

Prof. Luis A. De Bernardi
Secretaría de Agricultura,
Ganadería y Pesca

Té: más allá de la taza



Té

El té es la bebida más consumida del mundo después del agua, a un ritmo de 15.000 tazas por segundo. Esto significa que la mitad de la Humanidad vuelca su preferencia hacia el consumo de esta infusión, sea en forma pura o con distintos tipos de combinaciones.

Se entiende, entonces, que el té genere un intenso movimiento comercial internacional que comprende a los cinco continentes y a 40 países productores, entre los cuales se destacan los que figuran en el siguiente cuadro:

China	28%	Vietnam	5%
India	25%	Irán	4%
Kenia	10%	Indonesia	4%
Sri Lanka	9%	Argentina	2%
Turquía	6%	Japón	2%
El 5% restante corresponde a los demás países			

En el ámbito mundial, para la presente campaña se prevé una producción de 4,35 millones de toneladas. Un 73% de ellas será de té negro, el 23% de té verde y el resto corresponderá a otras variedades como por ejemplo el oolong, un té chino tradicional de característico tono azul vinculado con su grado de oxidación.

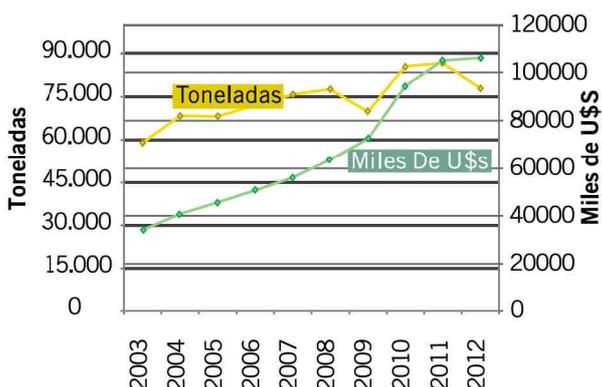
India y China concentran en conjunto el 53% de la producción mundial y los diez primeros productores el 95%, siendo poco significativa la participación de los restantes países. Cabe señalar que cada zona origina un producto con cualidades y características propias, tanto por las condiciones agroecológicas como por sus técnicas de cultivo e industrialización.

Mercado internacional

Según se prevé, la producción y las exportaciones de té verde mostrarán una tendencia ascendente. A nivel global, las mismas aumentan anualmente en el orden del 2,8%: pasaron de 187.000 toneladas en el año 2000 a 260.000 en 2012. China, además de ser el primer productor, es uno de los principales exportadores, especialmente de té verde.

Respecto a la producción mundial de té negro, se espera que aumente unas 250 mil toneladas para la presente campaña. Con anterioridad tuvo una tasa de crecimiento anual de 1,2% respecto al volumen alcanzado en el año 2000. Este crecimiento se debe a la incorporación de mejoras tecnológicas, renovación de plantaciones con clones de calidad superior y a mayores y óptimas prácticas culturales, lo que ha significado obtener un producto de calidad diferenciada con mejores rendimientos por unidad de superficie.

Evolución de las Exportaciones de Té a los EE.UU.



Fuente | MAGyP, sobre la base de datos del INDEC

Respecto de los cinco principales países productores de té negro, (India, Kenia, Sri Lanka, Tanzania y Argentina), que participan con el 75% del volumen mundial de este

producto, se prevé que Argentina, de seguir reconvirtiendo los teales al ritmo que lo viene realizando, puede incrementar su participación mundial en forma exponencial, dado que China -principal productor de té del mundo-, se encuentra obligado a resignar exportaciones para satisfacer el consumo doméstico.

La India protagoniza un fenómeno similar, al que suma el desplazamiento de plantaciones por el incremento en los costos laborales y el crecimiento urbano. Sri Lanka, por su parte, parece plantearse la estrategia de producir en superficies situadas a una mayor altitud respecto del nivel del mar. De ser así, esto se reflejaría en un incremento de los costos de cosecha e incide en el precio del producto obtenido, dificultando su comercialización en los mercados tradicionales.

