



Jugo concentrado de uva (mosto)

Lic. Amalie Ablin
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

Jugo concentrado de uva (Mosto)

El Código Alimentario Argentino (CAA), define como jugo concentrado de uva *“al producto obtenido del mosto de uva sin fermentar por deshidratación parcial mediante procesos térmicos al vacío o a presión normal o cualquier otro proceso físico, sin haber sufrido una caramelización sensible”*.

El jugo de uva concentrado se utiliza para elaborar jugos mezclas, golosinas, dulces, mermeladas, jaleas, galletitas, pan, como edulcorante de bebidas gaseosas, y también en la industria farmacéutica.

Panorama mundial

El negocio mundial del jugo de uva concentrado es muy dinámico y su desarrollo anual depende de distintas variables nacionales (costos, oferta de uva, precios locales) e internacionales (oferta del producto, valor de productos sustitutos, volumen de demanda, etc.) que determinan la forma como se repartirá el mapa del comercio entre los distintos países productores.

Los principales exportadores mundiales de jugo concentrado de uva son Argentina, Estados Unidos, Italia y España, seguidos por Chile. En los últimos tres lustros, salvo en años atípicos, Argentina encabezó la lista.

Estados Unidos absorbe el mayor porcentaje de la producción mundial destinada a la exportación, lo que sitúa este país en una situación ambivalente: es el principal comprador y a la vez, uno de los principales competidores de sus proveedores. Japón y Canadá son los otros dos grandes importadores de jugo de uva.

En los últimos años, la demanda mundial de jugo concentrado de uva ha ido en aumento. Sin embargo, en 2009 China irrumpió en el panorama internacional con una política de ventas muy agresiva para el jugo concentrado de manzana -el principal sustituto del jugo concentrado de uva-, alterando así sustancialmente el mapa de la demanda, dado que en la función de edulcorante natural, el jugo concentrado de manzana tiene una adaptación similar y se comercializa a precio mucho menor que el de uva.

Tal como en el resto del mundo, en Europa Occidental la demanda de jugo concentrado de uva se incrementó sensiblemente en los últimos años. Los principales proveedores son Italia y España, que destinan la mayor parte de su producción a satisfacer las necesidades de la Unión Europea (UE). Este bloque ofrece fuertes protecciones a sus países proveedores, lo que obstaculiza el ingreso al mercado de competidores ajenos a la UE. Para nuestro país la única excepción se registró en

1995, cuando la UE se vio obligada a aumentar de forma pronunciada sus adquisiciones a la Argentina, debido a la pobre vendimia padecida por Italia y de España en años anteriores.

En la Conferencia de 2010 de *“Juice Latin America”*, evento de relevancia mundial para el sector de jugos donde se intercambian datos de producción, demanda y comercio a nivel internacional, se indicó que el consumo de jugos del mercado estadounidense había caído y que era necesario examinar otros mercados. Los jugos concentrados de naranja, y manzana ya eran commodities en dicho país, al igual que el de uva, y son principalmente utilizados para blend o mix en sus diversas y múltiples formas. En EE.UU. el jugo de uva se utiliza mucho combinándolo con otros jugos.

Son importantes las diferencias de consumo existentes según los países y sus culturas, ya que tienen diversas preferencias de sabor según la fruta que se considere. En EE.UU. prevalece totalmente la naranja (36%), seguida por el cranberry (arándano rojo) y la manzana (ambos 10%) y, por último, la uva (con una preferencia del 5%). Los brasileños, en cambio, se inclinan por jugos más dulces, de modo que el sabor más buscado es el de uva (23%), seguido por el de durazno (13%), la naranja (11%), el mango (7%) y el maracuyá (6%). Los consumidores japoneses, en cambio, se inclinan según orden de importancia por los jugos de manzana, naranja, uva, zanahoria, pomelo, limón y otros vegetales.

