

IICA



MEMORIA

SEMINARIO SOBRE ESTRATEGIAS DE
DIVERSIFICACION DE LAS EXPORTACIONES
AGRICOLAS ARGENTINAS

“EL COMPLEJO FRUTIHORTICOLA”

Buenos Aires – Argentina
14 - 15 de diciembre de 1987

Oficina del IICA en Argentina



RECIBIDO 25 ENE. 1989

IICA-CIDIA

Centro Interamericano de
Documentación e
Información Agrícola
27 JUN 1989
IICA — CIDIA

00006211

110A

E71

IS9m

~~01-008-562~~

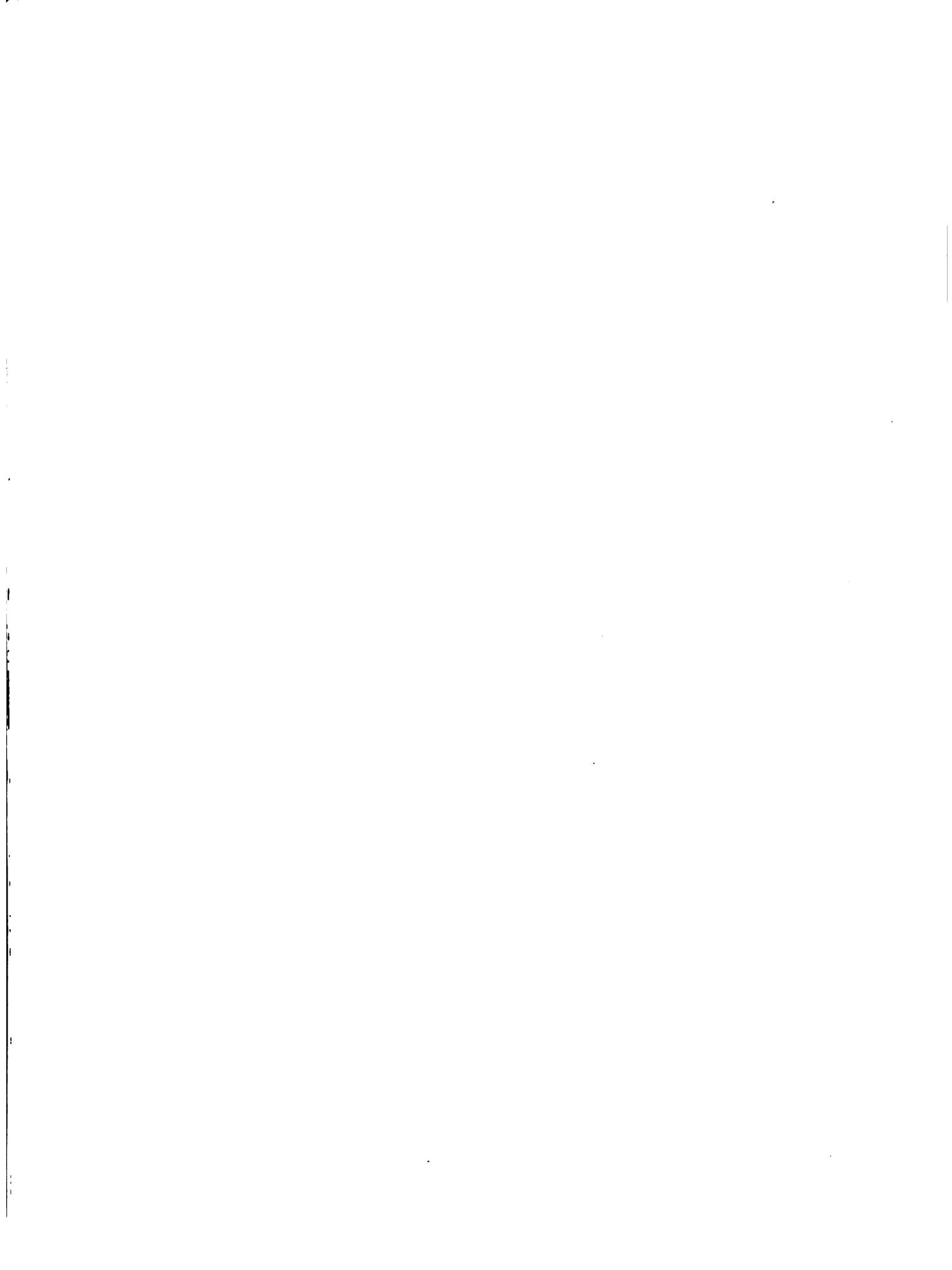


MEMORIA

SEMINARIO SOBRE ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACION DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS ARGENTINAS

“EL COMPLEJO FRUTIHORTICOLA”

Buenos Aires – Argentina
14 - 15 de diciembre de 1987



CONTENIDO

INTRODUCCION

- **DISCURSO PRONUNCIADO POR EL SECRETARIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA**
Dr. Ernesto J. Figueras iii

- **DISCURSO PRONUNCIADO POR EL REPRESENTANTE DEL INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA EN LA ARGENTINA**
Dr. Carlos J. Garramón vii

- **CAPITULO I.- PERSPECTIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y VARIACION EN LOS HABITOS DE CONSUMO**
 - **Algunas consideraciones sobre las perspectivas internacionales para la colocación de frutas argentinas**
Anibal Jazbeck Jozami 5

 - ① **Mercado de productos frescos en Canadá (Consumo-Importaciones-Promoción)**
Roberto W. Anderson 17

 - ① **Italia - Producción y comercio de frutas**
Dante Mársico 33

 - ① **Perspectivas del comercio internacional de frutas y hortalizas de la Comunidad Económica Europea y de la República Federal de Alemania**
D. Link 43

 - **La posición argentina en el comercio frutihortícola en la Comunidad Económica Europea**
Guillermo E. Nielsen 55

- **CAPITULO II.- CAMBIO DE LOS HABITOS DE CONSUMO**
 - ① **Cambios producidos en los mercados frutihortícolas en los Estados Unidos**
Boyd M. Buxton 71

—	Cambios en los hábitos de consumo y el sistema de distribución de la República Federal de Alemania y en la Comunidad Económica Europea D. Link	85
—	Cambios en los hábitos de consumo en la Argentina Cristina Ramos	91
•	CAPITULO III.- CUADRO DE SITUACION EN LA PRODUCCION Y POST COSECHA DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN ARGENTINA	
—	La producción de hortalizas en Argentina Pablo Rodríguez	107
—	Consideraciones sobre el manejo postcosecha de frutas y hortalizas Beatriz Slutzky	125
•	CAPITULO IV.- EXPERIENCIAS DEL DESARROLLO FRUTIHORTICOLA EN ALGUNOS PAISES DE SUDAMERICA	
—	Desarrollo de las explotaciones frutícolas. El caso chileno Esteban Córdoba	141
—	La experiencia brasileña con la producción, industrialización y exportación de jugo de naranja: un destacado caso de desarrollo Andrés Troncoso Vilas	155
•	CAPITULO V.- PROMOCION DE EXPLOTACIONES FRUTIHORTICOLAS EN ARGENTINA	
—	Programa de promoción de exportaciones frutihortícolas Claudio Sabsay	199
—	Programa de crédito para el desarrollo sectorial Jesús Leguiza	207

INTRODUCCION

La diversificación de nuestras exportaciones agropecuarias es uno de los objetivos para lograr un sostenido desarrollo del sector. En este sentido una alternativa válida es la producción frutihortícola. Este Subsector tiene una participación de aproximadamente el 12% del Producto Bruto Agrícola Nacional. El volumen de producción anual argentino oscila en alrededor de los 11.000.000 de toneladas, exportándose entre el 5 y el 7% del total, considerando todas las formas de presentación, lo que genera entre 400 y 450 millones de dólares.

Las exportaciones frutihortícolas de otros países sudamericanos a partir de la década del 70, fueron permanentes. Brasil incrementó sus envíos al exterior a un índice del 11,4% anual, Chile a una tasa del 10,6% y Colombia a una tasa del 9,2% anual. El aumento del consumo mundial de frutas y hortalizas en los últimos 40 años -30% para los primeros y 50% para los últimos- y la ubicación geográfica de Argentina que por encontrarse en el hemisferio sur puede abastecer al hemisferio norte en las épocas de contrastación donde los precios son mayores y los aranceles de importación menores; permiten alentar posibilidades ciertas de incremento y diversificación de nuestras exportaciones frutihortícolas.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación subcontrató al Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola en el marco del Proyecto ARG/86/009 PNUD-BIRF para la ejecución de los estudios que permitieron dar respuesta a una serie de interrogantes que hacen a la política sectorial de mediano y largo plazo.

A mediados de 1986 se constituyó en la oficina del IICA Argentina la Unidad de Estudios Básicos para el Proyecto de Modernización del Sector Agropecuario Argentino.

Uno de estos estudios es el Programa de Exportaciones Frutihortícolas donde se ha desarrollado un exhaustivo diagnóstico del Subsector y propuestas de políticas para el corto, mediano y largo plazo.

Como finalización de este estudio la SAGyP y el IICA, auspiciados por el INTA y la SICE realizaron un Seminario Internacional con la participación de expertos internacionales y nacionales a fin de brindar un detallado panorama de las perspectivas del comercio internacional, de los cambios ocurridos en el consumo de alimentos percederos, los desarrollos en la producción y poscosecha y las experiencias de otros países exportadores de frutas y hortalizas.

En este libro se publican los trabajos presentados por los disertantes invitados y las propuestas de políticas y financiamiento elaborados por el IICA.

La adopción de una apropiada tecnología por parte de los productores constituye el incremento fundamental para posibilitar el crecimiento de la producción, productividad y calidad a mediano plazo.

Ha llegado el momento de apoyar a subsectores como el que hoy nos convoca, el frutihortícola, para despertar a este gigante que ha quedado aletargado en su historia.

Dado este panorama, es que la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca subcontrató al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura con el fin de realizar una reflexión profunda y sistemática de la problemática del sector con el objeto de identificar y formular políticas, programas y proyectos de inversión que permitan una efectiva modernización y alcanzar los objetivos antes enunciados.

Este seminario es el corolario de una primer etapa que hemos emprendido con absoluto convencimiento que estamos en el camino cierto y una clara muestra de ello es el importante apoyo que hemos recibido de los diferentes organismos de gobierno que perciben la potencialidad del sector.

La respuesta del sector privado dará las bases para el crecimiento. El Gobierno Nacional proporciona el marco de acción y las pautas para el desarrollo. La inversión de aquellas áreas de mayor futuro en el sector agropecuario definirá la magnitud de los que estamos dispuestos a crecer. Un claro ejemplo de lo que ya hemos logrado es el incremento del volumen de exportaciones frutihortícolas en el último bienio tal como en mandarinas ha aumentado un 48%, en pera un 47%, en naranja un 63%.

Las ventajas comparativas y la dinámica del subsector constituyen sin duda un fundamento decisivo para poner la prioridad que le debe asignar la política económica a esta economía regional, contribuyendo así un crecimiento con reaseguro.

El aumento del consumo de productos frutihortícolas frescos de los países industrializados, el incremento del intercambio comercial, la situación del dólar y circunstancias políticas internacionales nos desafían al desarrollo.

Este desafío está presente y como tal lo asumimos, y a partir de este marco desarrollaremos la política para el subsector definiendo la estrategia a corto y mediano plazo.

De esta forma estamos proporcionando el empleo de instrumentos adecuados para reducir los riesgos de la inversión. De esta suerte lograremos en un esfuerzo compartido con el sector privado el crecimiento sostenido de las exportaciones agropecuarias.

Para el logro de estos objetivos consideramos como un hecho trascendente para el sector el cambio que se está proponiendo actualmente en la carta orgánica del Banco de la Nación Argentina.

Esto permitiría recuperarlo como institución financiera específica para el sector, luego de un largo período en que el Banco Nación actuará como banca múltiple, lo cual se refleja en la pérdida de importancia relativa de los recursos crediticios brindados al sector agropecuario en los últimos años. Esta reforma permitiría al Banco orientar sus estructuras operativas con el fin de ubicarlo más cerca del productor y sus necesidades.

**DISCURSO PRONUNCIADO POR EL
SR. SECRETARIO DE AGRICULTURA, GANADERIA Y PESCA
DR. ERNESTO J. FIGUERAS**

Nuestro país, tradicional exportador de cereales, oleaginosos y carnes, se ha enfrentado en esta década ante competidores que subsidian su producción y comercialización, afectando así los niveles de precios de nuestros productos, este marco comercial, que parece de simple solución, nos obliga a replantear la estrategia desarrollada a la fecha en el sector agropecuario, intimándonos a esforzar nuestra imaginación con el fin de orientar nuestras exportaciones agropecuarias hacia una diversificación creciente. Esto no quiere decir que no pensemos en que hay que incrementar nuestras exportaciones tradicionales, pero lo que es importante resaltar es que debemos generar fuentes de ingresos mediante la venta de productos que no se encuentren sus precios distorsionados en los mercados internacionales por medidas de orden político.

El objetivo de incrementar nuestras exportaciones agropecuarias diversificando la gama de productos nos garantizará un reaseguro en nuestro crecimiento, es de suma importancia resaltar el avance de las negociaciones internacionales en el marco del GATT y en la actual rueda de Uruguay, pero no se deben generar falsas expectativas, ya que se pueden esperar razonables resultados que en el corto plazo nos permita la obtención de mayor porcentaje de mercado, pero quizás no grandes diferencias en los precios, estos podrán recuperar niveles mínimos en el mediano plazo. Al respecto nuestro país, debe definir qué perfil económico pretende para los próximos 20 años y, por lo tanto, podrá planificar sus inversiones en los sectores con mayor potencial y mayor dinamismo para el recupero de los históricos niveles de crecimiento de nuestra nación.

Es evidente que la historia está plagada de ejemplos que demuestran que el sector agropecuario a la hora de la verdad siempre fue el generador de una Argentina pródiga. El incremento de nuestras exportaciones agropecuarias tradicionales nos ayudará a obtener la plataforma de lanzamiento de un país que espera pacientemente el momento de la recuperación; pero no nos debemos olvidar de lo que está sucediendo hoy ya que nuestra dependencia en los precios internacionales de pocos productos nos ha llevado a un callejón que, aunque tiene salida, nos está costando enormes esfuerzos para encontrarla.

Por todo ello es que la realidad de hoy las esperanzas de un mañana en crecimiento nos obliga a la reflexión sobre cuáles son los caminos más seguros para no caer en la tentación de lo simplista.

Es un gusto el poder apreciar la pujanza de sectores productivos como el frutihortícola, que encara con decisión el desafío de desarrollarse en circunstancias que no siempre son las ideales, no solamente a nivel nacional sino también internacional. Pero si existen dificultades para los productores frutihortícolas argentinos justo es reconocer que las mismas son extensivas a todas las actividades económicas de la nación, como consecuencia de un pasado signado por el descontrol y un presente que refleja una política agrícola internacional que se identifica como un nuevo modelo de conquista económica. El saneamiento se producirá a partir de la acción mancomunada de todos los sectores en pos de una meta en común, cual es la recuperación de una prosperidad que la Argentina jamás debería haber perdido.

La adopción de una apropiada tecnología por parte de los productores constituye el incremento fundamental para posibilitar el crecimiento de la producción, productividad y calidad a mediano plazo.

Ha llegado el momento de apoyar a subsectores como el que hoy nos convoca, el frutihortícola, para despertar a este gigante que ha quedado aletargado en su historia.

Dado este panorama, es que la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca subcontrató al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura con el fin de realizar una reflexión profunda y sistemática de la problemática del sector con el objeto de identificar y formular políticas, programas y proyectos de inversión que permitan una efectiva modernización y alcanzar los objetivos antes enunciados.

Este seminario es el corolario de una primer etapa que hemos emprendido con absoluto convencimiento que estamos en el camino cierto y una clara muestra de ello es el importante apoyo que hemos recibido de los diferentes organismos de gobierno que perciben la potencialidad del sector.