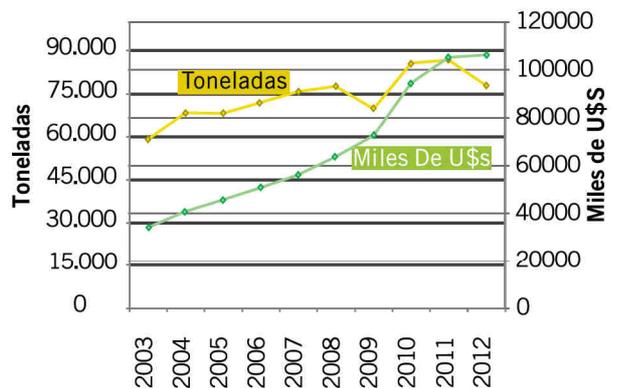
En este contexto, Argentina participa con el 2% de la exportación mundial, ocupando el noveno lugar en el mundo. El principal destino de las ventas es EE.UU. que absorbe el 62,7% de los envíos. Si bien los registros señalan que durante 2012 hubo una merma del 4% en volumen, el valor alcanzado superó en un 8% respecto al del año anterior. Por otra parte, y de acuerdo a los volúmenes de importación registrada por ese país, el té argentino representa el 40% de la participación total de nuestro producto en ese mercado.

Exportaciones argentinas

El té argentino tiene como destino mercados diferentes donde lo utilizan para enriquecer el abanico de propuestas de las firmas elaboradoras, que lo emplean para formar la base de su producto final o lo incluyen en diferentes mezclas o "blends".

Argentina mejora año a año los cultivares y destina al mercado externo cerca del 95% de su producción. Pese a sufrir adversidades climáticas y comerciales que implicaron una merma del 11% en el volumen exportado, en el año 2012 los envíos alcanzaron las 77.916 toneladas, que representaron un valor de 106.260.000 dólares.

Evolución de las Exportaciones Argentinas Totales de Té



Fuente | MAGyP, sobre la base de datos del INDEC

El precio promedio de exportación de ese período se ubica en el orden de US\$/Kg. 1,37 siendo EE.UU. el principal comprador, con el 62,73% de lo que Argentina exporta.

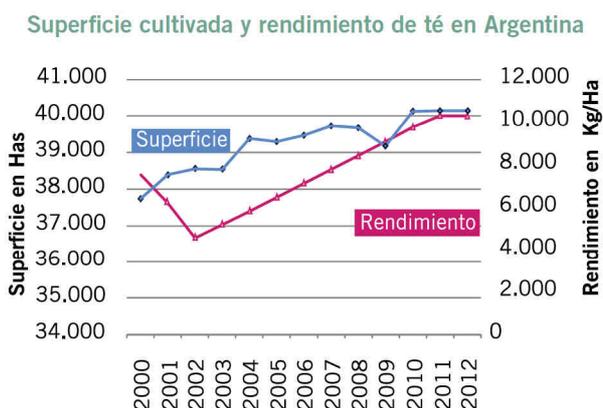
Este producto progresivamente se va insertando también en otros mercados porque logra destacarse por sus propiedades sensoriales, que resultan determinantes para su cotización. La cata, (degustar con atención un producto para descubrir sus atributos y defectos), permite establecer una valoración de la calidad, y también apreciar el grado de homogeneización de un producto conforme a la tecnología aplicada y al proceso de producción.

Como el té argentino brinda excelente respuesta a tales exigencias, puede formar parte de fórmulas exclusivas o servir para elaborar nuevas presentaciones y productos. Ya es utilizado, por ejemplo, como ingrediente base para la conformación de una bebida fría y/o saborizada muy apreciada en EE.UU. y en algunos países de Europa, como Inglaterra.

En Argentina existen 60 empresas elaboradoras y/o exportadoras. De ese total 42 poseen una importante participación en el mercado mundial, pero las 5 primeras concentran el 64% del volumen total exportado.



Producción argentina



Fuente I MAGyP, sobre la base de datos del INTA

La planta de té es un arbusto perenne, que se mantiene siempre verde y crece en regiones tropicales o subtropicales. Las condiciones ideales para su desarrollo son un clima húmedo -entre 70 y 90%-, con una irradiación solar mínima de cinco horas diarias, lluvias abundantes y bien distribuidas durante el año (una media de aproximadamente 1.500 mm/año, situándose el ideal, si está bien distribuida, entre 2.500 y 3.000 mm/año).

Para el desarrollo de las plantaciones, la principal característica que contribuye a su evolución son los suelos lateríticos con fuerte presencia de minerales donde predominan el hierro (que les otorga su llamativo color rojo) y el aluminio.

Del total implantado, el 35% se realiza con variedades o cultivares clonales, seleccionado de plantas distinguidas por su homogeneidad, rendimiento, calidad de taza (degustación) y adaptabilidad ambiental.

Las plantas alcanzan su máximo potencial de producción entre el 5º y el 6º año de edad, y mantienen ese nivel hasta un período que va desde los 35 a los 50 años, si bien existen plantaciones que superan holgadamente ese tiempo.