El año 2011 resultó favorable para la industria argentina de jugo concentrado de uva pues se presentó una baja producción de uvas en California, junto con una disminución de la producción china de jugo concentrado de manzana, lo que tonificó las cotizaciones e incrementó la demanda internacional. Ambos factores hicieron que el concentrado de manzana equipase su cotización internacional frente al jugo de uva.

En lo atinente a la producción mundial el porcentaje que cada país productor destina a la elaboración de jugo concentrado de uva es diferente, y varía también en función de su consumo interno. En promedio, del 20 al 25% del volumen elaborado corresponde a la Argentina, un 15% a los Estados Unidos y otro tanto a España e Italia.

El 60% del costo de producción del jugo concentrado de uva es representado por la materia prima -la uva-, que en 2009 registró una producción mundial de 675,3 millones de quintales (unos 69 millones de toneladas), cifra que implicó una disminución del 1,5%

respecto a los 685,7 millones de quintales obtenidos en el 2008. Es un mercado bastante concentrado dado que los diez principales productores dan cuenta de más del 70% del volumen mundial.

Previsiones de EE.UU. para 2011 / 2012

En su informe sobre el comercio de jugo concentrado de uva, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) apuntaba que pese a la caída de la producción de uva de jugo registrada por varios años consecutivos en el estado de Washington, los niveles de producción se recuperarían en Michigan y Ohio. Sumado a incrementos en los estados de Nueva York y Pensilvania, esto debería elevar el total de uva disponible para los procesadores de jugo. Esta situación reduciría los precios que recibirán los productores estadounidenses en la temporada 2011/12. De hecho, la producción de vid destinada al jugo disminuyó a 438.300 toneladas en 2009/10 y a 399.900 toneladas en 2010/11.

Actualmente, las uvas de California representan una parte significativa de la producción de jugo estadounidense de uvas. En 2010, el tonelaje de uvas aplastadas para la producción de concentrado en California sumó 535.794 toneladas, cifra claramente superior a las 499.323 toneladas en 2009.

Con el consumo interno de jugo de uvas en alza durante las pasadas dos décadas, los dos años consecutivos 2008/09 y 2009/10 de caída en la producción marcaron una reducción en el inventario estadounidense de jugo de uva. Los procesadores norteamericanos compensaron el faltante aumentando un 13% sus compras internacionales de jugo en la última temporada. Casi tres cuartos del volumen importado por EE.UU. tuvo origen en Argentina, principal proveedor del rubro seguido por España e Italia. Por el contrario las importaciones de otros proveedores -Chile, Canadá y México- decrecieron significativamente. Las compras externas de EE.UU. que aumentaron un 32% en 2009/10 podrían reducirse por el retorno del jugo doméstico a los niveles de producción normales en el 2011/12.

Cabe destacar que pese a tener su producción doméstica reducida, en 2010/11 las exportaciones estadounidenses de jugo de uvas se elevaron un 10%. Se destacaron como principales adquirentes Canadá, Japón, y México, que acrecentaron sus compras un 22%.

El panorama argentino

La mayor parte de la producción de uva de nuestro país se destina a vinificación, y la elaboración de mosto sulfitado -materia prima para el jugo concentrado de uva- surgió en la década de 1980, como alternativa o complemento de su par vitivinícola, en momentos en que el consumo de vino había bajado. Fue la forma que encontraron los productores de darle uso a sus excedentes. Por eso la actividad se expandió en la zona de viñedos, esto es, en el este y el norte de Mendoza y San Juan, provincias que producen el 51% y el 45% del total nacional, respectivamente.

La actividad cobró gran impulso en la década de 1990, presentando altibajos en sus exportaciones producto tanto de factores internos, ligados a la política económica del país, como externos, ya que dependía de la alta o baja producción de su principal cliente: los Estados Unidos.

Actualmente la industria juguera cuenta con tecnología de punta, aplica normas muy rigurosas -como el Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés), Buenas Prácticas Agrícolas, etc.-, ha crecido en el uso de nuevos envases, produce una amplia gama de jugos y abrió su abanico de ventas a más de 30 países.