La respuesta del sector privado dará las bases para el crecimiento. El Gobierno Nacional proporciona el marco de acción y las pautas para el desarrollo. La inversión de aquellas áreas de mayor futuro en el sector agropecuario definirá la magnitud de los que estamos dispuestos a crecer. Un claro ejemplo de lo que ya hemos logrado es el incremento del volumen de exportaciones frutihortícolas en el último bienio tal como en mandarinas ha aumentado un 48%, en pera un 47%, en naranja un 63%.

Las ventajas comparativas y la dinámica del subsector constituyen sin duda un fundamento decisivo para poner la prioridad que le debe asignar la política económica a esta economía regional, contribuyendo así un crecimiento con reaseguro.

El aumento del consumo de productos frutihortícolas frescos de los países industrializados, el incremento del intercambio comercial, la situación del dólar y circunstancias políticas internacionales nos desafían al desarrollo.

Este desafío está presente y como tal lo asumimos, y a partir de este marco desarrollaremos la política para el subsector definiendo la estrategia a corto y mediano plazo.

De esta forma estamos proporcionando el empleo de instrumentos adecuados para reducir los riesgos de la inversión. De esta suerte lograremos en un esfuerzo compartido con el sector privado el crecimiento sostenido de las exportaciones agropecuarias.

Para el logro de estos objetivos consideramos como un hecho trascendente para el sector el cambio que se está proponiendo actualmente en la carta orgánica del Banco de la Nación Argentina.

Esto permitiría recuperarlo como institución financiera específica para el sector, luego de un largo período en que el Banco Nación actuará como banca múltiple, lo cual se refleja en la pérdida de importancia relativa de los recursos crediticios brindados al sector agropecuario en los últimos años. Esta reforma permitiría al Banco orientar sus estructuras operativas con el fin de ubicarlo más cerca del productor y sus necesidades.

Existen dos visiones contrapuestas en el desarrollo agropecuario: una de ellas sostiene que precios remunerativos de los productos bastan por sí solos para asegurar un crecimiento adecuado de la producción, la otra, resta importancia al rol de los precios y entonces brinda sustento para toda clase de manifestaciones con ellos y sostiene que el desarrollo agropecuario es función de disponibilidad de adecuada tecnología que permitan aumentar la producción y la productividad, estas dos visiones extremas, reducidas en este párrafo a lo más sustantivo de sus argumentos son equívocas.

La experiencia muestra que precios o tecnología, por sí solos, son insuficientes para poner en movimiento el complejo conjunto de factores que son responsables del crecimiento de la producción. En efecto, ambos factores -precios y tecnología- deben combinarse apropiadamente; precios remunerativos

incentivan al productor a adoptar nuevos procedimientos y a mejorar los ya conocidos. Para ello es necesario contar con una corriente de tecnología en constante renovación y perfeccionamiento.

Pero precios remunerativos sin tecnologías adecuadas no permiten los aumentos de producción que son necesarios para el desarrollo del país. Se transforman simplemente en un mecanismo para redistribuir ingresos.

A su vez, tecnologías apropiadas sin precios remunerativos estarán condenadas a permanecer en el ámbito de las estaciones experimentales.

La adopción de las tecnologías por parte de los productores constituye el instrumento fundamental para posibilitar el crecimiento de la producción y la productividad a mediano y largo plazo, por otra parte, la incorporación de tecnologías presupone su creación y transferencia a los productores donde el estado cumple un rol trascendente pero no exclusivo.

La adopción de la tecnología adecuada implica la obtención por parte del productor de créditos adecuados, para ello la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca está gestionando un crédito global para el sector agropecuario con el Banco Mundial y el BID, que estará disponible el próximo año.

Pero, como mensaje y compromiso, entendemos necesario rescatar el rol de la actividad privada a la que el estado debe asistir pero no reemplazar; brindar el marco adecuado, pero no encasillar, y establecer las reglas de juego para que en el mediano plazo seamos los artífices de un destino mejor.

**DISCURSO PRONUNCIADO POR EL REPRESENTANTE DEL
INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA
EN LA ARGENTINA**

DR. CARLOS J. GARRAMON

Constituye para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), un gran honor y una muy sentida satisfacción inaugurar junto al Secretario de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, este Seminario Nacional sobre "Promoción de las exportaciones frutihortícolas".

En nombre del Director General del IICA, Dr. Martín Piñeiro y del equipo técnico de la oficina del IICA en la Argentina, quiero agradecer la presencia de las autoridades nacionales y de los países invitados que nos acompañan en esta inauguración, así como de toda la concurrencia, cuyo número y nivel resalta la importancia que la sociedad argentina otorga a la impostergable necesidad de diversificar sus exportaciones, vinculando plenamente las formidables ventajas naturales que caracterizan el suelo y el clima de este país, con las enormes posibilidades que ofrece un mercado mundial que cada día se vuelve más complejo, pero a su vez más variado y sofisticado.

Sinceramente, es un honor, además de un placer, acompañar al Gobierno Nacional y, particularmente, a la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, en este esfuerzo por movilizar los recursos físicos y humanos en pro del desarrollo del sector frutihortícola que, como dijo el Dr. Figueras, encierra un gran potencial de crecimiento que en alguna medida ya ha sido puesto de manifiesto por el crecimiento de la producción y las exportaciones de frutas y hortalizas en los años más recientes.

Señores, este seminario no es un evento aislado, sino que es parte de un vasto programa de cooperación técnica entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y el IICA, financiado por el Banco Mundial y el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo.

Este programa de cooperación que hemos dado en llamar proyecto de modernización agropecuaria, tiene como objetivo fundamental derivar, a través de un análisis sectorial profundo y sistemático, políticas, programas y proyectos de inversión, cuya ejecución integral contribuya al crecimiento y desarrollo del sector agropecuario argentino

En el marco de la grave crisis que atraviesa el mercado agrícola mundial, y dadas las evidentes consecuencias que esta crisis ha tenido sobre la disponibilidad nacional de divisas y sobre el ingreso de los productores, el Gobierno Nacional ha considerado que es imperioso eliminar las ineficiencias estructurales que encarecen desproporcionadamente el proceso de producción y comercialización interna y externa de sus productos tradicionales de exportación: granos y carnes, pero impulsando a su vez un consistente proceso de diversificación de las exportaciones agropecuarias hacia productos cuyos precios internacionales no están afectados por los injustos esquemas de subsidios internos y externos practicados por países competidores, sino que por el contrario concurren a mercados caracterizados por altos niveles de ingreso y consumo.

Es justamente al respaldo de este objetivo que se orienta la contribución que pretende hacer el programa de cooperación entre la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y el IICA, del cual es parte el seminario que hoy iniciamos. Basado en los lineamientos y prioridades definidas por esa Secretaría, el proyecto de modernización agropecuaria concentra, sus esfuerzos, en esta etapa, en cinco áreas de reflexión y propuestas.

- a) **Comercialización de granos y el rol de la Junta Nacional de Granos.**
- b) **Políticas de producción, transporte, almacenamiento y embarque de granos.**
- c) **Perspectivas del desarrollo ganadero argentino, de las exportaciones cárnicas y el rol de la Junta Nacional de Carnes.**
- d) **Promoción de las exportaciones frutihortícolas y, por último un estudio sobre la factibilidad técnico-económica del riego complementario en la región maicera típica.**

A partir de los estudios correspondientes, el proyecto ha elaborado propuestas de política, inversión y reformas institucionales que están siendo consideradas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca para ser sometidas al financiamiento nacional e internacional. Entre ellas se encuentra el programa de promoción de exportaciones frutihortícolas cuya presentación a ustedes ocupará una sección de este seminario. En este sentido consideramos que la comparación de nuestras conclusiones con otras experiencias nacionales y las contribuciones que ustedes harán en las discusiones que se desarrollarán durante estos dos días de trabajo, conformarán valiosos insumos para enriquecer nuestras sugerencias.

A su vez, queremos resaltar que la naturaleza de este evento forma parte de la aspiración de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y del IICA, de conformar a través del proyecto de modernización agropecuaria, un ámbito participativo de reflexión analítica y sistemática sobre temas de gran trascendencia para el crecimiento y desarrollo del sector agropecuario. Estamos convencidos que sólo a través de la participación y la interacción de funcionarios públicos, técnicos agropecuarios y representantes del sector privado podremos elaborar propuestas realistas y con alto nivel de consenso que faciliten una instrumentación eficiente por parte de las autoridades del sector. Así lo hemos verificado en otros seminarios organizados en torno a otros temas abarcados por el proyecto y esperamos seguir comprobándolo en reuniones futuras en las que vayamos poniendo a la consideración de ustedes, actores reales de este proceso productivo que todos pretendemos mejorar, los aportes de nuestro esfuerzo de análisis técnico.

No quiero terminar sin antes decir que la participación de la oficina del IICA en este proyecto al cual la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca nos ha permitido sumar nuestro esfuerzo, se ve particularmente honrada después de la declaración emanada de la última conferencia de Ministros de Agricultura en Ottawa, Canada. Esta declaración llama a los gobiernos de América Latina a impulsar una estrategia de desarrollo que priorice el crecimiento agropecuario a través de un esfuerzo común de modernización e integración de la agricultura latinoamericana. Entre otros elementos la declaración de Ottawa plantea que dicha modernización deberá basarse en un esfuerzo tecnológico que nos vincule a los grandes avances técnicos que hoy se procesan en el mundo desarrollado, en una mayor eficiencia en la comercialización de nuestros productos, en una modernización de nuestro sector público agropecuario, en políticas macroeconómicas que estimulen la producción agrícola y fundamentalmente en la comprensión de los países que hoy deprimen el valor del más noble y genuino de nuestros esfuerzos productivos: el esfuerzo de nuestros productores agropecuarios.

En el marco de esta declaración, la Conferencia de Ministros de Agricultura ha encargado al IICA en cooperación con los gobiernos del continente, la elaboración de un plan estratégico que conduzca a la modernización agrícola de América Latina. En este sentido creemos que el proyecto de modernización que hemos iniciado en Argentina se inscribe en los más claros lineamientos de la preocupación que manifestaron los gobiernos de los Estados Unidos, Canadá y nuestros países y nos da nuevas fuerzas para seguir cooperando con este país que tantas satisfacciones nos ha dado en el plano técnico y personal.

Finalmente, quiero agradecer muy especialmente al equipo técnico del proyecto, a los funcionarios de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, al INTA y la Secretaría de Industria y Comercio Exterior que contribuyeran a la organización y financiamiento de este evento.

Muchas gracias y espero que tengan ustedes unos días muy ricos en intercambio de ideas, conclusiones y propuestas.



CAPITULO I

**PERSPECTIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y
VARIACION EN LOS HABITOS DE CONSUMO**

**ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LAS PERSPECTIVAS
INTERNACIONALES PARA LA COLOCACION
DE FRUTAS ARGENTINAS**

*Anibal Yazbeck Jozami*¹

1. VARIABLES GENERALES.

Las variables generales que es necesario tener en cuenta para la colocación de las frutas argentinas en el exterior, son las siguientes:

- a) El aumento general de consumo que se está produciendo en los países desarrollados en lo que se refiere a productos de contraestación.

Este aumento se ha dado en forma constante desde inicios de la década anterior y no hay motivo para suponer que dicho crecimiento esté cerca de su culminación.

Por el contrario, el tipo de alimentación que se está imponiendo en dichos centros, tiende al aumento del consumo de productos frescos y naturales.

Incluso para aquellos productos como los cítricos donde en las décadas anteriores se dieron aumentos de demanda de casi un cien por cien, se prevé que el incremento en la demanda continuará en porcentuales que doblarán el correspondiente al aumento de población.

- b) El perfeccionamiento de los métodos de conservación y mantenimiento de las frutas favorece también el incremento comercial.
- c) La baja general de fletes originados en el descenso de los tonelajes de mercadería general comercializada, repercute en la baja de las tarifas de flete frigorífico marítimo para aquellos productos que resisten fletes de esta duración.
- d) Asimismo, si bien esto no es aplicable aun a nuestro país, se están produciendo disminuciones en las tarifas aéreas aplicables a otros países exportadores para el tráfico Sur-Norte; especialmente Chile.

¹ Integrante del equipo de Promoción de Exportaciones Frutihortícolas. Convenio SAGyP-ICA-BIRF-PNUD - Argentina.

- e) El rechazo generalizado, especialmente en algunos países comunitarios y en Canadá, a la política de apartheid que lleva adelante el gobierno sudafricano y el consiguiente boicot económico, está mejorando las posibilidades de la colocación de fruta argentina, en reemplazo del producto sudafricano.
- f) En lo que respecta al mercado brasileño, que es el más cercano geográficamente de los mercados compradores, se espera que para los productos que adquiere, (manzana y peras), el consumo vaya aumentando, debido a la incorporación a niveles de consumo aceptables, de partes importantes de población que anteriormente no llegaban a los niveles de consumo mínimo como para ser tenido en cuenta.

Si bien la situación económica de los últimos meses volvió a disminuir los niveles de consumo, se dio para estos productos, una mayor diversificación social de la demanda.

- g) Para los citrus, son aplicables también las posibilidades que el boicot sudafricano pueda traer para nuestra producción; asimismo, el conflicto en América Central está alterando las posibilidades de exportación de Honduras que compite con nuestro país.
- h) La situación de debilidad del dólar frente a las divisas europeas, está contribuyendo a favorecer nuevas posibilidades.

2. CITRICOS.

El análisis de la situación internacional marca una caída en la producción general de cítricos de parte de los países productores para la década de los '80 en comparación a lo sucedido en las décadas anteriores.

Frente a un ritmo del 7% anual su incremento en la década del '70 al '80, en los años actuales el incremento será, en promedio, del 1,7% anual.

En lo que se refiere a la demanda, crecerá a un ritmo promedio del 3,1% anual, siendo esta cifra una media entre el aumento algo mayor, que se dará en los países desarrollados y el guarismo, algo menor, correspondiente a los países en desarrollo.

Si a lo antedicho se suma el aumento de las cifras de comercio de jugos y concentrados frutales, tendríamos un panorama alentador para las posibilidades de incremento de nuestra producción y exportación de cítricos.

En el caso de los cítricos no es aplicable lo utilizado para otros productos en lo que se refiere a contar con un amplio mercado fronterizo (Brasil) ya que éste cuenta con una importantísima producción.

El nivel de desarrollo industrial alcanzado por ese país, repercutió en lo que a estos productos se refiere, en una alta especialización en concentrados y jugos.

En la medida que no surjan problemas en la ubicación de esa producción, Brasil no será competidor de nuestro país en la colocación de producto fresco en los países desarrollados.

Es necesario tener en cuenta que una parte del área productiva de citrus, se encuentra en las provincias del NOA que fueron especialmente golpeadas por la crisis económica, que aquejó en los últimos años a la actividad agropecuaria.

Esto, implicó que en muchos casos, especialmente en lo que se refiere a la producción de limones de Tucumán, los plantíos se resintieron por la falta de cuidados y mejoras, fruto de la mala situación económica en que estaban los productores. Lo mismo para las naranjas de Salta, a excepción de las fincas pertenecientes a empresas de gran potencial y diversificación (Ledesma, San Martín del Tabacal, etc.).

Esto ha traído aparejado una baja de calidad que, en caso de no ser subsanada, puede significar paulatinamente pérdida de mercados. En las producciones frutícolas del norte del país, si bien se obtiene en algunos casos apariciones más prematuras que reportan mejores condiciones del mercado, las condiciones climáticas, facilitan la aparición de plagas y enfermedades, por lo que son mucho más notables los descuidos de producción en que se pueda haber incurrido.

Los mercados de nuestro país para cítricos son fundamentalmente los mercados tradicionales de Europa, teniendo como variantes principales a incrementar el área socialista de Europa Oriental, los mercados árabes y el sudeste asiático. Asimismo, la conclusión de las negociaciones tendientes al levantamiento de las trabas sanitarias por parte de los Estados Unidos, diversificará las posibilidades de demanda.

Las diversas características de estos mercados marcan la necesidad de organizar la producción de nuestro país, diferenciando áreas y variedades para consumo interno y exportación, a fin de lograr una producción acorde a lo requerido por los mercados exteriores, sin caer en problemas de desabastecimiento.

