrago, el acuerdo estableció la desaparición inmediata del arancel de 10,2% a los envíos de producto fresco y la eliminación progresiva desde 14,4% a 0% en 2007 del arancel a las importaciones de producto congelado. Chile ya exporta cantidades significativas de espárrago incluso a los principales productores europeos (Italia, Francia y España), y el acuerdo debería traducirse en incremento de las exportaciones a esos países y posibilitar el ingreso a otros nuevos. La transformación en país líder en Europa requiere estudios de mercados, de competitividad, de posibles asociaciones comerciales, de promoción, etcétera. La ejecución de estos estudios, de manera objetiva y técnica es, obviamente, prioritaria para aumentar la producción en Chile; es más, por la naturaleza perenne y rendimientos progresivos de espárrago, es urgente si se quiere capitalizar esta oportunidad para la especie.

Requerimientos para la transformación

Los antecedentes reseñados otorgan una base dada por los niveles actuales de exportación, las condiciones óptimas para la producción de diversas especies, la creciente valorización por los consumidores y el crecimiento esperable en la demanda de hortalizas. Sin embargo, por sí sola, la base es insuficiente para proyectar a Chile como potencia alimentaria

hortícola. Es imperativo hacer una reingeniería que considere debidamente los requerimientos generales y, en especial, aquellos específicos de la horticultura.

Los requerimientos generales como política macroeconómica estable, tasa de cambio atractiva, apoyo a las exportaciones, apertura y posicionamiento en mercados, infraestructura de caminos, puertos y fletes, eficacia de institucionalidad pública, regulaciones y normas eficientes, etcétera, en algunos aspectos están dados. Aquellos que no lo están probablemente serán motivo de una preocupación preferente para los sectores más desarrollados. La voz de la horticultura tendrá una escasa influencia en estos aspectos, excepto en cuestiones muy puntuales.

Si existe demanda, los requerimientos específicos son el meollo del asunto. El sector hortícola debe tener una estrategia de desarrollo que contemple desde la satisfacción del consumidor final hasta aspectos

productivos (y no al revés). La focalización en el consumidor y sus requerimientos de cantidad y calidad debe guiar todo el proceso: si el consumidor demanda un melón Galia o un espárrago congelado blanco, será infructuoso tratar de venderle un melón Honey Dew o un espárrago congelado verde.

El acceso a nuevos mercados o la profundización de los actuales requiere, desde la identificación exhaustiva de los productos demandados hasta la introducción, adaptación, o generación de tecnologías para adecuar las prácticas comerciales, industriales, de poscosecha y culturales a cada situación, incluyendo el cumplimiento de buenas prácticas agrícolas, de manufactura y otras exigencias crecientes en todos los mercados. Es obvio que esta nueva estrategia, centrada en el consumidor, genera la necesidad de una serie de conocimientos que el sector no posee y que obliga a invertir en investigaciones tecnológicas y económicas.

Desafíos

Este breve análisis de la situación actual de la horticultura y la proyección objetiva de la misma proporciona una respuesta clara a las interrogantes planteadas. El *status quo* hace improbable la participación inmediata del sector como un componente de real significación para la potencia alimentaria que se postula. Sin embargo, la probada y prolongada contribución de la horticultura a la exportación, que proporciona una base para construir, y la valoración creciente de los productos hortícolas en todos los mercados, que augura una mayor demanda, hacen que sea probable una contribución efectiva en el mediano plazo. Esta probabilidad plantea un desafío atractivo, pero muy complejo. La concreción requiere un esfuerzo mayúsculo, tanto del sector público como privado, para establecer una estrategia de desarrollo y ejecutar las acciones necesarias para que el postulado no resulte en una ilusión para la horticultura nacional. En el fondo, se trata no sólo de identificar, sino de transformar la horticultura en un verdadero contribuyente al "Chile potencia alimentaria". ■