La época de cosecha o zafra abarca el período comprendido desde la segunda quincena de octubre, hasta fines de mayo subsiguiente, dependiendo de las precipitaciones ocurridas, como así también de las heladas tardías y tempranas.

Superficie implantada en la región tealera			
Período	Corrientes	Misiones	Total
	Has	Has	Has
1950	175	1.600	1.775
1960	3.000	26.960	29.960
1970	3.100	30.500	33.600
1980	2.880	38.320	41.200
1990	2.891	38.835	41.276
2000	2.780	36.270	39.000
2010	2.500	37.500	40.000
2013	2.500	38.000	40.500

Fuente I MAGyP sobre la base de datos del INTA-Cerro Azul

En la faz productiva, las plantaciones pueden ser:

- De baja o alta densidad.
- De alta o baja productividad.

Baja Densidad. Son plantaciones provenientes de semillas de baja calidad genética. La densidad de plantación es de 3 m por 2 m, lo que da aproximadamente unas 1.500 plantas por hectárea. Existe gran heterogeneidad en el tratamiento agronómico de las parcelas, aplicándose -o no-, fertilizantes y agroquímicos, por lo que existe una enorme disparidad en los rendimientos. El promedio general es de 2.200 Kg./ha de té elaborado, lo que equivale a 10.000 Kg./ha de hoja verde. Esto se logra a través de 4/5 cosechas por hectárea y por año.

Este tipo de producción se da principalmente en la provincia de Misiones. El producto se exporta y es utilizado en el mercado mundial para realizar "cortes" con otros té de calidad diferenciada o en la preparación de bebidas heladas y saborizadas, principalmente en EE.UU.

Alta Densidad. En este caso las semillas y clones provienen de plantas seleccionadas por su resistencia a plagas, enfermedades y sequías. La densidad utilizada oscila entre 6.000 y 10.000 plantas por hectárea, realizándose labores culturales, fertilización y aplicación de agroquímicos. Se efectúa un total de 14/15 cosechas mecánicas anuales, operación que se lleva a cabo durante 8 meses con intervalos de aproximadamente 15 días. A diferencia de los planteos de baja densidad, aquí no se cosechan ramas de té sino los brotes de alta calidad.

En el período bajo análisis se logró el rendimiento unitario más alto, con un mínimo de 6.000 Kg. secos por hectárea, marca lograda merced al empleo de material de calidad genética superior en las nuevas plantaciones, también resistentes al stress hídrico y a bajas temperaturas.

El volumen de producción obtenido en la campaña 2011 fue de 425.000 toneladas de hojas o brotes de té, lo que representó un volumen récord de 94.000 toneladas de té seco. Aunque en 2012 factores climáticos negativos provocaron una merma del 13%, para la campaña en desarrollo se espera una producción estabilizada en el récord ya alcanzado.

Aunque el 89% de los productores dispone de una superficie inferior a las 50 hectáreas la cosecha está totalmente mecanizada, y Argentina figura -después de Georgia (Ex Unión Soviética) y junto a Japón- entre los primeros países que aplicaron y expandieron de esa forma las modernas técnicas de recolección.

Negro y verde

El cuidado y el tratamiento de los brotes durante el proceso de recolección, que no debe superar las 4 horas de espera durante el día o un máximo de 8 si la recolección fue nocturna para ser trasladado a secaderos, es un factor esencial para obtener una materia prima que permita elaborar un producto de calidad diferenciada.

Aunque existen varios tipos de té, éstos son elaborados a partir de los mismos brotes y/u hojas tiernas de la planta de té (*Camellia sinensis*). El proceso de industrialización posee diferentes etapas según el producto final que se desee. La elaboración de té negro tiene que ser cumplida en un plazo de 12 a 18 hs, lapso en que los brotes deben atravesar las etapas de marchitado, enrolado, fermentado y secado, tramo éste que incluye despaldado, desfibrado, tipificación y envasado.

El té verde se obtiene evitando el proceso de fermentación. Para ello se realiza un escaldado con vapor a 95-100 °C, por un período de 30 a 45 segundos, lo que desactiva las enzimas contenidas en brotes y hojas, responsables de la fermentación. De este modo, queda determinado el color (verde) del producto final que, en general, tiene un contenido de humedad del 75%.

La cuenca productiva

La cuenca productiva de té de la **Argentina** se halla entre los 26° y 28° de latitud Sur, y la explotación del cultivo involucra a unos 6.800 productores que trabajan una superficie de 40.500 has. El 93,8% de ellas se encuentra en la provincia de Misiones, y el 6,2% restante en Corrientes. Jurisdiccionalmente están distribuidas de la siguiente manera:

Zona Centro Sur. Abarca los departamentos de Oberá, Leandro N. Alem y San Javier. Se trata de la región más importante, con el 42% de la superficie total implantada.