Asimismo, es necesario una planificación de calidades y tiempos de cosecha, ya que se tienen problemas de calidad con mercadería enviada a Europa Occidental, cuando esas mismas calidades son las requeridas por los mercados de Europa Oriental.

Una política de incremento de las exportaciones de citrus, debe tener entre sus elementos fundamentales la expansión del área productiva de mandarina, ya que existe una gran demanda para algunas variedades modernas que pueden obtener buenos resultados en el área atlántica y litoral (Murdock, Clementine, etc.).

Este producto tiene gran receptividad para la contraestación de Estados Unidos y Canadá.

Asimismo, en el caso de las naranjas de ombligo (Washington Navel) debe tenderse a una expansión de su área, ya que es un mercado que ha operado con demanda sostenida, que no ha podido ser satisfecha en los últimos años.

En estos dos casos se cuenta con seguridad de ubicación de los saldos exportables y se trata de productos que por la necesidad que hay de ellos en los países compradores permiten discutir buenas condiciones de venta.

Analizando las posibles áreas de expansión, tenemos lo siguiente:

a) Sudeste asiático

Las primeras cifras de exportación hacia el sudeste asiático, aparecen en nuestras estadísticas a partir de 1985 y son mínimas. Sin embargo, esta zona que tiene como centro comercial a Singapur, puede ser destinataria de mercadería de calidad regular a precio competitivo con la producción china, dependerá esto de una política comercial general que debe desarrollar nuestro país en relación con esta zona, con lo que existe complementariedad en diversos productos alimenticios.

b) Mercados árabes.

La presencia de la producción cítrica argentina en los mercados árabes de medio oriente ha sido errática.

La característica principal de estos mercados es su acostumbramiento a mercaderías de buena calidad y especialmente de buen empaque y preparación.

El alto poder adquisitivo a que llegaron estos mercados a raíz del petróleo, hizo que las empresas exportadoras europeas y estadounidenses, que trabajan con gran esmero y sofisticación en lo que hace a clasificación y packing, se volcaran a los mismos. Frente a este tipo de producto, los detalles de falta de buena selección o de envase descuidando de lo que han hecho gala en muchos casos la exportación argentina, adquiere toda su significación.

Asimismo, es conveniente para estos mercados llegar a tipos de envases casi individuales (1 ó 2 Kg. de fruta cada uno) para los que en general los establecimientos argentinos no están preparados para hacerlo con el esmero necesario.

Las cifras de exportación, muestran que no hay regularidad en las cantidades de compra, y que éstas dependen más de la respuesta que los compradores encuentran en otros mercados abastecedores antes de dirigirse al nuestro.

De la misma manera que para otros productos, surge la comparación con la política exportadora chilena en el caso de los cítricos, se hace necesario hacer mención al Uruguay, ya que este país ha desarrollado una política comercial agresiva y estable que le ha permitido una presencia constante tanto en los países árabes como en los de Europa Oriental, tienen bien clasificada su producción de las distintas zonas para diferentes mercados (por ejemplo, los limones de la zona norte se destinan a Europa Occidental y los del Sur a los mercados de Europa Oriental).

c) Europa oriental.

Las cifras de exportación muestran que nuestro país está presente en estos mercados, en lo que a cítricos se refiere, con limones en algunos años.

Hungría, Checoslovaquia, Polonia y la República Democrática Alemana son clientes estables de cítricos, especialmente limones.

A pesar de existir con nuestro país por parte de estos países, convenios de intercambio comercial basados en la adquisición de maquinarias etc. a cambio de materias primas alimenticias, parte importante de estos mercados fueron ocupados por otros competidores, fundamentalmente Uruguay.

A partir de un aprovechamiento correcto de las posibilidades de intercambio, existen amplias posibilidades de aumentar las cifras de exportación hacia estos mercados y mantenerlos estables.

Europa Oriental y Rusia, figuran dentro de las previsiones de FAO, entre las áreas que deberían aumentar el consumo de cítricos por habitante por año, a fines de esta década; época para la que se prevé podrían disponer mayor cantidad de divisas para este tipo de importaciones.

d) Europa occidental.

Evidentemente, el grueso de la exportación argentina, se dirige hacia los mercados de Europa Occidental; basados fundamentalmente en el mercado francés por un lado y por otro en Rotterdam/Amberes como centros de distribución.

La presencia argentina en estos mercados es constante; dependiendo del buen o mal concepto que inspiran a los compradores las diferentes marcas, el nivel de los precios que éstas obtienen en las negociaciones privadas o en los remates públicos.

A nuestro entender, la posibilidad de incremento de las cifras destinadas a Europa Occidental dependen de dos elementos:

1. Ampliar los mercados aumentando las negociaciones directas con clientes distribuidores de los mercados escandinavos, Finlandia e Italia; ésta última especialmente en lo referido a pomelos y limones. En lo que se refiere a Escandinavia y Finlandia se trataría de llegar directamente a estos mercados sin las intermediaciones de Rotterdam.
2. Mejorar los sistemas de distribución y de competencia entre los vendedores de Argentina. La competencia indiscriminada entre los exportadores argentinos ha redundado en contra de los mismos, ya que un comprador europeo prefiere no fijar un precio en firme para producción argentina, temiendo que otro exportador del mismo origen en su ansia por vender lo haga a menor precio.

Compradores europeos de grandes volúmenes de mercadería manifiestan su temor de adquirir compromisos de envergadura por productos argentinos por la inseguridad que les causa no saber como reaccionarán otros vendedores.

La forma de eliminar este problema es a través de paneles de distribución con una política de precios dirigida y constante al estilo de lo que es desarrollado por Israel y Sudáfrica.

Estos países operan con una red de distribuidores para cada mercado y la política comercial tanto de los exportadores como de estos distribuidores es dirigida en forma uniforme para evitar que la competencia pueda desprestigiar el producto o disminuir los precios.

En relación a los críticos, tenemos entonces un panorama alentador de posibilidad de crecimiento de las exportaciones en la medida que se observen cuidadosamente los requerimientos de calidad y empaque que requieren algunos mercados, que se consiga el levantamiento de las restricciones sanitarias que aun no limitan, que se elabore una política comercial correcta y se cree el ámbito desde el cual dicha política pueda ser implementada y que la política comercial general de nuestro país permita abrir nuevos mercados.

Asimismo, todas aquellas medidas productivas que tiendan a acelerar la posibilidad de ingreso de mercadería argentina facilitará la competencia con los países que ingresan luego del primer semestre (España, Sudáfrica y Honduras).

DURAZNOS

Las estadísticas de exportación de duraznos son prácticamente nulas en lo que se refiere a cifras representativas de exportación, salvo en los destinos limítrofes, Paraguay, Uruguay, Brasil y en algún caso Perú.

Esto es especialmente llamativo habida cuenta del interés que manifiestan regularmente los compradores canadienses, estadounidenses y europeos para aprovechar la contraestación de este producto.

Del análisis de la imposibilidad para cumplir con estos requerimientos surgirán los elementos a considerar para ampliar nuestras posibilidades de exportación.

La Argentina cuenta con dos zonas de producción de duraznos, la zona atlántica con epicentro en San Pedro y la del Valle de Río Negro y Mendoza.

Las características de ambas producciones son distintas; ya que la resistencia y duración del producto originario de la zona atlántica es menor al de la cordillerana, se plantea por lo tanto, la necesidad si pensamos en la exportación de duraznos provenientes de la zona atlántica, de encarar fletes aéreos.

Los intentos de exportar productos de la zona atlántica han debido chocar con el inconveniente que representaba la falta de políticas de flete a bajo costo por parte de las empresas aéreas para nuestro país, a diferencia de lo que sucede con Chile.

Si al problema de los costos de fletes se suma el desmedido valor de los insumos necesarios para la preparación y empaque del producto, tendremos que se hace imposible la exportación ya que del precio que pueden pagar los mercados compradores prácticamente no queda valor asignable al producto en sí, luego de deducidos los gastos y fletes.

Por el contrario, el durazno de origen cordillerano tiene una contextura de mayor resistencia y duración, que haría posible su envío por barco en bodegas refrigeradas.

Aparecen en este caso otros problemas y carencias de nuestro país como la incidencia de los gastos de traslado de la mercadería desde esas zonas al puerto, la necesidad de contar con adecuados depósitos de frío en puerto, etc.

Asimismo, este producto tuvo en los últimos años porcentuales de retención fiscal que también contribuyeron a dejarlo fuera de mercado.

Las contraindicaciones que aparecen al hablar de este tema, de las que están habitualmente en el centro de la problemática exportadora argentina, ya que se crea un círculo vicioso en el que cada elemento depende de solución del anterior y viceversa.

Tenemos así que si pudiéramos planificar barcos completos de duraznos que hicieran por tanto el trayecto sin escalas, se podría competir con el tiempo de duración de los viajes desde Chile a Sudáfrica, pero al no tener cantidades suficientes tampoco se cuenta con medios de transporte de estas características.

Es decir que frente al durazno nos encontramos con un mercado internacional dispuesto a absorber cantidades importantes de producto en contraestación y que está siendo aprovechado en este momento por Chile y Sudáfrica.

Si tenemos en cuenta lo dicho al inicio respecto al decrecimiento de las posibilidades de exportación de Sudáfrica por los boycots comerciales, veremos como aumentan las posibilidades de nuestro país.

Es este un caso típico entonces de un producto que puede desarrollarse convenientemente desde nuestro país en lo que hace a su producción en época de contraestación del hemisferio norte y que depende para la concreción de sus posibilidades de exportación de una política promocional que contemple la disminución del costo de los insumos a través de los ingresos temporarios que correspondan; una postura firme en lo que respecta a tarifas aéreas y el facilitamiento crediticio a quienes quieran impulsar esto a fines de hacer posibles las instalaciones y medios de transporte necesarios para la mercadería de las zonas más alejadas.

UVA DE MESA

Hay dos elementos fundamentales a tener en cuenta al hablar de este producto:

- a) Nuestro país fue un importante exportador de uva de mesa en las décadas de 1940 y 1950 y,
- b) En el momento actual si bien este producto tiene claras limitaciones si lo comparamos con la uva para vinificar, el aumento de su producción y exportación permitirá paliar aunque más no sea en mínima parte la crisis general de la producción cuyana a raíz de los problemas de la industria vitivinícola. Esto se lograría a través del reordenamiento de la producción hacia uvas de mesa o especialmente de doble propósito, es decir aptas para mesa o para vinificar.

Son aplicables a este producto todos los razonamientos efectuados en relación a las posibilidades crecientes que ofrece el mercado de contraestación para los productores del hemisferio sur.

Asimismo, gran parte de los países consumidores tienen producciones que apenas superan la demanda local para vinificar, o como en el caso de Holanda, no tienen producciones.

Los principales mercados para este producto son Arabia Saudita y Emiratos, Europa Occidental (Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Holanda y Suecia), Indonesia y Singapur en Asia, y Puerto Rico, Estados Unidos y Canadá.

Los proveedores de este producto en contraestación son Sudáfrica Swazilandia, Australia, Chile y Colombia.

En el caso chileno, que vuelve a ser nuestra referencia, la exportación se inició hace no más de una década y se ha situado como proveedor importante en todos los mercados compradores.

Las principales variedades reclamadas por los compradores son la Lavallee (Ribier), Thompson Seedless, Perle Seedless, Sultanina, Muscal, Muscal Rosada, etc. Estas variedades son aptas tanto para la producción en las zonas tradicionales de Mendoza y San Juan, como para las áreas de Catamarca y La Rioja donde algunas de estas variedades han sido ya experimentadas. Las exportaciones argentinas no son representativas en los primeros años de esta década en comparación a las cifras de treinta años atrás (se superaban las 20/30.000 toneladas).

En 1983 tenemos los guarismos superiores con 1.700 toneladas destinadas a Suecia, Brasil, Holanda, Alemania e Italia.

La posibilidad de incremento de las cifras de exportación en el caso de este producto depende únicamente de la voluntad argentina en lo que hace a sembrar las variedades requeridas por los mercados compradores, y disponer de la adecuada capacidad de instalaciones para clasificado y empaque; ya que los

precios que se obtienen a nivel internacional (entre 0,80 y 1 U.S.D. por kilo) son retributivos para la producción.

Este producto merece un claro apoyo a los esfuerzos exportadores que se realicen ya que goza de un amplio mercado, en el que la Argentina tiene muy buenas posibilidades de participar, incluso a través de su incremento y no de competencia.

MANZANAS Y PERAS

A diferencia de los otros productos tratados, estos frutos se han caracterizado tradicionalmente por tener un porcentual sumamente importante del total exportado que se dirigió al Brasil.

En el caso de las manzanas, el país limítrofe fue destinatario de prácticamente la mitad de lo exportado como promedio y en peras un porcentual algo menor.

En los dos casos analizados, se da también a diferencia de lo que ocurre en otros productos, la participación de otros países latinoamericanos en el total exportado (Perú, Venezuela, Bolivia, Colombia).

Asimismo, ambos productos iniciaron en 1985 su participación en el mercado de América del Norte (EE.UU. y Canadá) con volúmenes que se aumentaron en 1986.

Para el año actual se piensa que el tonelaje de manzanas argentinas que ingrese a América del Norte puede llegar aproximadamente a las 10.000 toneladas, no teniéndose aún una estimación relativa a las peras que representarán también un volumen importante en base principalmente a los embarques de variedad Williams que ya se han iniciado.

La cosecha de manzanas y peras de 1986 en América del Norte ha mostrado porcentuales decrecientes que oscilan entre un 10 y 15% según las regiones y variedades. Las variedades que registran bajas son las Bartletts y D'Anjou en peras provenientes de estados de la costa este (New York) y de la costa oeste (California) y en manzanas fundamentalmente se dio la baja en las manzanas provenientes de la costa este que son variedades similares a las trabajadas en Argentina.

La disminución de las cifras de cosecha implicó aumentos de los precios que iniciaron una tendencia del consumidor norteamericano a un mayor consumo de bananas en detrimento de estos productos por un problema de menores costos.

Esta situación nos debe hacer pensar en la necesidad de tener producto, en lo que a estas dos frutas se refiere con una aparición lo más prematura posible y a un precio que permita competir frente al consumidor estadounidense y canadiense con la banana y las frutas tropicales que se importan del Caribe y América Central.

A este fin se están realizando experiencias en el valle de Río Negro a través de la incorporación de clones provenientes de Chile que podrían permitir ir modificando los tiempos de cosecha de manzanas para permitir una aparición paralela a la chilena, que normalmente avanta 15 ó 20 días nuestro ingreso al mercado.

Los experimentos tendientes a lograr niveles de maduración anteriores no deben dejar de tener como condición ineludible la obtención de una coloración que haga al producto atractivo a la vista del consumidor europeo y americano del norte.

En el Hemisferio Norte, en las épocas de clima frío y agresivo, la fruta juega a través de su color el rol de acercar la presencia del sol al consumidor. Esto no es una aseveración poética, sino que las investigaciones de mercado realizadas en Europa en relación a las compras efectuadas para las mesas navideñas demostraron que el público tendía a adquirir aquellos productos que por su colorido y presentación contribuirían a poner una nota de color y alegría.

Esto explicaba porque el consumidor europeo se volcaba hacia las uvas de gran tamaño y colorido, en racimos grandes envueltos individualmente, a pesar de que su sabor no era tan intenso ni gustoso como el de la producción argentina, que tenía menor tamaño y una vista menos atractiva.

En el caso específico de peras, también es necesario tener en cuenta la obtención de un nivel de durabilidad del producto que lo haga atractivo para los compradores, ya que si bien las peras Williams de Mendoza por su carácter de primicia (Diciembre-Enero) aparecen en un buen momento para el mercado del Hemisferio Norte, no ofrecen garantías de buena llegada por su poca contextura y resistencia y esto lleva a que clientes, especialmente de Canadá prefieran no incursionar en este mercado.