En 2011 Argentina fue el segundo exportador de jugo de uva luego de Italia. El principal comprador del producto sigue siendo Estados Unidos, donde es utilizado para reemplazar el azúcar de caña, favorecido por su sabor neutro y un menor precio, características aprovechadas, mayoritariamente, por la industria internacional de bebidas gaseosas.

Debe destacarse que el jugo concentrado de uva (o mosto) es uno de los productos más solicitados para la elaboración de jugos concentrados en el mundo, ya que según datos del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INV), la tendencia hacia el consumo de productos naturales posiciona al jugo como un producto de exportación más que de consumo interno. De hecho, el uso de mosto como endulzante natural, en reemplazo de los azúcares refinados, convierte a Mendoza y a San Juan, en los principales elaboradores nacionales de este producto.

En nuestro país, la utilización de jugo concentrado de uva para elaborar jugos de frutas y golosinas es mínima: el empleo de este producto con ese destino oscila entre el 5 y el 10%. Algunas empresas lo utilizan para la elaboración de dulces.

Jugo concentrado de uva (Mosto)

En cuanto a las exportaciones, cabe destacar que el mosto o jugo concentrado de uva es uno de los productos líderes exportados por Mendoza, encontrándose en el cuarto puesto del *ranking*, luego del vino fraccionado, los alimentos para animales y el ajo fresco. Desde el año 2001 las ventas al exterior de este producto aumentaron de manera constante hasta 2008.

Estudios privados indican que el mercado se redujo por el ingreso del jugo de manzana chino, que sustituye el jugo concentrado de uva. Las exportaciones argentinas han avanzado o retrocedido en los mercados en función de las cotizaciones alcanzadas por los jugos de uva y de manzana.

Cabe destacar que la Cámara Argentina de Exportadores de Mosto lanzó en 2009 el Plan Estratégico del Mosto, en el marco del Plan Estratégico Vitivinícola 2020¹. Tiene como objetivo formular la cadena de valor del jugo de uva y establecer que este producto posea valor propio y no sea considerado un simple subproducto del vino.

El criterio de la Cámara, que agrupa a todos los productores de mosto del país, es presentar el plan final conjuntamente con el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), que ya realizó el diagnóstico del sector que será la base para establecer la estrategia final.

A su vez, otros dos convenios reforzarán la política vitivinícola regional. Fijan el cupo de elaboración del mosto en 30% como porcentaje mínimo del total de uva ingresada a bodega, sellando el compromiso de destinar recursos para incentivar la elaboración del jugo de uva.

En lo atinente a exportaciones, cabe mencionar que el 95 % de la producción de jugo de uva concentrado de la Argentina se comercializa embarcando el producto principalmente por el puerto de Buenos Aires, dado el menor costo actual de flete en relación a los puertos chilenos de San Antonio y Valparaíso. Las colocaciones están asociadas a una alta dependencia de los mercados estadounidense y canadiense, y a la oferta de jugo concentrado de manzana en el mercado

1. Se convino que el primer proyecto que se pondrá en marcha es la determinación, estudio e investigación del contenido de metales pesados y pesticidas en los mostos, tendientes a conseguir la calidad físico-química, y las características organolépticas y sensoriales que a tal efecto determine el INV. Para el cumplimiento de este objetivo se trabajará con el equipamiento técnico que aporte el INV y los productos elaborados por las empresas asociadas a la Cámara. Ambas partes pondrán a disposición del objetivo planteado, el personal técnico capacitado con el que cuenten. De ser necesario, podrán acordar con otras instituciones el uso de laboratorios y equipamientos de última generación para la realización de las tareas propias del proyecto y que resulten necesarias para cumplir con el objetivo de que los primeros resultados analíticos sean de la Cosecha 2012.

mundial. El producto se embarca en vapores refrigerados, en el caso de jugos de uva (20° Brix) o en contenedores secos, sin frío, para los jugos concentrados (65°/68° Brix).