Zona Centro Norte. Le sigue en orden de importancia con el 30% de la superficie total de té, e incluye los departamentos de Caingua, Guaraní y 25 de Mayo.

Zona del Alto Paraná. Comprende el 16% de la superficie total. Se localiza en los departamentos de Montecarlo, Libertador General San Martín, y en menor medida Iguazú y General Belgrano.

Zona de Campo. Concentra el 12% de la superficie y abarca los departamentos de Apóstoles y Concepción de la Sierra en Misiones, y Santo Tomé e Ituzaingó en territorio de Corrientes.

Para elaborar té instantáneo

La firma **Unilever** anunció inversiones que pueden ampliar notablemente la industrialización en la cuenca tealera argentina. El plan formulado para el período 2013-2015 contempla trabajar con hoja fresca en el verano y exportar en la estación de invierno té elaborado y/u "off grades" de secaderos instalados en la región, que oficiarían como socios locales.

El desarrollo prevé operar con capacidad plena, lo que significa una demanda de materia prima de unas 50.000 toneladas de hoja verde o brotes de té. Este volumen referido a cultivares de alta productividad (20 ton/ha/año), requeriría de 2.500 a 3.000 hectáreas adicionales a las ya existentes para poder desarrollar los productos y las 3.000 toneladas de té instantáneo planificadas.

El proyecto incluye una inversión de 20 millones de dólares para construir una planta de té deshidratado en polvo, cuya producción se destinará en un 100% a la exportación, estimándose facturación anual cercana a los 30 millones de dólares.

Esta firma utiliza el té instantáneo en polvo en su producción de *Lipton té Helado*, que tiene gran penetración en América del Norte, Europa y Asia.

www.unilever.com.ar

Actualmente son 70 los establecimientos que se hallan en actividad, de los cuales 20 elaboran más del 50% de la producción. Del total de estos secaderos activos, la mitad se destaca por su avanzado desarrollo tecnológico y capacidad operativa, y diez poseen certificaciones de "Buenas Prácticas de Manufactura" (BPM); siete de ellos están certificados por "Rainforest Alliance" y dos con "Internacional UTZ".

Consumo

El té negro representa el 73% del consumo mundial. Aproximadamente el 85% es consumido en saquitos, un 10% en hebras y el 5% restante tiene como destino el té instantáneo y/o soluble, y los refrescos. Europeos y americanos, en particular los estadounidenses, demandan variedades de aroma y sabor suave como el té negro y *oolong*.

El té verde cuenta con amplia preferencia en Japón, China, Taiwán y Corea, así como en algunos estados norteamericanos principalmente Hawaii y California. Representa el 23% del consumo mundial, y buena parte de la fama de saludable que lo acompaña se relaciona con sus propiedades antioxidantes.

Aunque existe una relación positiva entre el nivel de ingreso y el acceso a la infusión más consumida del mundo, esta correspondencia no implica que se cumpla enteramente con la provisión de un producto homogéneo, seguro y que responda a una demanda cada vez más exigente.

En el mercado doméstico, el consumo de infusiones ronda los 7,5 Kg./habitante/año, y dentro de ese volumen, la participación del té (nacional e importado) solo alcanza los 170 gramos, peso equivalente a 85 saquitos anuales. Aunque inferiores frente al café y otras infusiones las cifras indican que el consumo de té se incrementó el 15% en la última década.

Además, el té no solo se consume bebido. La industria de la cosmética y perfumería pasó a elaborar sobre la base de tés, cremas, limpiadores faciales, jabones y perfumes. Los negocios especializados de belleza y los spa incorporan el uso de cremas a base de té por sus valiosos componentes y elevado poder antioxidante.

Frente al abanico de posibilidades comerciales que abren estos y otros usos “no convencionales” del té, se estima que para la próxima década la demanda genuina a nivel global generará un déficit de unas 500.000 toneladas de té negro, lo que podría hacer que su cotización se incremente sustancialmente respecto a la actual.

Cambios en marcha

Aunque la economía tealera transita por una etapa de crecimiento, y el proyecto para el mediano y largo plazo es halagüeño, los mayores costos que se observan en la actual coyuntura, pueden constreñir la dinámica productiva debido a la reducción de los márgenes de utilidad.

Se advierte que a medida que los consumidores identifican los beneficios del té para la salud, se eleva la tasa de consumo anual de la infusión. Esto abre la puerta a una nueva categoría de negocio que se suma al té tradicional, frío o combinado con leche: las aguas saborizadas con diferentes variedades de frutas sobre la base de té. Amplía y consolida la tendencia una creciente demanda de bebidas con bajas calorías, combinadas con edulcorantes no calóricos como la stevia y/o edulcorantes artificiales.