En los casos que marcamos los requerimientos necesarios para el mercado de América del Norte, y especialmente Canadá, lo hacemos basados en las características particulares de estos mercados en relación al europeo. La producción argentina que está orientada fundamentalmente hacia los mercados tradicionales de Europa y especialmente a las subastas de Amberes y Rotterdam está acostumbrada a que los diferentes niveles de calidad que ofrece sean aceptados a mayor o menor precio por el mercado.

La obtención de uno u otro precio según sea la marca o la distinta partida que se presenta al remate es el castigo de los antecedentes de esa marca o a la calidad de esa partida; esto fue posible ya que por la diversidad de bocas de salida que tiene el mercado europeo puede absorber mercaderías de diferentes calidades a distintos precios.

Por el contrario el mercado canadiense, por tomarlo como ejemplo, ésta es un 70 a 80 % ocupado por las grandes cadenas de supermercados que ofrecen calidades uniformes y de primer nivel.

El porcentual de mercado que queda para pequeños comerciantes que puedan ofrecer mercaderías fuera de standard para sectores sociales de menores recursos es proporcionalmente bajo; a raíz de eso, los importadores canadienses deben contar con un producto de primera calidad y uniformidad que les permita poder colocarlo a través de las cadenas de supermercados, ya que si no quedan al margen del mercado mayoritario, y por este motivo es que plantean exigencias de calidad superiores a los europeos y requieren, fundamentalmente uniformidad.

A este respecto, en la producción del valle de Río Negro, se anota una situación parecida a lo marcado para la producción de limones de Tucumán en relación a la pérdida de calidad de muchas plantaciones por la situación económica que se vivió durante los últimos años.

Una política de fomento de exportaciones debe tener en cuenta al orientar la ayuda económica al productor y emparador, la necesidad de que esta se oriente a los mejoramientos de resistencia y colorido del producto y fundamentalmente a los sistemas de clasificación y empaque que permitan lograr que las partidas ofrecidas tengan calidad uniforme.

Los altibajos producidos en el mercado de estos productos se debieron justamente a la política de mayor o menor restricción a las importaciones efectuadas por Brasil.

La implantación del plan cruzado y la correspondiente ampliación de mercado que trajo aparejado, aparenta implicar un importante aumento en las posibilidades de colocación siempre y cuando esto no se vea frenado por restricciones al egreso de divisas por parte del vecino país.

Por otra parte el boicot comercial a Sudáfrica redundará en mayores posibilidades en lo que hace al ingreso de estas mercaderías a América del Norte, especialmente Canadá.

La producción sudafricana anteriormente orientada a estos mercados se volcará hacia los mercados europeos que no se han plegado aún al boicot y representarán una competencia importante para las producciones argentinas.

El desarrollo de la situación política interna en Sudáfrica y las posibilidades de que se vea alterado el ritmo normal de trabajo y producción en dicho país deberá ser tenido en cuenta para prever su permanencia o no como competidor.

En relación a estos productos hay que tener en cuenta desde la perspectiva estratégica que un cambio sustancial en la política sudafricana va a llevar a una reorientación general de su comercio exterior. Es decir, que por estar rodeado de países que son consumidores potencialmente importantes de sus productos, en caso de orientarse su política hacia una situación de no enfrentamiento con sus vecinos encontrará un mercado nuevo para intercambiar alimentos por minerales y metales de los países limítrofes.

En el caso de la otra competencia importante que aquí también se presenta para nuestra contraestación, que es Chile, vale lo analizado constantemente al respecto en lo referente al nivel de profesionalidad e imagen alcanzado por este país en los mercados internacionales.

Las posibilidades de estos productos son auspiciosas no sólo por las variantes de exportación en fresco sino porque parte importante de su producción, entre un 40 y un 50% se destina a industria de jugos y concentrados; cuyo mercado exterior está en aumento.

En los casos de las manzanas y peras hay una adecuación perfecta de nuestra producción a la demanda mundial en lo que respecta a calidad y variedades.

Las variedades de manzanas que se trabajan en el alto Valle del Río Negro y en Mendoza son la Red Deliciosas, Granny Smith y Spur y se corresponden con la demanda internacional.

Referente a las peras se cultivan las Williams y las Packhams; que se corresponden también con lo solicitado.

Las peras Williams son las más requeridas por los mercados de América del Norte, por su sabor; por su menor resistencia y durabilidad las hacen menos aptas para el comercio internacional en algunos casos.

La magnitud de estas producciones hace posible que se trabaje con la modalidad de barcos completos que permite llegar a los puertos de destino en mucho menos tiempo por evitarse las escalas. Asimismo esto posibilita la carga de la mercadería en los puertos más cercanos a la zona de producción (San Antonio Oeste por ejemplo) lo que facilita y aminora los gastos de traslados internos, necesidad de depósitos frigoríficos, etc.

En lo que respecta al mercado de Europa Occidental, en el que ya dijimos que nuestro país iba a sufrir la competencia de la producción sudafricana anteriormente derivada hacia América del Norte, vuelve a ser válido lo afirmado en el caso de los citrus respecto a la necesidad de organizar la distribución del

producto de manera tal que los distintos exportadores argentinos no compitan entre sí forzando la disminución de precios.

Si bien la calidad de nuestros productos no merece objeción en general, es imprescindible cuidar los aspectos referentes al correcto grado de madurez y colocación en la preparación, especialmente en el caso de las manzanas Granny Smith que reciben a veces objeciones de parte de los compradores por no tener un color verde suficientemente fuerte.

En relación a los mercados árabes, Arabia Saudita, Emiratos Arabes y Kuwait, su participación en este comercio se inició en 1983, especialmente para manzanas.

Las posibilidades de su incremento son amplias ya que estos países son consumidores importantes y están ampliando sus necesidades.

En el caso de estos productos se sufrió en relación con estos mercados situaciones similares a lo ocurrido en otros rubros: falta de presencia permanente de nuestro país en el aspecto promocional y comercial. Esto trae aparejado también la ausencia de fletes regulares, a lo que se sumó en los últimos años las dificultades para fletamientos a causa de la situación de guerra cercana a dichos puertos.

Los mercados escandinavos permitirían incrementar los volúmenes destinados a esa región en los últimos años ya que se está dando una buena aceptación de la mercadería argentina, en calidad, sabor y tamaño. Esta zona debe ser profundizada también con el incremento de la penetración comercial en Finlandia, que es comprador de nuestro producto en las reventas del mercado de Rotterdam.

El sudeste asiático no ha sido prácticamente trabajado por nuestra exportación, a pesar de ofrecer también buenas posibilidades de colocación, que están supeditadas como se marcó en el caso de otros productos, al desarrollo de una política comercial de nuestro país en el área, que posibilite el ingreso de nuestra producción.

En síntesis, tenemos para las manzanas y peras buenas y diversas posibilidades de colocación internacional que se combinan con las posibilidades que ofrece también el mercado exterior de su derivado industrial.

Si bien la antigüedad de nuestro país en este comercio ha limado ya muchos aspectos y agilizado los mecanismos, es necesario el cuidado constante de nuestra producción para mantener adecuadas las calidades y tamaños a lo solicitado por los mercados compradores y es fundamental, al igual que en los cítricos, la planificación del ámbito empresarial desde el cual se puede coordinar e instrumentar una política comercial que defienda los intereses del conjunto del sector y no esté supeditado a las políticas o necesidades comerciales de cada empresa en cada momento.

MERCADO DE PRODUCTOS FRESCOS EN CANADA (CONSUMO - IMPORTACIONES - PROMOCION)

*Dr. Robert W. Anderson*¹

Canadá importa más de mil millones de dólares en productos frutihortícolas. Un gran porcentaje de estas importaciones corresponde a productos frescos. Aunque EE.UU. es el principal proveedor de la mayoría de esos productos, existen otros países que incluyen a Canadá como mercado importador de frutas y hortalizas. Argentina ha tenido poca participación en el mercado canadiense hasta la fecha, pero está tratando de aumentar esa participación.

Con el objeto de brindar una base para la realización de un plan de exportaciones que aumente la posición de los países en el mercado canadiense, es necesario tomar conciencia del sector hortícola de Canadá, tener conocimiento de las características de los consumidores en cuanto a la compra de productos frescos, determinar qué países dominan actualmente el mercado y finalmente, establecer la forma en que se publicitan los productos, en cuanto a frecuencia publicitaria y métodos específicos.

SECTOR HORTÍCOLA CANADIENSE

La industria hortícola canadiense opera en un mercado global. La producción interna, en algunos casos bajo condiciones marginales, compite con las importaciones que provienen de EE.UU., Europa y el hemisferio sur y, generalmente, enfrenta igual competencia en los mercados exportadores (Cuadro 1).

La horticultura está presente en todas las regiones de Canadá. Por razones climáticas se importan muchos de los productos hortícolas, como por ejemplo las frutas tropicales, y las frutas y hortalizas frescas. Aunque dichos cultivos crecen en Canadá, la capacidad de producción se encuentra limitada por las condiciones extremas de temperatura y la duración de las estaciones. Esto resulta una desventaja en cuanto a la competencia comercial con respecto a la producción de cultivos similares en otros países. En Canadá existen varios aranceles; pero los mismos no impiden las importaciones en forma tan significativa como ocurre en otros países. Los productos llegan al consumidor a través de comercios de venta minoristas, distribuidores, puestos camineros, autoservicios y mercados, hoteles y restaurantes. Asimismo, los productos se exportan a través de intermediarios.

¹ Jefe del Departamento de Horticultura, Director de Coordinación de Productos, Area de Sistemas, Agriculture, Canadá

Los consumidores canadienses están tomando cada vez más conciencia de la necesidad de aumentar el consumo de frutas y hortalizas para balancear su nutrición y para variar su dieta. Esta toma de conciencia por parte del consumidor, en cuanto a la industria frutihortícola, ha dado como resultado un desplazamiento en el área de carnes, reemplazándola por el área frutihortícola como contribuyente más importante en las ganancias por unidad en zona minorista.

CONSUMO

El consumo canadiense de frutas per cápita se mantuvo constante durante el período 1978-85 (Cuadro 2). Existió una pequeña variación anual en productos específicos y ciertas tendencias dentro de dichos productos. Por ejemplo: el consumo de uva y manzana per cápita tendió a incrementarse, mientras que el consumo de pera y pomelo ha disminuido levemente. No existen variaciones en el consumo de naranja y limón.

El consumo canadiense de hortalizas per cápita se ha incrementado gradualmente en el período 1978-85 (Cuadro 3). El crecimiento mayor se advierte en zanahorias y pepinos. Otros productos han tenido un crecimiento marginal. Se ha incrementado el consumo de productos crudos en los últimos años ya que las ensaladas comenzaron a ocupar un lugar importante en las dietas.

Los estudios sobre los consumidores demuestran que los cambios que se han producido en las familias canadienses, han ocasionado un impacto en las compras.

El aumento de salarios, los viajes por países donde se sirven regularmente cultivos "exóticos" y el aumento en el uso de dichos cultivos exóticos por parte de la industria alimenticia, conducen a un aumento en la demanda de diferentes productos. Los hombres actualmente salen más de compras que en otras épocas y son más impulsivos para comprar que las mujeres. Esto producirá un impacto en la publicidad de "punto de venta". Existen muchos más hogares en los que ingresan dos sueldos o dos jubilaciones. En la situación anterior, el impacto radica en la menor cantidad de tiempo dedicado a salir de compras y la mayor cantidad de dinero reservado para ellas incluyendo frutas y hortalizas que no son de estación.

Algunos de los impactos de este cambio ya resultan evidentes en el aumento del segmento de la industria del melón y de frutas tropicales, donde las ventas han aumentado significativamente. Con dos ingresos, las familias prefieren pagar precios más elevados por los productos y comprar un mejor servicio. La educación de los consumidores canadienses se ha ido desarrollando y, por lo tanto, dichos consumidores tienen mayor información respecto del valor nutritivo y de su relación con precio y salud. Como resultado, estos consumidores son difíciles de convencer, en cuanto a publicidad se refiere. Los cultivos de baja calidad no son aceptados, aunque los precios también sean bajos; los consumidores quieren pagar calidad.

Los problemas relacionados con la salud, incluyendo la presencia de residuos de pesticida, son la preocupación principal de muchos de los consumidores informados. Toda posibilidad de que un producto esté contaminado da como resultado un rápido rechazo y una negación a la adquisición del producto en posteriores oportunidades.

El consumo en cuanto a productos específicos depende de los hábitos y de las bases históricas. Un examen de las compras efectuadas por canadienses de diferentes orígenes, indicó diferencias importantes en las preferencias de frutas y verduras. A los asiáticos, por ejemplo, no les gustan las manzanas, pero son grandes consumidores de hortalizas. Con un aumento significativo en la cantidad de inmigrantes asiáticos, se modificaría el consumo total canadiense. La presentación de las frutas y las hortalizas frescas también es

un factor importante en muchos segmentos de la población. Ciertos grupos prefieren comprar los productos no envasados, mientras que otros los prefieren en envases. Debe prestarse atención para satisfacer estas costumbres tradicionales. Los exportadores deberán dirigir su promoción y productos de acuerdo a los orígenes étnicos de muchos de los mercados canadienses.

Los ingresos económicos y la edad constituyen factores importantes para determinar las bases de consumo. El nivel de ingresos de los consumidores no es un factor de importancia en la venta de manzanas, mientras que sí lo es en la de cultivos "exóticos". Debido al aumento en los ingresos, los consumidores prefieren probar cultivos que no son de estación y productos de mejor calidad. Los canadienses más jóvenes no tienen la tendencia de sus padres de comer las manzanas crudas, lo que requerirá un cambio en los programas de promoción si no se revierte esta tendencia o si el consumo de manzanas en un largo plazo disminuye, si los jóvenes no cambian sus costumbres, el efecto que puede producir este grupo, será un factor de suma importancia en la venta de manzanas.

Se espera que el consumo canadiense de cultivos en un futuro distante alcance su punto culminante. A medida que avanza la edad de la población, el consumo per cápita, en términos de resumen, tiende a declinar. Asimismo, puede haber un impacto negativo en los alimentos si los ciudadanos adultos tienen sistemas digestivos que no toleran grandes cantidades de fibras. En el promedio normal de inmigración y nacimientos, la población canadiense aumentará a aproximadamente 28 millones y luego disminuirá. Cuando la disminución de la población se combine con los problemas que puede acarrear la edad, las dimensiones del mercado canadiense se reducirán, lo que producirá una gran competencia entre los países que le venden a Canadá.

IMPORTACIONES CANADIENSES - PARTICIPACIÓN ARGENTINA

Argentina no es la mayor exportadora de frutas y verduras de Canadá. Una revisión de las importaciones de seis cultivos en el período 1978-1985 demuestra que Argentina no exportó a Canadá en los primeros años de este período (Cuadros 4-9). Aún en los últimos años, el volumen ha sido limitado y su participación en el mercado canadiense inferior al 3 ó 4%. Los limones son una excepción reciente: Argentina ha tenido una participación en el mercado que equivale a 8,3% en 1985 y 5,9% en 1986. En los últimos dos años en los que disponemos de datos, Argentina exportó cantidades regulares de cada cultivo (manzanas, pomelos, uvas, limones, naranjas y peras) al mercado canadiense. Esto demuestra un aumento en el interés de este mercado importador y un logro exitoso al entrar en el mismo. La disponibilidad de Argentina de proveer productos que no se pueden obtener en Canadá o que son de calidad superior determina el éxito argentino en el mercado canadiense.

El precio o valor del producto es, en varias circunstancias, un factor determinante en las exportaciones. Sólo se dispone de datos en valores totales que, al ser informados en términos unitarios, da una idea muy general de la situación. Argentina tiene valores por unidad que superan el promedio de todas las importaciones, aún las americanas (Cuadro 10). Estos valores por unidad pueden compararse con los de Chile, que son generalmente más altos. Dichos valores por unidad se determinan por medio de niveles de calidad, distancia y, en ciertas oportunidades, información incorrecta. De todos modos, resulta claro que Argentina compite con otros dos países para llegar a ser el segundo proveedor de limones de Canadá. Durante el período 1982-1986, varios países se convirtieron en los principales proveedores canadienses de limones (Cuadro 9).