Exportaciones de jugo concentrado de uva

Año	Valor FOB	Kilos
2002	4.980.328	9.995.009
2003	56.132.180	97.572.663
2004	86.115.139	97.879.655
2005	118.410.307	128.592.780
2006	128.728.040	153.563.918
2007	166.350.363	190.801.431
2008	213.601.559	185.907.670
2009	125.898.648	101.557.567
2010	116.272.891	85.350.998
2011	197.453.466	140.394.560
Total 2002/11	1.213.942.921	1.191.616.251

Fuente | Administración Nacional de Aduanas

Las cifras demuestran que hubo un crecimiento firme y sostenido hasta el año 2008, tanto en volumen como en valor FOB, aunque dicha situación cambió al año siguiente hasta el presente, ya que se visualiza un decrecimiento del sector juguero.

Destinos de las exportaciones argentinas 2002 / 2011

Destino	Valor FOB acumulado
EEUU	602.195.302
Japón	141.577.622
Sudáfrica	124.084.874
Canadá	89.648.035
Chile	40.606.375
Otros	215.830.713
Total 2002/11	1.213.942.921

Fuente | Administración Nacional de Aduanas

El cuadro expresa la relevancia de las compras de Estados Unidos, y también figuran entre los demás destinos tanto naciones compradoras como comercializadoras del jugo concentrado de uva.

El mercado de Chile

Las exportaciones de jugo concentrado de uva a Chile crecen sistemáticamente desde 2006. En el caso chileno, el jugo de uvas rojo es el más importante, mientras que en Argentina predomina el concentrado de uvas blancas. La exportación de Chile en 2009 fue de 41.000 toneladas, contra 24.000 en el año 2005.

Las exportaciones chilenas de jugo de uva crecieron desde el año 2006, encabezadas por su jugo de uvas rojo. En 2010 sus ventas externas alcanzaron las 38.419 toneladas, frente a 23.970 toneladas exportadas en el año 2006.

Por otra parte, a partir de enero del 2011 más de 130 nuevos productos chilenos pueden entrar a Estados Unidos libres de todo tipo de arancel al ampliarse la lista de bienes beneficiados por cumplirse el séptimo aniversario de la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado por ambos países².

El mercado estadounidense

En 2009 los Estados Unidos exportaron 35.800 toneladas de jugo de uva. Su producción incluye productos de más alto valor agregado, con mayor participación de variedades, por lo que su participación de mercado es mayor por su valor que por la cantidad.

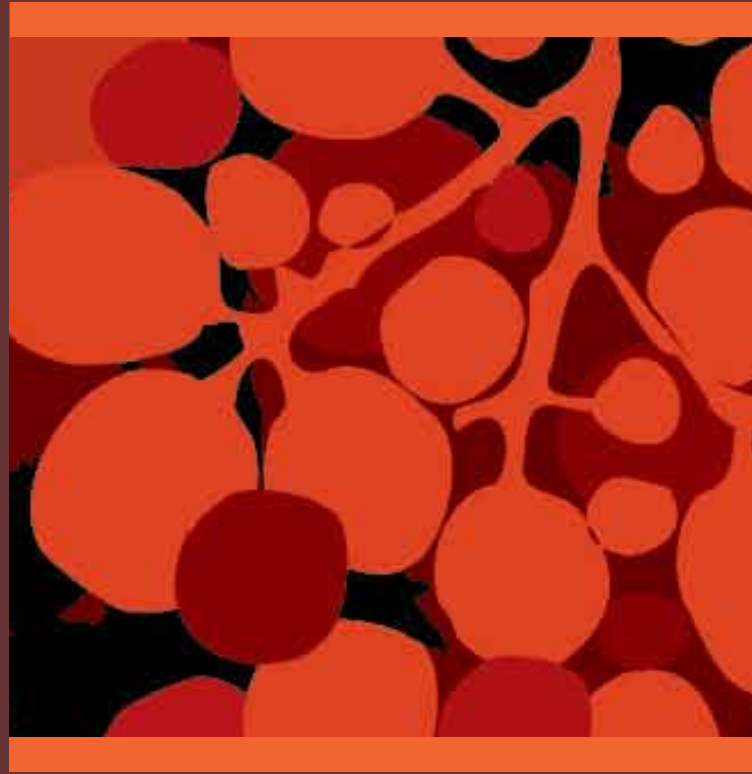
Actualmente, los dos principales importadores mundiales tienen características de consumo diferentes. EE.UU. consume en su mayoría jugo concentrado de uva sin alcohol para destinarlo a la elaboración de jugos naturales de frutas, en tanto que Japón consume el producto alcoholizado para la elaboración de sus vinos.