A modo de ejemplo puede señalarse que durante 2012 la facturación del té y derivados alcanzó en Estados Unidos los 6,7 mil millones de dólares, éxito comercial que alentó a Unilever y Coca-Cola, entre otras, a encarar nuevos proyectos.

Esta realidad guarda relación con un conjunto de recursos que posibilitan responder una demanda creciente y modifican el rostro de la economía tealera: técnicas de investigación para obtener clones resistente a plagas, heladas y a estrés hídrico; nuevos prototipos de máquinas cosechadoras; construcción de modernos secaderos con gran capacidad de acopio y procesamiento en las localidades de 25 de Mayo y San Vicente -ambas localidades de la provincia de Misiones-, más la inversión de capital para modernizar y ampliar las estructuras realizados por emprendimientos privados que apostaron al desarrollo de esta actividad desde sus comienzos.

La dinámica del negocio abre más alternativas. Como algunos téis pueden resultar amargos, se estudian pro-

puestas que atenúen o contrarresten ese sabor con frutas, y también se analizan combinaciones con hierbas. Lo cierto es que el té negro o verde sumado a los ingredientes que se le van incorporando amplía cada vez en mayor medida el horizonte económico del producto, siempre acompañado por el sólido prestigio que cosechó hace ya siglos por sus grandes cualidades.

Fuentes Consultadas

Ministerio del Agro y la Producción de la provincia de Misiones | Asociación de Productores e Industriales de Corrientes | INTA / EEA Cerro Azul, Misiones | Comisión Provincial del Té (COPROTE) MAGyP | INTA, Diagnóstico de la Cadena Alimentaria del té | UPASI | Tea Research Foundation | INDEC | FAO.

Web

www.agro.misiones.gov.ar
www.upasitearesearch.org
www.inta.gov.ar
www.indec.gov.ar
www.fao.org



El té en China, mucho más que una infusión

El Ministerio de Comercio de la República Popular de China organizó este año, en forma conjunta con el *Zhangzhou College of Science and Technology* -primer colegio del mundo especializado en la industria del té- un Seminario sobre Comercio Internacional e Industrialización de Té para Países en Desarrollo.

Debido a la importancia de Argentina como productor y exportador mundial de té y al potencial de crecimiento que exhibe su sector tealero, nuestro país, junto a otros 28, fue invitado a postular precandidatos para participar del encuentro, realizado en la provincia de *Fujian*, al sudeste de China.

Fue así que un profesional de la Dirección de Agroalimentos, de la Subsecretaría de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías, fue seleccionado viajó para tomar contacto directo con las formas de producir y comercializar té del país que dio origen a esta infusión y que a su vez es el principal productor y consumidor mundial.

Las plantaciones recorridas durante el Seminario se desarrollan con distintos grados de desnivel y se cultivan a mano. Pero independientemente de las particulares características agronómicas y tecnológicas de las explotaciones, es un hecho que el té es mucho más que un cultivo tradicional.

Su producción no solo ha impulsado el desarrollo de la economía de este enorme país sino que está enraizado profundamente en su cultura. El consumo forma parte de la vida diaria y se halla muy extendida la convicción de que practicar la cultura del té mejora la salud, el espíritu y la sabiduría de las personas. El cultivo ha dado pie al desarrollo de una vasta serie de derivados elaborados con hojas de té o con sus extractos que han convertido en habitual el consumo de la infusión a través de productos que en nuestro país serían considerados formas de uso no convencional.

El té verde y otras variedades se comercializan por canales cada vez más diversificados, abar-

cando las tradicionales ferias y mercados, las casas de té, los supermercados, los comercios especializados, los puntos turísticos y la venta por internet. Se han desarrollado recorridos vinculados a la cosecha y la elaboración del té, y abundan las manifestaciones de arte, las obras caligráficas y las películas vinculadas a esta bebida.

Existen museos y publicaciones especializadas, y se dictan cursos sobre ciencia y cultivo, arte y cultura, promoción del consumo y *marketing* del té en distintas instituciones educativas, tejiendo así un vasto entramado de acciones que ha incrementado el consumo interno y externo de esta infusión.

El intercambio realizado con profesionales chinos y con especialistas de África y Asia permite apreciar que nuestro país tiene hecho un importante recorrido con respecto a la producción tealera, pero también un amplio camino a transitar para continuar agregando valor a la industria del té y al fomento de su consumo.