Los valores de los pomelos para Argentina disminuyeron en 1986, aumentando los volúmenes de producción. Los valores de la manzana eran muy inferiores al promedio normal en 1983, pero el volumen exportado a Canadá superó el promedio. El caso en que el valor unitario y el volumen de producción disminuyen es el de las peras, lo cual puede deberse a un problema de calidad. Existe claramente una correlación importante entre los precios del producto y el volumen de ventas.

La calidad es, además, un factor importante. Argentina ha colocado pomelos y naranjas en el mercado de Ottawa en setiembre de 1987. Una pequeña comparación realizada en un local de comercio, demostró que los productos eran de diferentes tamaños y que la mitad de la fruta tenía imperfecciones. Los productos de EE.UU. y de otros países que compiten en el mismo comercio, tienen tamaños uniformes y prácticamente no tienen imperfecciones. Los canadienses se basan en el aspecto del producto para efectuar sus compras. Aún cuando el precio del producto imperfecto sea mucho más bajo que el que se encuentra en condiciones perfectas, los consumidores canadienses no compran el imperfecto. Como consecuencia de ello, todos los países exportadores deben enviar calidad uniforme al mercado canadiense.

Sudáfrica ha sido un mercado competidor de importancia en Canadá en el período 1978-86. De acuerdo a normas recientes, no se permite que Sudáfrica le venda a Canadá, lo que dio como resultado una oportunidad en el aumento de las exportaciones de los demás países.

Los valores por unidad de la mayoría de los productos sudafricanos son muy competitivos, por lo tanto, existen altas probabilidades de que el mercado canadiense adquiera esos productos. Los países que deseen aumentar sus ventas en este sector, deberán dirigir sus esfuerzos hacia quienes han sido compradores en el mercado sudafricano.

PROMOCION DE LOS PRODUCTOS

Existe un constante volumen de publicidad orientado a los consumidores canadienses. Televisión, radio, periódicos, revistas, volantes, carteles: todos llevan el mensaje. Aunque se utilizan todos los métodos, el alto costo de la publicidad televisiva, hace que éste sea el método menos utilizado. Los carteles y las publicidades en los locales minoristas son las de menor costo y los más populares.

Es muy común que las cadenas de comercios minoristas incluyan algún acuerdo respecto de la promoción cuando se decide efectuar una compra importante de productos. En cuanto a la efectividad, una publicidad efectuada con volantes para una cadena de comercios generalmente trae aparejado un beneficio económico para el consumidor, por cuanto se ofrecen productos a precios reducidos por una determinada cantidad de tiempo. Este sistema mueve un producto en grandes cantidades en plazos breves, pero prácticamente no produce impacto en las ventas futuras. Los carteles se mantienen en los locales generalmente durante toda la estación y producen un impacto a largo plazo sobre los consumidores, si el producto se exhibe en forma constante en un mismo local, la utilidad de los carteles se va perdiendo con el tiempo. Cuando el cliente del comercio decide qué producto va a comprar, es difícil modificar esa elección. Los publicistas deben saber, además, que la promoción a través de carteles en los locales debe diseñarse para que se adapte el estilo de los locales, lo que significa que el mismo material puede no ser apropiado para distintos comercios y antes de diseñar los carteles debe conocerse el tipo del local.

Muchos distribuidores minoristas toman una o dos opciones en cuanto a los productos importados. De esa forma si los consumidores generalmente compran naranjas y si el local donde ellos realizan sus compras tiene dos tipos de naranjas, el consumidor los comparará y si la calidad y el precio son adecuados eleg

girá el mismo tipo de la semana anterior. Consecuentemente, el factor crítico es la aceptación por parte de los mayoristas en cuanto a las ventajas económicas.

La venta de los productos depende en gran medida de las necesidades del consumidor. Si el comprador no tiene problemas en cuanto a la forma de traslado o calidad de la mercadería, la presentación del producto se hace con un criterio moderno y si los precios son competitivos el comprador se mantiene en una línea en particular. Para los países que tienen fondos para promoción muy limitados, el presupuesto total debe emplearse en los compradores de los productos y sus problemas. Se debe averiguar qué clase de inconvenientes puede tener el consumidor y determinar si el producto puede superar ese problema. Se debe contactar a los compradores a través de ferias comerciales y reuniones específicas en las que se demuestre el servicio brindado y la calidad del producto. Debe recordarse que se juzga a los compradores por el beneficio obtenido en la venta de los productos y por la imagen que los locales tienen en cuanto a los productos frescos. Si los administradores de un local tienen problemas con un producto y se quejan por ello, tienen la oportunidad de obtenerlo en otros mercados. Por lo tanto, es sumamente importante determinar las razones por las cuales un producto llega al consumidor.

Los consumidores canadienses tienen más conocimiento respecto de los productos frescos que los americanos. Existen conceptos diferentes en los dos países en cuanto a las dimensiones que debe tener un freezer y al espacio para las hortalizas en las heladeras. Los canadienses, que deben importar un alto porcentaje de sus productos frescos y, por lo tanto, tratarlos con sumo cuidado prefieren mayor espacio en la heladera y menor en el freezer, mientras que el concepto americano es totalmente contrario. Además, el consumo per cápita canadiense es más alto, por lo que se pone mayor énfasis en la exhibición al público de los productos. La calidad debe ser el factor principal que debe tenerse en cuenta para satisfacer a los consumidores.

Existen varias diferencias de acuerdo a las regiones. En la provincia de Québec, por ejemplo, todos los productos deben publicitarse en francés.

Algunas regiones prefieren pomelos rosados, otras los prefieren blancos. Los colorantes artificiales en las naranjas no son aceptados en algunas zonas. Las dimensiones del país contribuyen a las diferencias importantes. De las dos ciudades más importantes de Canadá, una prefiere tomates rosados de invernadero, mientras que la otra prefiere tomates rojos. En algunas zonas prefieren la naranja de ombligo con cáscara gruesa, mientras que otras prefieren el sabor de la naranja Valencia, a pesar de su cáscara fina.

Canadá tiene, además, un mercado mayorista, que incluye no sólo la venta a consumidores particulares sino que también incluye a hospitales, escuelas, etc. Aunque este mercado busca calidad, el aspecto no es muy importante. Los diferentes tamaños y las manchas de las frutas no afectan la calidad buscada y pueden utilizarse sin inconvenientes. Este es un mercado que no debe ignorarse.

La promoción orientada hacia al consumidor nacional es relativamente costosa y, en muchos casos, supera los presupuestos de muchas empresas. La publicidad nacional en tres de las principales revistas canadienses en los dos idiomas durante un período de dos meses costaría aproximadamente \$ 85,00 por media página y llegaría a alrededor de 5 millones de personas.

RESUMEN

Muchos países están interesados en poseer parte de los productos que representan los mil millones de dólares en importaciones canadienses. Aunque el aumento en este mercado puede verse limitado por la edad y la disminución de la población en el futuro, el mercado resulta atractivo en cuanto a bases de valores por unidad. Los consumidores canadienses demandan productos de calidad óptima pagando lo que corresponda por ellos. En los últimos años, Argentina ha logrado una posición firme en este mercado.

La publicidad resulta muy difícil en un país con las dimensiones y con las diferencias regionales de Canadá. Los países que deben ingresar sus productos en el mercado canadiense deberían estar informados respecto al hecho de que deben proveer sus productos a sectores específicos y trabajar en forma directa con los compradores.

CUADRO 1
COMPARACION DE GRUPOS HORTICOLAS - CANADA - 1985

	Valor del Establec. Agrícola	Distri- bución o/o ductores	Cantidad de pro- ductores	Volumen de pro- ducción	Importación(a) (\$ 000)	Exportación (\$ 000)	Balanza Comercial (\$ 000)	Area de producción (ha)
Papas (b)	236.9	13.9	7 139 c)	3 029	91 366	96 080	4 714	122 170
Hortalizas frescas (d)	233.3	13.7	13 208 c)e	915	497 230	54 104	(443 126)	50 788
Hortalizas procesadas	141.3	8.3	N/A	94.2	181 940	111 133	(70 807)	60 269
Hongos	132.7	7.8	129 c)	49	45 839	NIL	(45 839)	63
Hortalizas protegidas	43.0	2.5	585	36	N/A	N/A	N/A	128
Cultivos de frutillas, moras y uvas (f)	154.7	9.1	5 881 c)	159	217 083	42 574	(174 509)	31 459 c)
Manzanas	115.6	6.8	8 114 c)	479	99 574	32 215	(67 359)	34 112 c)
Otras frutas de árbol	52.9	3.1	N/A	92	203 573	7 164	(196 409)	12 414 c)
Flores	314.2	18.4	1 611	N/A	62 162	40 124 a)	(22 038)	297
Viveros	177.8	10.4	613	N/A	56 340	9 262 a)	(47 078)	28 878
Miel	56.9	3.3	19 635 c)	36	643	22 922	22 279	N/A
Productos derivados del arce	45.9	2.7	12 071 c)	14	NIL	31 709	31 709	N/A
TOTAL	1 705.2	100.0	-	5 751	1 455 750	447 287	(1 008 463)	335 735

Se excluyen los productos que no se cultivan en Canadá, los que en 1985 tuvieron un valor de importación de C\$0 701 millones.

Incluye papas frescas y procesadas.

Estadística correspondiente al censo de 1981.

No incluye hortalizas procesadas.

Incluye todo tipo de hortalizas (frescas y procesadas).

No incluye vinos.

Estimativos

Fuente: Estadísticas de Canadá: Publicación correspondiente al censo de 1981; Imports Merchandise Trade, Catalogue 65-203 Annual; Exports Merchandise Trade, Cat. No 65-202; Fruit and Vegetable Production, Cat.No.22-003 Annual; Greenhouse Industry, Cat.No.22-202 Annual; Honey Industry, Cat.No.23-210; Maple Industry, Cat.No.22-204.

CUADRO 2
CONSUMO CANADIENSE DE FRUTA FRESCA (ITEMS SELECCIONADOS)
1978-1985
(kg per capita)

Año	Fruta(1)		(2)				
	Fresca	Manzanas	Naranjas	Pomelos	Uvas	Limonos	Peras
1978	59.90	10.74	10.77	3.88	5.15	0.85	2.54
1979	60.56	11.81	10.17	3.33	6.48	0.85	2.44
1980	60.95	10.78	11.88	3.57	5.93	0.82	2.25
1981	64.08	12.99	12.02	3.22	5.46	0.85	2.52
1982	59.98	12.29	10.82	3.25	6.29	0.84	0.50
1983	61.77	10.81	11.48	3.29	6.74	0.85	2.44
1984	62.87	12.29	10.52	2.78	6.87	0.85	2.64
1985	60.17	12.63	9.90	2.69	6.68	0.88	1.97

FUENTE: Estadísticas de Canadá.

- (1) Todo tipo de fruta fresca incluyendo cítricos y tomates
(2) Incluye naranjas, mandarinas y tangerinas.

CUADRO 3
CONSUMO CANADIENSE DE HORTALIZAS FRESCAS
(Items seleccionados)

Año	Hortalizas(1)					
	Frescas	Zanahorias	Cebollas	Repollo	Lechuga	Pepinos
1978	46.64	8.25	6.93	6.43	9.27	2.07
1979	50.12	9.94	6.51	5.80	9.51	2.20
1980	51.27	9.31	6.58	5.83	9.40	2.16
1981	53.38	9.26	6.97	6.24	9.53	2.27
1982	53.02	10.22	6.88	6.15	8.86	2.42
1983	53.17	10.29	6.78	6.37	9.25	2.52
1984	54.21	9.77	6.63	6.65	9.58	2.60
1985	47.78 2)	10.10	7.35	NA	9.62	3.39

FUENTE: Estadísticas de Canadá.

- (1) Las hortalizas no incluyen tomates y papas.
Incluyen hongos.
(2) Parciales.

CUADRO 4
IMPORTACION DE MANZANAS - CANADA - 1978-1986
(Fuentes principales)
(en toneladas)

AÑO	EE.UU.	Francia	S.Africa	N.Zelandia	Argentina	Chile	TOTAL(1)
1978	58 711	4 058	5 636	3 877	11	2 154	74 509
1979	67 831	6 752	12 228	4 169	-	5 083	96 110
1980	55 476	4 171	11 087	4 588	-	3 272	78 595
1981	94 384	2 921	4 006	3 706	-	3 701	108 719
1982	87 118	9 492	3 693	3 016	17	4 320	107 678
1983	54 287	5 997	6 688	12 598	1 268	3 760	85 502
1984	64 849	7 702	10 477	8 437	16	6 368	98 844
1985	57 205	6 442	14 349	15 107	203	5 978	99 492
1986	63 489	8 605	6 413	20 532	705	6 899	107 188

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá
(1) Incluye otros países.

CUADRO 5
IMPORTACION DE POMELOS - CANADA - 1978-1986
(Fuentes principales)
(en toneladas)

AÑO	EE.UU.	S.Africa	Argentina	Chile	México	TOTAL(1)
1978	92 138	784	-	-	1 206	94 236
1979	79 396	1 157	-	-	965	81 686
1980	86 550	1 107	-	-	931	88 682
1981	78 709	1 219	-	-	325	80 987
1982	80 965	534	-	-	742	82 723
1983	86 191	298	5	-	387	87 147
1984	70 745	894	-	-	184	72 122
1985	68 983	574	325	13	111	70 288
1986	76 355	1 227	425	-	104	78 278

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departam.de Comercio de Canadá
(1) Incluye otros países.

CUADRO 6
IMPORTACION DE PERAS - CANADA - 1978-1986
 (Fuentes principales)
 (en toneladas)

AÑO	SUD				NUEVA				TOTAL (1)
	EE.UU.	FRANCIA	PORTUGAL	AFRICA	AUSTRALIA	ZELANDIA	ARGENTINA	CHILE	
1978	19 051	336	-	678	333	497	-	529	19 051
1979	24 787	369	-	589	457	213	-	364	24 787
1980	20 553	208	-	1 941	393	376	-	801	20 553
1981	26 932	413	-	2 104	854	455	-	858	31 768
1982	21 625	1 073	16	1 099	846	28	-	1 531	26 431
1983	19 288	903	195	1 331	1 194	644	-	1 250	25 698
1984	27 558	2 519	680	1 434	882	663	-	1 945	36 585
1985	22 229	1 424	575	2 653	1 312	1 681	1 128	1 821	33 417
1986	23 468	1 062	1 881	3 004	1 376	742	455	2 875	34 998

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá.
 (1) Incluye otros países.

CUADRO 7
IMPORTACION DE UVAS - CANADA 78-1986
 (Fuentes principales)
 (en toneladas)

AÑO	SUD							TOTAL (1)	
	EE.UU.	ITALIA	ESPAÑA	AFRICA	ARGENTINA	BRASIL	CHILE		
1978	105 559	250	121	189	-	-	7 467	654	115 944
1979	132 682	13	-	461	-	-	9 214	1 452	144 578
1980	124 747	125	85	742	-	-	8 753	683	136 263
1981	111 541	979	649	491	-	93	10 523	466	124 919
1982	126 745	1 225	1 882	404	-	230	13 586	907	145 233
1983	132 036	2 676	2 196	748	6	202	16 035	1 096	155 266
1984	129 408	2 262	4 727	836	24	154	19 757	457	157 928
1985	127 826	2 077	4 874	1 210	48	526	20 521	449	157 799
1986	126 850	2 277	5 883	1 003	34	423	20 798	1 234	158 857

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá.
 (1) Incluye otros países.