El principal importador se abastece principalmente de su producción local y de las compras a Argentina y Chile, país este último que negoció recientemente un arancel cero para el producto con EEUU. Cabe señ

2. La liberación de 134 nuevos productos desde el 1 de enero de 2011 responde a la desgravación arancelaria de la lista negociada a un plazo de ocho años en el TLC, precisó la Dirección de Relaciones Económicas (Direcon) de la Cancillería chilena en un comunicado, que recordó además que al entrar en vigor el TLC 10.143 productos chilenos, cantidad equivalente al 95,4% de la canasta exportadora chilena, quedaron con desgravación inmediata.

lar que, aunque el arancel promedio para exportar a Estados Unidos es relativamente bajo, alcanza valores muy altos para algunos productos, entre ellos el jugo concentrado de uva³. El total de las importaciones mundiales de jugo concentrado de uva fue de U\$S 578.617.661 en el año 2009.

Cabe destacar que Estados Unidos es un gran productor de jugo de uva concentrado, y a la vez, un fuerte consumidor de este producto. Teniendo en cuenta la producción total de uva durante los períodos 2004-2008, solo alrededor del 7% se destina a hacer jugo.



Sin embargo y debido al aumento de la demanda del mismo para consumo tanto de bebidas, como de otros productos que lo incluyen dentro del proceso de producción, se ha registrado crecimiento en la demanda de jugo de uva. Las principales variedades de vid que se utilizan para producir jugo y jugo concentrado de uva en Estados Unidos son la *Concord* y la *Niágara* (según datos del USDA del año 2010 aproximadamen-

3. De acuerdo a la Embajada Argentina (Sección Económica y Comercial, Washington D.C., 2010) el arancel se rige según la clasificación de bienes para su importación al territorio de los EE.UU., el Harmonized Tariff Schedule of the United States. Posición arancelaria: 2009.61.00, Jugo de uva (incluido el mosto) sin fortificar con vitaminas o minerales. Sin fermentar y con valor BRIX menor a 30 Posición arancelaria: 2009.69.00, Jugo de uva (incluido el mosto) sin fortificar con vitaminas o minerales. Sin fermentar y con Valor BRIX mayor a 30. El valor del arancel es de \$ 0,044 por litro en ambos casos. A su vez deben contemplarse otras normas para poder exportar el jugo de uva, como por ejemplo la Ley de Bioterrorismo y la Trazabilidad, que serán regladas por la Food and Drug Administration (FDA) y el Custom Border Protection (CBP).

Jugo concentrado de uva (Mosto)

te el 90% de la cosecha de esta última se destina a la producción de jugo.

A partir de 2009 se registró una caída en la producción de jugo de uva, que alcanzó unas 438.000 ton., la marca más baja registrada desde 2006.

Pese a contar con una industria propia, la producción local de Estados Unidos de jugo de uva concentrado no es suficiente para abastecer la demanda de su mercado, por que la importación seguirá siendo fundamental para este país.

El mercado europeo

España e Italia, como se ha dicho, destinan su producción mayormente a satisfacer la demanda de la Unión Europea.

Italia fue el principal exportador en 2009, con 131.000 toneladas, mientras España, que también exporta, es el país más proclive a competir en los mercados de destino argentinos. En 2010 los envíos de Italia representaron el 22,5% de las exportaciones mundiales y le vendió principalmente a Alemania, Francia y Rusia. En el caso de España, este país tuvo una participación del 21,8% en las exportaciones totales y sus principales destinos fueron Italia, los Países Bajos y Alemania.