CUADRO 8
 IMPORTACION DE MANDARINAS, MANDARINAS, TANGERINAS - CANADA 78-1986
 (Fuentes principales)
 (en toneladas)

AÑO	SUD											ARGENTINA	TOTAL (1)
	EE.UU.	ITALIA	ESPAÑA	ISRAEL	AFRICA	MOROCCO	JAPON	AUSTRALIA	BRASIL	URUGUAY	MEJICO		
1978	226 985	53	48	2 894	11 823	1 170	12 017	1 999	85	2 244	-	261 332	
1979	213 498	59	184	52	9 072	5 964	13 209	2 219	-	619	-	249 190	
1980	258 568	27	-	378	9 299	6 401	13 857	2 324	-	111	-	295 579	
1981	259 208	140	3 845	-	8 248	9 535	13 988	2 000	76	2 075	-	301 962	
1982	216 836	52	4 784	3	15 222	9 692	15 835	1 602	4 429	1 428	-	275 078	
1983	250 417	383	1 052	1 998	6 916	12 307	14 904	1 839	338	1 104	-	294 714	
1984	198 354	538	9 415	6 116	12 340	19 226	17 578	2 254	134	3 147	2	272 776	
1985	179 404	339	11 859	4 770	9 677	20 377	19 361	2 719	540	4 729	1 271	259 695	
1986	217 039	1 747	11 367	4 504	6 445	17 827	12 580	1 727	561	2 392	2 495	286 739	

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá.

(1) Incluye otros países.

CUADRO 9
IMPORTACION DE LIMONES - CANADA - 1978-1986
 (Fuentes principales)
 (en toneladas)

AÑO	EE.LU	ESPAÑA	S.AFRICA	ARGENTINA	CHILE	URUGUAY	TOTAL(1)
1978	20 729	-	153	-	-	-	20 950
1979	20 009	60	785	-	16	-	21 135
1980	19 515	-	936	-	17	-	20 585
1981	21 253	-	248	-	18	-	21 253
1982	17 758	2 015	468	-	534	233	17 758
1983	20 570	-	176	18	549	639	20 570
1984	20 113	786	429	-	78	873	22 389
1985	17 898	318	598	1 943	21	2 289	23 323
1986	20 003	2 362	745	1 553	87	1 434	26 258

Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá.
 (1) Incluye otros países.

CUADRO 10
VALOR PROMEDIO DE LAS IMPORTACIONES
 (Lbs canadienses/Kg)

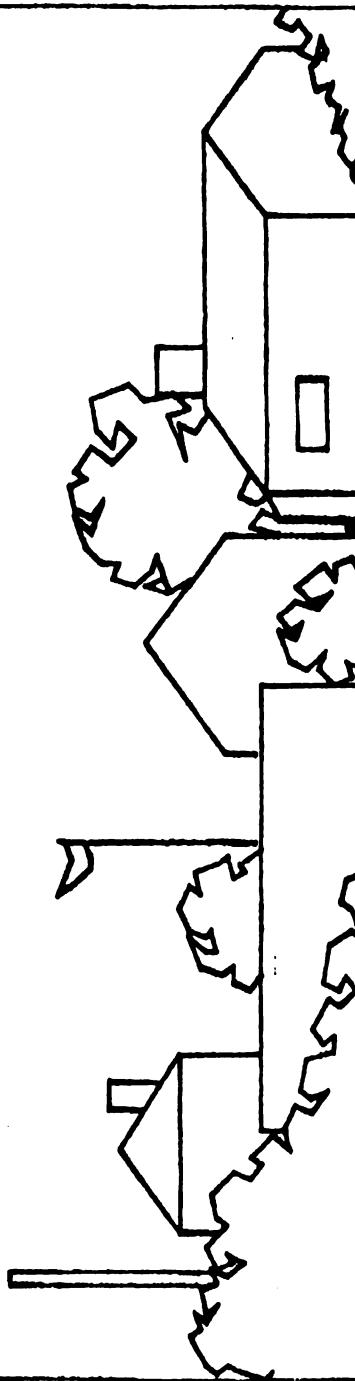
Item	Año	Total importaciones				
		EE.LU.	ARGENTINA	CHILE	SUD.AFRICA	
Naranjas	1985	0.59	0.61	0.78	0.93	0.32
	1986	0.61	0.56	0.69	0.81	0.31
Uvas	1984	1.04	0.95	0.67	1.78	1.63
	1985	1.06	0.89	0.86	2.09	1.90
	1986	1.15	0.99	1.10	2.00	2.37
Pomelos	1985	0.46	0.46	0.76	1.75	0.30
	1986	0.47	0.47	0.56	-	0.33
Manzanas	1983	0.62	0.52	0.37	1.09	0.83
	1984	0.66	0.58	2.39	0.97	0.68
	1985	0.78	0.58	0.88	1.02	1.25
	1986	0.82	0.64	0.64	1.15	1.34
Limones	1985	0.76	0.80	0.80	1.14	0.21
	1986	0.63	0.66	0.45	0.78	0.16
Peras	1985	0.90	0.82	1.26	1.12	1.27
	1986	0.95	0.87	1.06	1.31	1.38

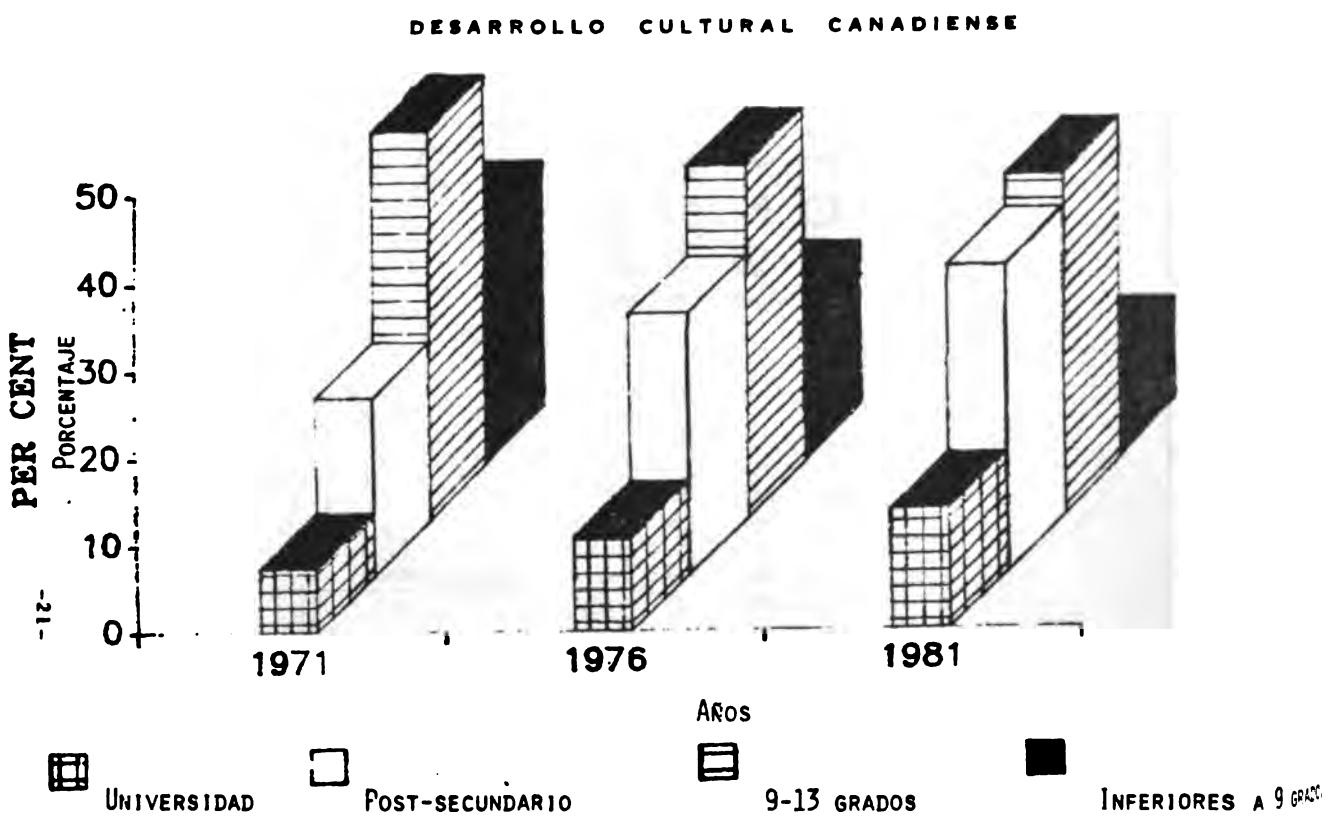
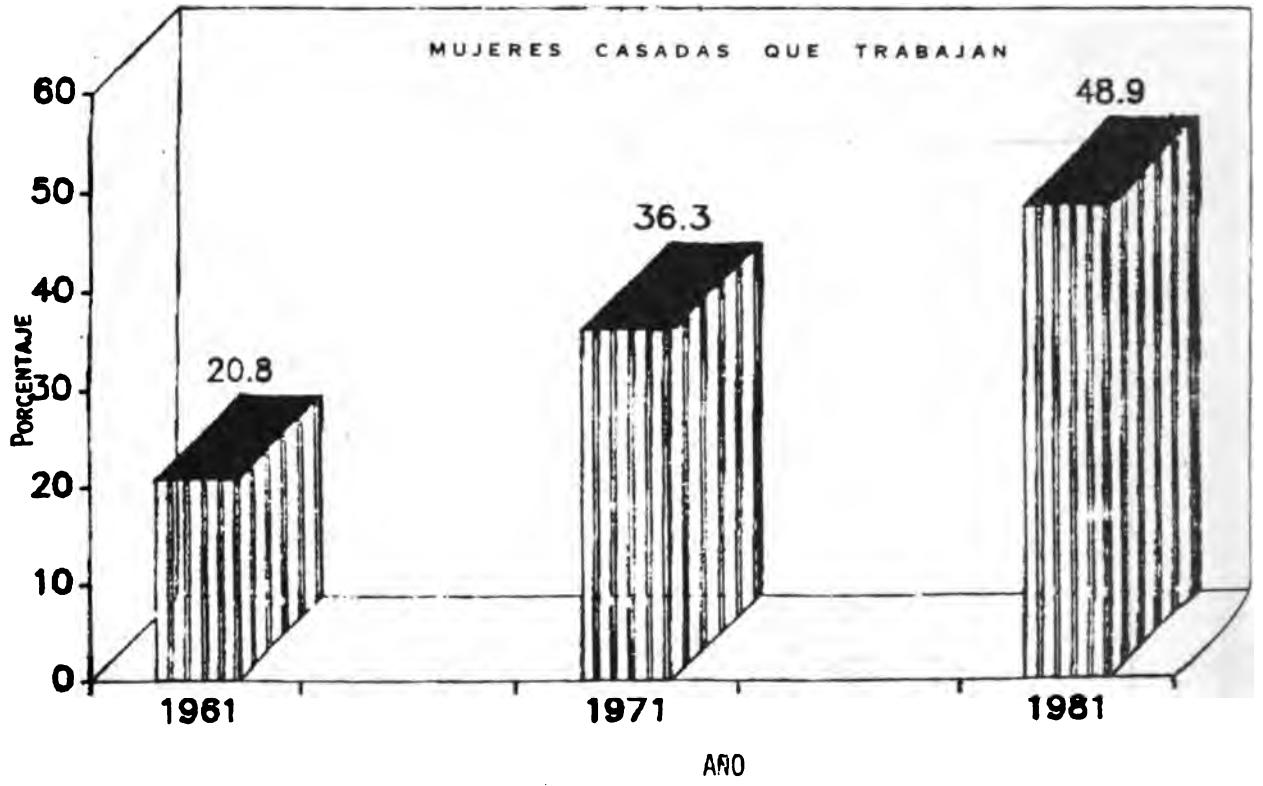
Fuente: Estadísticas de Canadá. Departamento de Comercio de Canadá.

DECLINACION DEL NUCLEO FAMILIAR

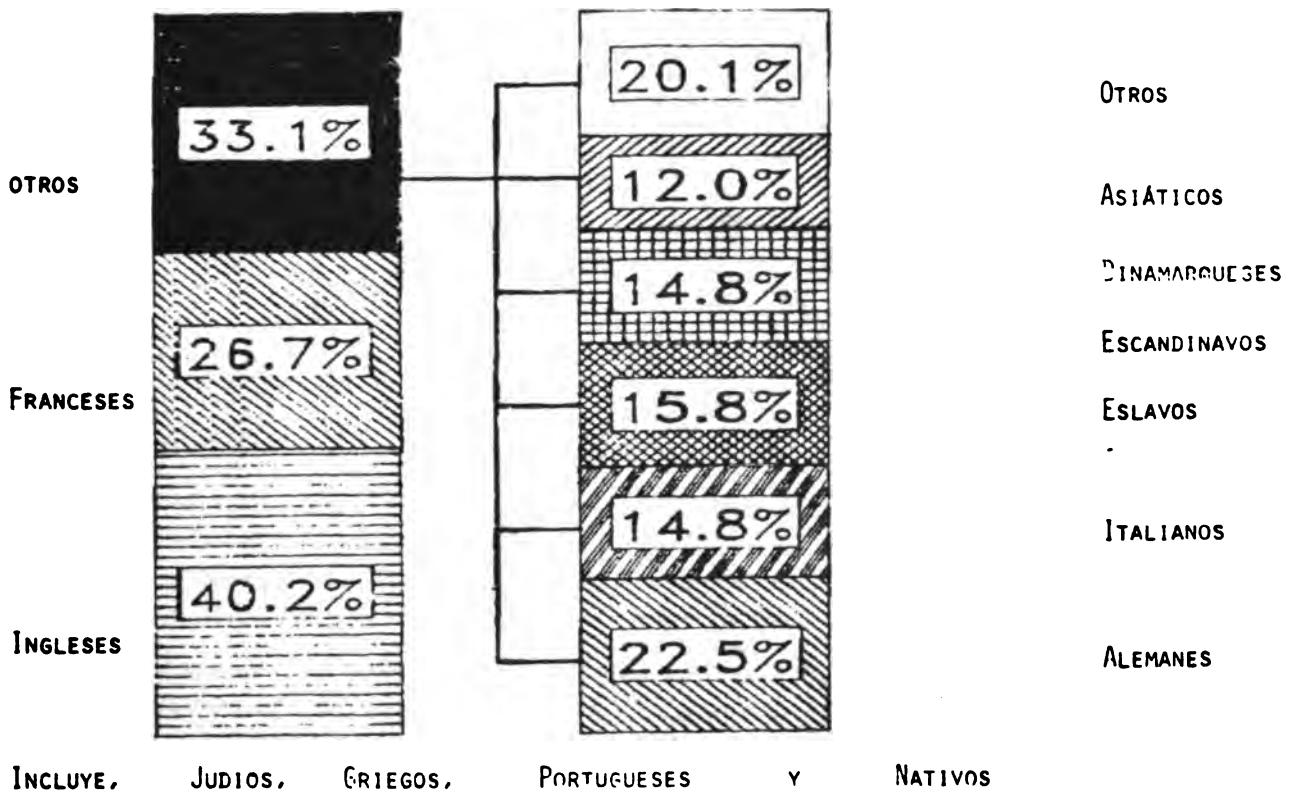


1961	3.9
1971	3.5
1981	2.9
1991	2.7

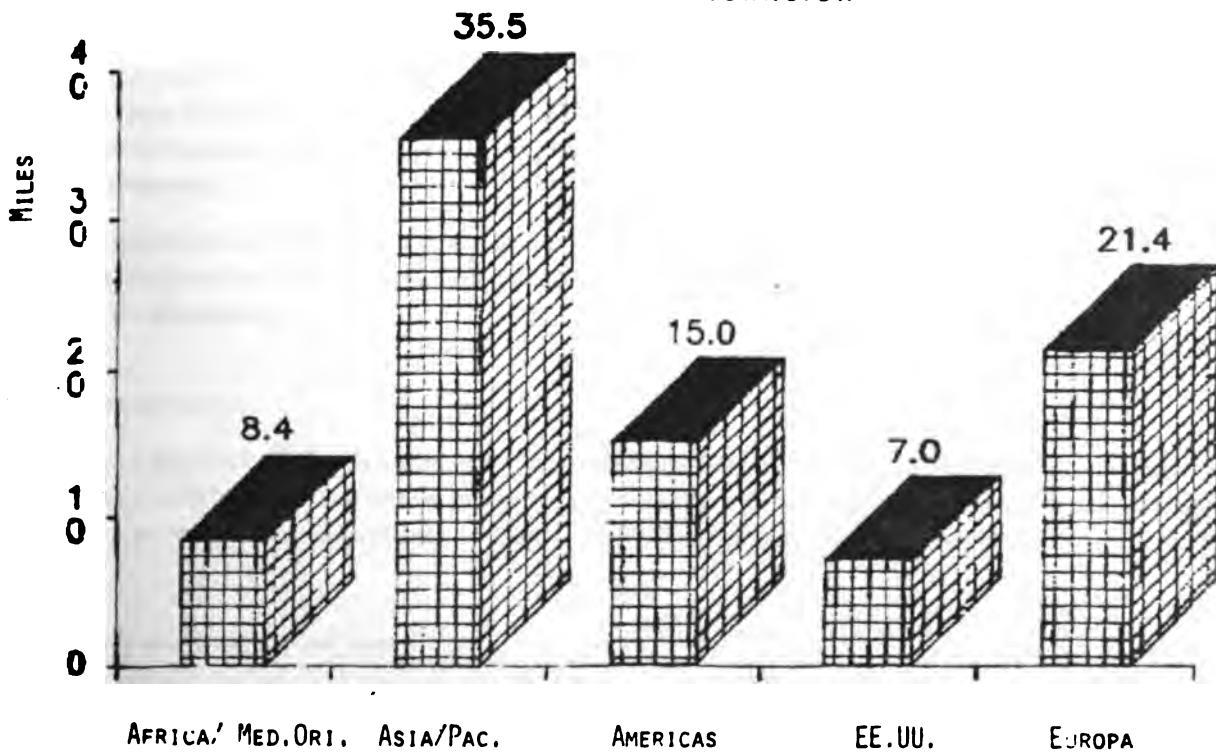




PORCENTAJES ETNICOS EN CANADA 1981



1983-85
INMIGRACION



ITALIA - PRODUCCION Y COMERCIO DE FRUTAS

Ing. Agr. Dante Mársico.¹

GENERALIDADES

La producción italiana de frutas y hortalizas es la de mayor significación entre los países europeos y alcanza alrededor de 26-27 millones de toneladas, es decir el 31% del total de la CEE. España 22% y 31% entre Francia, Grecia y Reino Unido. La cifra italiana asume tal importancia debido al cultivo del tomate, 130.000 ha en 1986, del total de un millón de ha del conjunto de hortalizas.

Distinguiremos rápidamente en 3 grupos la producción y el comercio de frutas frescas, secas y hortalizas: 14 millones de tn de hortalizas; 12 millones de tn de frutas frescas y 240.000 tn de frutas secas. Las exportaciones de frutas constituyen el 25% del total de las ventas al exterior de productos agro-alimentarios.

El consumo en la CEE es de 63,5 kg/hab/año (Alemania 85 kg - Grecia 75 kg - Italia 68 kg - España 67 kg - Holanda 63 kg - Francia 60 kg).

FRUTAS FRESCAS

La superficie del total de frutas frescas y secas ha caído desde 1972/74 a 1983/85, disminuyendo en un 7%, pero la producción ha aumentado en un 20% debido a reformas estructurales, variedades, tecnología. En forma global existen unas 800.000 ha (416.000 de fruta fresca, 175.000 de citrus y el resto de 200.000 ha de fruta seca).

La orientación básica es la de concentrar la producción comercializable en zonas más aptas, reducir el número de variedades y fuerte uso de tecnologías en el cultivo, cosecha, selección, empaque, conservación y comercialización.

Manzanas y peras

La superficie dedicada a manzanas que venía cayendo hasta 1981, crece en el último trienio situándose en 76.000 ha (10.000 ha aún no productivas) y cosechas de 2.000.000 tn (25% de la CEE) con rendimientos promedios por ha oscilando en 28.000 - 30.000 kg (38.000 kg en 1982). Fuerte modificación en las

¹ Agregado Agrícola Argentino en Italia, Argentina.

técnicas culturales y reordenamiento varietal, pasando a constituir ahora la Golden el 40-42% del total (50% en 1987) y 25% la Red Delicious con disminución de Emperador - Mongherduft (10 - 12% del total), Abundancia (3%) y leve crecimiento de Granny Smith.

En lo que concierne a peras, la superficie ha venido decreciendo desde 1977 de 64.000 ha a sólo 44.000 ha en 1986.

La producción se sitúa ahora en 830.000 tn es decir el 60% de la de 1971, provenientes de rendimientos de 25.000 - 27.000 kg/ha. Constituye su producción el 40% de la CEE. El cultivo ha sufrido fuertes modificaciones en los últimos 10 años, con erradicación prácticamente de variedades como Passe Crassanne que ha perdido el 50% de su participación (muy productiva pero difícil de conservar y con gran variabilidad de tamaño), con cifras estables de la Williams, Kaiser y Abate Fetel y crecimiento importante de Conference y Decana del Comicio que en conjunto representan el 15-16% del total.

Comercio de manzanas

La demanda interna ha ido creciendo para situarse en 1986 en 18,5 kg/ha. Los precios al productor han mejorado aunque el consumidor se muestra cada vez menos disponible a pagar precios altos por esta fruta. El nivel ha crecido en esta fase en un 10% en el trienio 1984/86 (400 liras/kg a 440 liras /kg en promedio), 15% la mercadería en frigoríficos y 5% a nivel de mercado mayorista. Los precios más altos se logran en 1986 en Starkrimson 728 liras (665) y Golden de 572 liras/kg (480 liras/kg en 1985) En 1987 los precios han sufrido una disminución del 6% (Golden) y del 20% en Stark que son las 2 preferidas por el consumidor, aunque esta última perdiendo lugar, tendencia que se mantendrá para atenuarse y crecer desde mayo a agosto de 1988.

El nivel de autoabastecimiento es del 127%, destinándose el excedente a la industria, a precios de 110-130 lira/kg.

Corresponde agregar que técnicos, comerciantes y consumidores manifiestan que la calidad - especialmente caracteres organolépticos y estado de conservación es deficiente en una buena proporción de la oferta que llega a los mercados generales en la segunda fase de la campaña y que el problema se ha agudizado en el último decenio.

Las exportaciones italianas de manzanas que han disminuido en los 10 últimos años (1977/86) en un 50%, llegan a unas 300.000 - 330.000 tn destinándose el 80% a Alemania y el resto a Suiza, Austria, Grecia, etc.

Las importaciones han crecido significativamente en el último trienio pasando a 27.000 tn en 1983/84 y a 71.000 tn en 1985/86, 115.000 en 1986/87.

Las del Hemisferio Sur oscilan en unas 55.000-60.000 tn (67.000 en 1986), estimándose que llegarán a 65.000-70.000 tn en 1987 (proviene el 30-35% de Africa del Sur, 20-25% de Chile, 22% de N. Zelandia y 15% de Argentina).

Comercio de peras

Los precios al productor han aumentado significativamente entre 1983/84 y 1986/87, pasando de 324 liras/kg (promedio) a 630 liras/kg; en el mercado mayorista de 780 a 1.150 liras/kg. Las variedades Abate Fetel y Kaiser alcanzaron precios de 1.000 - 1.200 liras/ kg.

La disminución de la oferta está permitiendo a los operadores un manejo regulado del mercado y mejores precios.

La tendencia muestra una buena disposición del consumidor a esta fruta, cuando posee buena calidad y tamaño, hallándose la demanda interna en 10-12 kg/hab.

Stocks

Los incrementos de stock son menores en las variedades de manzanas Golden (+ 2%), siendo más altos en Red (15%), Jhonathan (40%) y en peras ha disminuído en Kaiser y Abete Fetel, creciendo del 24% en Passe Crassanne, 33%, Decana del Comicio y Conference con 15%. Estas indicaciones corresponden a Octubre de 1987.

Esta situación de exceso de manzanas que llega a 2.200 tn (320 tn en peras), y el mercado pesado con precios en baja, unida al incremento de las importaciones, está siendo utilizado por algunos medios de información como argumento para llamar la atención de las autoridades, solicitando una limitación del ingreso de estas frutas de terceros países. Las importaciones desde el Hemisferio Sur sólo pueden hacerse desde el 15 de marzo hasta el 31 de mayo.

Uvas de mesa

La producción que oscila en 1.600.000 - 1.800.000 tn obtenida de 85.000 ha, es decir un rendimiento/ha cercano a 200 quintales, previéndose un futuro incremento, especialmente en Sicilia.

Las variedades de mayor significación son Italia y Regina, que cubren cada una alrededor del 45 y 35% del total seguidas por otras como Reina del Viñedo, Baresana, Ohanez (Almería), etc.

El consumo interno muy estable absorbe aproximadamente el 40-42% del total; el resto, 460.000 tn se destina a exportaciones y 400.000 tn a vinificación, etc.

Los precios mejores se logran con variedades tempranas o provenientes de zonas de mejor calidad. Sufre además la competencia de duraznos y nectarinas.

Los precios en origen, han caído en los últimos años en términos deflacionados, aunque en menor proporción que las frutas y hortalizas. Se situaron en 450 - 550 liras/kg al productor en 1986 (Cardinal e Italia respectivamente y 335 para Regina).

Las exportaciones representan el 30% aproximadamente del total producido, y su volumen depende en cierta medida de la evolución climática en los países de destino (Europa Central) con mayor o menor temperatura. Los mayores volúmenes de exportación se dirigen a Alemania Federal (45% del total), Francia (23%), Bélgica (7%), Suiza (6%), Reino Unido (5%) y en el último año a España, y se realizan prácticamente de julio a noviembre.

En lo que concierne a posibles importaciones de uvas, la opinión de los comerciantes italianos es la de que podría mantenerse en volúmenes muy reducidos, con productos de muy alta calidad y excelente presentación. El volumen actual es de unas 10.000 tn. Según el Decreto del Gobierno Italiano del 27 de febrero de 1986, solo pueden introducirse uvas del Hemisferio Sur desde el 1 de febrero al 15 de junio. Corresponde señalar que se requiere ausencia de ataques o signos de Ceratitis/Anastrepha.

Para el resto de las frutas - damascos, cerezas, duraznos, nectarinas, ciruelas - puede manifestarse que interesan en mayor grado las dos primeras:

Duraznos:

Existen 70.000 ha. Se prefiere pulpa amarilla. La producción ha caído en los últimos años. Calidad Deficiente. Exportan 350.000 tn y hay excedentes.

Nectarinas:

Notable incremento. La superficie pasó de 7.000 ha en 1980 a 22.000 ha en 1985. Mercado muy favorable, considerándose que el consumo interno se incrementará notablemente.

Damascos:

Producción estacionaria, aunque existe interés del consumidor. Plantaciones viejas (15.000 ha). Salida actual deficiente por caracteres organolépticos. Consumo actual 4 kg/hab. Importación 10.000 tn. Se espera ampliar el área, pues existe demanda potencial y buenas perspectivas de ventas del Hemisferio Sur (diciembre/enero).

Ciruelas:

Cultivo estacionario, calidad deficiente. Hay interés por parte de la industria. Existe demanda potencial para consumo en fresco. Consumo actual 2 kg/hab.

Cerezas:

Cultivo estacionario. Se procede a una reestructuración de las plantaciones, concentrándose en cultivo especializado. Consumo 1,5 kg/hab.

Melones:

Italia no dispone de productos de calidad. Esta fruta es muy requerida por el consumo. La oferta está constituida por variedades antiguas y locales. La demanda es creciente. Se exportan 70.000 tn y se importan 50.000 tn.

Es posible que España ingrese en este mercado. El precio por mayor de melones tipo Cantalupo es de 1.000 - 1.100 liras/kg.

Citrus:

La producción de cítricos constituye aún un sector importante, cubriendo una superficie de alrededor de 175.000 ha en total, 60% naranjas, 28% limones y 12% mandarinas; con producciones estables de la primera, caída de la producción de limones y crecimiento de mandarinas/clementinas. En los últimos años (1983/85), la producción total de cítricos ha llegado a 3,5 millones de tn (62% de naranjas).

Los problemas básicos de la producción derivan de la fuerte proporción de cultivos tradicionales, con falta de actualización varietal, dificultad y escasa aplicación de modernas tecnologías, etc. Las variedades de naranjas sanguíneas y aún las comunes así como la de limones, no responden a las exigencias actuales de la demanda y en una cierta proporción manifiestan mucha variabilidad en sus caracteres organolépticos.

Es preocupante la situación de los cultivos de limón, muy antiguos, con problemas de enfermedades (mal seco), manifestando grandes variaciones anuales de cosecha.

La mayor parte de la producción de naranjas y mandarinas por ejemplo, llega al mercado muy concentrada en el período invernal, en fuerte competencia con sus similares de otros países mediterráneos. Hay escasa presencia de variedades precoces.

Los cítricos se encuentran radicados en Sicilia y Calabria, en condiciones donde es difícil el aporte de modernas técnicas culturales, habiéndose creado nuevas áreas en Puglia y Basilicata, etc. Los sistemas de selección y comercialización no cumplen tampoco con las modernas exigencias del mercado y existen asimismo carencias en las estructuras de transformación en jugos y otros derivados, cuyo alto costo de procesamiento debe ser subsidiado por el Estado.

PRODUCCIÓN Y CONSUMO.

	Producción	Rendimiento En kg/ha
Naranjas	2,3 millones de tn	22.000.-
Limones	800.000 tn	20.000.-
Mandarinas	280.000 tn	18.000.-

El consumo interno de cítricos estabilizado en 34 - 35 kg desde comienzos de los años 70, previéndose una reducción del consumo de frutos y aumento de jugos, lo que en total, hacia 1990, se situarán en 37 kg/hab/año, considerando fruta y jugo.

IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES

Las primeras cubrieron 46.000 tn en 1986 y las exportaciones 340.000 tn (53% naranjas y 42% limones). Las exportaciones de naranjas pasaron de 130.000 tn en 1981/82 a 185.000 tn en 1985/86 y se integran con 50% de Navel, 25% de tardías y 10% de Shamouti.

Corresponde señalar que en los casos que la oferta al mercado supera las 2.500.000 tn, se pone en ejecución el sistema de retiro del mercado, en principio integrado con frutos de pequeño tamaño. Para este tipo de fruta (mandarinas/clementinas) el total del retiro totaliza alrededor del 50% de la cosecha en años de buena producción.

En 1985/86, se retiraron alrededor de 500.000 tn de dicha fruta, aproximadamente un 20% de limones y 25% de naranjas.

Con respecto a pomelos, corresponde señalar que desde hace unos años se observa una reducción del interés del consumidor, con menor presencia en el mercado y sólo a partir de tipos de alta calidad.

Se ha establecido un acuerdo entre productores e industriales para elaborar anualmente una cifra básica de 600.000 tn de naranjas y 200.000 tn de limones. el MAF está contribuyendo con un total de 50.000 millones de liras como ayuda para la industria que procesa estos frutos (es decir 40 millones de dólares).

Los precios de las naranjas al productor, cosecha por cuenta del comprador, se han reducido en un 15-20% entre 1986 y 1987, para el conjunto de variedades (415 liras/kg y 330 liras/kg respectivamente). En limones la reducción entre 1986 y 1987 ha sido del 25%. Estos precios se duplican a nivel mayorista. En limones los precios fueron de 311 liras/kg, pero el producto recibe una compensación de 180 liras/kg (0,40 dólares/kg) = 490 liras/kg (Ley Nro. 752/86).

A pesar del incremento de las exportaciones de naranjas (24% entre 1985 y 1986), el valor total ha aumentado sólo un 3% debido a la caída del precio en un 17%, "fruta puesta en frontera". Esta disminución ha sido del 20% en mandarinas y clementinas.

Debe tenerse en cuenta que las exportaciones han venido recibiendo un premio por parte de la CEE que es de 227 liras/kg sólo para las calidades Extra y Primera a países de la CEE y de 128 liras/kg en el caso de que se dirijan a terceros países.