Si se comparan con las cifras de 2010, los datos del año 2011 son muy positivos para España, ya que a pesar de la crisis económica el volumen de exportaciones aumentó un 10% con respecto al año anterior. Con 220.000 toneladas, un 31% más que en 2010, el jugo concentrado de uva es el jugo más exportado por España.

Perspectivas globales⁴

En cuanto a las proyecciones globales para el sector juguero, según datos del *Juice Latin America 2012*, se prevé que el mercado del jugo de uva debe tener en cuenta al jugo concentrado de manzana, como un riesgo para la producción y un sustituto disponible en el mercado de los jugos.

Debe recordarse que China posee suficiente peso propio para dominar la oferta, y por ende fijar el precio internacional del jugo de manzana concentrada. Además, las compañías chinas de jugo de frutas se han vuelto más activas en Estados Unidos desde que el Departamento de Comercio norteamericano levan-

4. Datos provenientes del *Juice Latin America 2012*

tó los derechos antidumping que se aplicaron durante 10 años sobre los productos originarios de China, luego del proceso de revisión previsto por el Acuerdo sobre Derechos Antidumping de la Organización Mundial del Comercio.

De hecho, China se ha convertido en el mayor proveedor mundial de jugos concentrados de manzana, ingrediente clave para todos los productos del sector de jugos, así como otras bebidas de creciente consumo en EE.UU. y otros países de elevados ingresos. Durante la década, las importaciones desde China parecen haber desplazado los grandes volúmenes tradicionalmente producidos en los propios Estados Unidos, así como a otros jugos concentrados importados originarios de Chile, Argentina, México y la Unión Europea.

España también trabaja intensivamente en ampliar su cuota del mercado, lo que permite vaticinar una mayor oferta en el mercado de los jugos.

Ello significaría que el posicionamiento de la Argentina entre los líderes mundiales, podría verse eclipsado en un futuro, ya que la competitividad de los demás

jugadores mundiales se encuentra reñida y habría una oferta disponible relevante a nivel internacional.

Sin embargo, se vislumbra que a mediano y largo plazo, el mercado del jugo concentrado de uva encontraría un equilibrio entre los oferentes y los demandantes del jugo, así como precios y demanda acorde.

Argentina compite con las otras naciones productoras de jugo concentrado de uva por el mercado más significativo, los EE.UU., y además de mantener esa posición, es conveniente expandir la comercialización a nuevas plazas. Como sucedió oportunamente con la cerveza, simultáneamente podría fomentarse el consumo local por medio de la publicidad y otras herramientas de promoción, potenciando la demanda de jugo de uva en un mercado interno, donde ya se comercializan jugos de manzana, naranja y otras frutas.

No es poco lo que puede argumentarse a favor de lo expuesto, ya que se trata de bebidas refrescantes, sin contenido alcohólico y que pueden presentarse en diversos envases (de vidrio, plásticos, en tamaños variados, etc.), que aWgreguen valor al producto.

A nivel nacional, el sector debería apuntar a posicionar el jugo de uva como un producto saludable, natural y sabroso, procurando convertirla en otra de las bebidas que la población incluya entre las opciones de consumo.

Buscador de Contenidos de Alimentos Argentinos

En nuestro sitio web www.alimentosargentinos.gob.ar los lectores disponen ahora de un nuevo servicio de búsqueda que permite encontrar de modo simple, rápido y eficaz, los artículos de su intereses que hayan sido publicados en las diferentes ediciones de la revista.

Para acceder al buscador ingrese al sitio web:

www.alimentosargentinos.gob.ar > [Sección Revista AA](#) > [Buscador](#)

Desde su celular, baje un lector de código QR y siga las instrucciones del mismo.

Si lo hace desde un Blackberry App Word:

1. Abra el Blackberry App Word
2. Presione la tecla “menú” y elija la opción “escanear un código”
3. Coloque su Blackberry delante del código de barras y éste hará la lectura automáticamente

(no presione ningún botón)