En un cuadro de excedentes agrícolas de todo tipo, el sector cítrico se encuentra en Italia en una situación muy difícil y de confusas perspectivas. La actualización de las técnicas de cultivo, selección, comercialización y mejora del procesamiento, no se han aplicado aún con el interés que el problema requiere. Posiblemente las dificultades de integración productor/industrial, el ingreso de España en la CEE, con productos más calificados y de menor costo, así como los acuerdos recientes de la CEE con terceros países productores, facilitando el ingreso de frutos cítricos con tasa reducida hasta un máximo de 800.000 tn, sean causa de la indecisión presente entre los productores e industriales. Estos últimos se encuentran también bajo la presión de jugos que se introducen desde el Hemisferio Sur y de EE.UU. entrando en Italia a través de países de la CEE no productores de cítricos (Holanda y Alemania).

FRUTAS SECAS

Constituye en Italia una actividad significativa, especialmente en las regiones del Centro y Sur del país. La producción se encuentra estabilizada en 250.000 tn con tendencia a disminuir la superficie en el futuro, para los cultivos de nuez y almendra y mantenimiento del de avellanas

	Superficie (en tn)	Rendimiento kg/ha	Producción 1983/85
Nogal	13.000 ha	2.700	35.000.-
Almendra	120.000 ha	900	100.000.-
Avellano	68.000 ha	1.700	120.000.-
			255.000.-
			== == ==

El consumo se sitúa en 3,5 kg/hab (fruta con cáscara). Las importaciones llegan a 25.000 tn (Nuez 9.000 tn, Avellana, 7.500 tn, Almendra 8.000 tn, especialmente de Turquía, Grecia, España y EE.UU.) y las exportaciones a 60.000 tn.

La demanda se va dirigiendo hacia la industria y particularmente a través de avellanas. Hay menor interés por almendras y nueces.

Precios por mayor en depósito (liras/kg.)

Almendra	6.000	-	10.000	liras/kg (Sicilia, V.Pizzuta)	5-8	dól.
Nuez	2.400	-	2.500	liras/kg	2	dól/kg.
Avellana	2.800	-	3.000	liras/kg	2,2 a 2,5	dól/kg.

FRUTAS EXOTICAS

La situación de exceso de producción de frutas y las dificultades para encarar una expansión futura competitiva, han determinado el interés de los fruticultores por una serie de otras especies aún muy escasamente conocidas. La posibilidad de recibir ayuda del Estado para realizar estos intentos, ha hecho posible la difusión de algunas de ellas, aún bajo condiciones ecológicas no completamente satisfactorias.

Dentro del Grupo de especies exóticas, solamente el Kiwi ha alcanzado hasta ahora importancia económica, cubriendo una superficie de 10.000 ha (que coloca a Italia como 2do. productor mundial después de N. Zelandia) y de las cuales sólo el 20% se encuentra en producción, y ofrece una cosecha actual de alrededor de 40.000 tn de las cuales se exportan 12.000 tn. La Evolución de las plantaciones hace prever que hacia 1990 se contará con unas 16.000 ha.

La producción italiana se encuentra en el mercado desde noviembre a mayo, a un precio medio por mayor de 3.500 - 5.000 liras/kg (3 a 4 dólares/kg), que se considera altamente remunerativo, pero que podrá reducirse con el esperado incremento de la producción.

En el caso del Kiwi, Italia como país exportador se encuentra interesado en desarrollar esta especie en el Hemisferio Sur y particularmente en América Latina, a fin de poder asegurar continuidad durante todo el año a la oferta del producto.

La palta constituye otra especie que está interesando especialmente en las áreas del Sur (Sicilia y Calabria), tratándose de introducirla en reemplazo de cultivos cítricos envejecidos y de escasa rentabilidad.

Con respecto a otras especies exóticas, corresponde señalar que de algunas como el Babaco (Carica pentagona), se han realizado ya algunas plantaciones bajo protección y temperatura (producción 1987 = 3.000 tn), mientras que otras como Feijoa, Higos de India (*Ficus indica*), Chirimoya, Guayaba, Papaya, Passiflora, etc. se encuentran en fase experimental en áreas de producción muy limitadas.

Italia es un importador habitual de un conjunto de frutas exóticas cuyo total ha pasado de 270.000 tn en 1981 a 400.000 tn en 1986. El 90% de estas importaciones está constituido por bananas (360.000 tn) y el resto ananás (8%), dátiles, palta, mango, papaya, etc. La tendencia del consumo se estima alcanzará un crecimiento del 15 - 20% anual, durante los próximos 5 años, impulsado por una cierta modificación en el gusto de los consumidores, disponibilidad de recursos a nivel de la población media y como manifestación de snobismo.

CONCLUSIONES

- 1. Italia dispone de condiciones ecológicas para producir y de tecnologías muy evolucionadas para recolectar, seleccionar, conservar y comercializar pomoideas, prunoideas, uvas, etc.**

Sin embargo, se ha efectuado en los últimos 10-15 años una expansión exagerada de cultivos - manzanas por ejemplo, cubriendo áreas en las que existen problemas de suelo, exceso de humedad, etc. Una parte de los cultivos de peras se encuentran en dificultades por causas sanitarias.

Las características organolépticas de las frutas, se han ido modificando, especialmente sabor y aroma. La conservación prolongada afecta no sólo su aspecto sino también otros caracteres como deshidratación pronunciada, arrugado, pulpa harinosa, sabor anormal, amargo, fácil oxidación, fácil descomposición, etc.

El consumidor habitual estima que existen actualmente deficiencias de carácter y de aptitud a la conservación con respecto a las mismas variedades en períodos precedentes (15 - 20 años antes).

El consumidor calificado aprecia las frutas importadas en contraestación desde países del Hemisferio Sur, en las que encuentra características organolépticas más atractivas, cuando el mercado del producto nacional sólo ofrece frutos deficientes.

La evolución y pérdida de calidad de estas frutas en el lapso de los últimos 20 años es atribuida por diversos especialistas a diversas causas y entre ellas a los métodos de cultivo, extremadamente densos, realizados en regiones de escasa luminosidad, exceso de humedad en el suelo/ambiente, exagerado uso de fertilizantes, herbicidas, etc., que contaminan el agua del suelo, perturban y alteran la nutrición mineral, etc.

- 2. En cuanto a la situación de los cultivos cítricos, éstos se encuentran atravesando desde hace tiempo una fase crítica. Las explotaciones tradicionales se hallan radicadas en Sicilia y Calabria, en condiciones ecológicas difíciles. Las variedades no se han renovado. La producción se concentra en un período breve, creando serias dificultades para la comercialización. Las técnicas de selección y conservación no se han actualizado y el procesamiento de frutos no se beneficia aún las modernas tecnologías. El producto final sufre una fuerte competencia extranjera.**

Actualmente, no podemos manifestar que se esté decidiendo reestructurar el sector cítricos, en cuanto a variedades, técnicas de cultivo, etc. pues ni el Estado ni los productores están seguros que aún con cambios de fondo, pueda enfrentarse la eficiencia y calidad que han alcanzado otros países y especialmente España, que ahora encontrará más fácil penetración desde el interno de la CEE. El gobierno italiano ha aprobado en los 5 últimos años dos planes destinados a mejorar la producción de los cítricos, los cuales sin embargo, no se han aplicado. Por otra parte, parece cada vez más evidente que el consumidor se está orientando rápidamente hacia un mayor consumo de jugos de éstos y de otras frutas y en tal caso, los cultivos tradicionales de Sicilia y Calabria etc, podrían atender el suministro de materia prima con tal destino, para lo cual habría de efectuarse un "aggiornamento" de la industria, la que con tal fin puede contar con el apoyo financiero de la CEE.

3. Modificaciones del gusto de los consumidores.

Con respecto a lo que se entiende por modificación del gusto del consumidor, tema que ha sido motivo de discusión en una Reunión Técnica celebrada en 1986 en Italia (Savona y Montecatini), la impresión recogida es que si existe modificación ella es causada e inducida por una producción llevada a cabo bajo la acción de los factores señalados precedentemente, que han modificado sustancialmente la ecología que afecta a la planta, así como las técnicas utilizadas. El productor es en realidad quien ha operado básicamente estos cambios y hoy ofrece frutos provenientes de condiciones diversas a las que predominaban hace 15 - 20 años. Lentamente el consumidor se ha ido adaptando a frutas con características diferentes mientras una proporción de ellos muestra desafección a estas frutas, p.ej. manzanas. Cabría agregar que en degustaciones de frutas, manzanas, peras, damascos, duraznos, de distinto origen, una elevada proporción de consumidores calificados manifestaron preferencia por los productos provenientes de otros continentes. (Reunión de Cesena, de febrero y mayo de 1987). Del mismo modo se pronunciaron profesores y especialistas en fruticultura de diversos países de Europa, en ocasión de la reunión Académica celebrada en Mendoza en abril de 1987.

El tema merece un análisis más exhaustivo pues cabe considerar si es conveniente entrar en el juego e impulsar una producción altamente intensiva que pueda llevar a desnaturalizar en parte la fruta, o bien actuar en este aspecto con mayor cuidado a fin de resguardar los caracteres genuinos de estas producciones. Estas breves consideraciones pueden ser útiles para los productores/exportadores del Hemisferio Sur, que llegan a Europa en contraestación. Considero que como principio básico, es indispensable mantener una oferta de alta calidad y excelente presentación a fin de diferenciarla de los productos señalados precedentemente, pues existe y sin duda crecerá en el futuro un sector de consumidores capaces de apreciar y buscar dichos productos.

Estas dificultades y en particular la posibilidad de recibir ayuda financiera por parte del Estado y particularmente del Ministerio de Agricultura a través de la Ley Nro. 752/86, ha incentivado los intentos de diversificación de la producción frutícola abordando una serie

de cultivos denominados "exóticos" cuyos frutos han sido prácticamente desconocidos por el consumidor hasta hace unos pocos años. Sin embargo, pasado el período inicial, la ampliación del mercado requerirá un fuerte apoyo publicitario y una disminución fuerte del precio, a fin de hacerlos accesibles a un más amplio espectro de la población.

La modificación parcial de la demanda se manifiesta en Italia fundamentalmente en favor de los jugos (manzanas, peras, cítricos), cuya participación se prevé continuará creciendo en los próximos años.

Las frutas que llegan habitualmente desde países del Hemisferio Sur y otras, pueden mantener y acrecentar su participación en el mercado únicamente si se ofrecen productos de alta calidad, cuidadosamente seleccionados y presentados.

**PERSPECTIVAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE FRUTAS
Y HORTALIZAS DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA
Y DE LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA**

Dr. D. Link¹

**A. EL ABASTECIMIENTO DEL MERCADO COMUN EUROPEO
EN FRUTAS Y HORTALIZAS.**

1. Importación en relación a la producción del MCE

El MCE se ha desarrollado como el mercado más importante en el mundo en cuanto a importaciones de frutas y hortalizas. Sin embargo, existe también una producción considerable que ha alcanzado su alto nivel actual con la incorporación de Grecia en 1981 y de España y Portugal en 1986. Con esta expansión el MCE ha reducido fuertemente su déficit de importación, especialmente de productos mediterráneos.

Hoy en día el MCE es autosuficiente en la mayoría de los productos cultivados y durante el período de producción, en varios productos importantes la producción supera el consumo. La autosuficiencia, productos procesados incluidos, es de un 105% en hortalizas y de 90% en frutas. Las importaciones son efectuadas principalmente, por un lado, para equilibrar la estacionalidad de la producción que experimentan la mayoría de los tipos de frutas y ciertas hortalizas pues, un abastecimiento de productos almacenados está limitado por el carácter perecedero de los productos de este rubro. Por otro lado, se importan productos de clima tropical que no existen en la CEE.

En relación a la producción del MCE (España e Islas Canarias incluidas), las importaciones alcanzaron los siguientes porcentajes promedio en 1984 y 1985.

¹ Ministerio de Alimentación, Agricultura y Bosques. Bonn. República Federal de Alemania.

	Produccion del MCE	Importacion (millon tn)	% Importacion
Frutas no cítricas			
no tropicales	20,700	0.853	4.1
Frutas cítricas	7,500	1,340	17.9
Frutas tropicales	(1)	2,224	100.0
Hortalizas	45,585	0.429	0.9
Promedio	73,830	4,846	6.6

(1) Volumen insignificante.

Así, en promedio, un 7% del abastecimiento es importado. De los productos tropicales prácticamente todos los requerimientos son importados, seguido por los cítricos con importaciones del 18% del abastecimiento. En las otras frutas y en hortalizas, el porcentaje está entre un 4 y el 1%.

En volúmenes absolutos, también las frutas tropicales son, con más de 2 millones de toneladas, el grupo más importante, seguido por los cítricos, otras frutas y las hortalizas.

2. Importación por productos individuales

Una idea más detallada sobre las importaciones de frutas y hortalizas desde países fuera de la CEE, se puede obtener por la subdivisión en productos individuales. Se puede observar que en cada rubro, la mayor parte del volumen cae sobre pocos productos (Anexo 1).

Relacionado a otras frutas que cítricos y tropicales con un volumen total de importación de 853.000 toneladas, se destacan manzanas y peras, con 692.000 toneladas que son el 74% de este rubro.

Con diferencia considerable siguen uva de mesa con 8%, fresas, ciruelas y cerezas. También melones/sandías son importantes, sin embargo, no están consideradas a veces como frutas en el sentido propio.

En cuanto a cítricos, se importan 0,8 millones de toneladas de naranjas, o 60% de un volumen total de 1.3 millones de toneladas, seguido por las toronjas con 25%.

Entre las frutas tropicales con una importación total de 2,1 millones de toneladas, las bananas representan 1.9 millones de tn, u 88% de este grupo, seguidas por piñas y aguacates.

Respecto a hortalizas de un volumen total de 446.000 toneladas, las cebollas con 140.000 toneladas, o 33% son el producto más importante seguidas por tomates con 24%. Productos con cierta importancia son, porotos verdes, pepinos, pimientos y berenjenas.

3. Movimiento interno de frutas y hortalizas en el MCE

Dentro del MCE hay movimiento libre de mercaderías, prácticamente como en un país, sin restricciones cuantitativas o derechos de aduana. En el intercambio comercial todavía, solamente se compensan diferencias en cuanto a impuestos de valor agregado, que aún son diferentes entre los países miembros. También hay controles de calidad de frutas y hortalizas y ciertos controles fitosanitarios en el tránsito de un país al otro. En cuanto a España y Portugal, existe un período transitorio de 10 años para frutas y hortalizas frescas, durante el cual, gradualmente se integran estos países en la CEE. Todavía no gozan de mayores preferencias en relación a otros países fuera de la CEE.

Hay un movimiento importante de frutas y hortalizas dentro de la CEE de los países excedentarios, principalmente Italia, España, Grecia y Holanda a los países deficitarios con alta población, principalmente Alemania, Francia e Inglaterra. En estos tres países, pero también en los otros, en el norte de la CEE, por condiciones climáticas, la gama de frutas y hortalizas que se puede producir es más reducido que en el mediterráneo, por lo tanto las posibilidades para completar el surtido son las mayores. Pero también otros factores, como el nivel de ingreso alto, juegan un rol importante. Estos tres países absorben la mayor parte del comercio interno de frutas y hortalizas. Por ejemplo, Alemania importa en cuanto a frutas no cítricas no tropicales 43%, Francia 21% e Inglaterra 15%; en cuanto a hortalizas, 28%, 29% y 16%, respectivamente.

Las importaciones, desde países fuera del MCE están dirigidas en gran parte, directamente a estos países, sin embargo, una parte se deriva a importadores de otros países. Especialmente, Holanda que tiene facilidades portuarias favorables para expedición a otros países y una red internacional de distribución de frutas y hortalizas, para su importante producción propia, distribuye también productos importados en mayores volúmenes. Por lo tanto, el país de destino de importaciones a la CEE no es necesariamente el país de consumo y muchas veces tampoco las estadísticas reflejan esta situación suficientemente.

Aunque en relación a la producción de la CEE, las importaciones solamente tienen una pequeña participación en relación al comercio interno de la misma y entre los países las importaciones juegan un rol importante. En frutas cítricas y en otras frutas no tropicales, por ejemplo, las importaciones alcanzan a alrededor del 23% del comercio entre países de la CEE, en hortalizas es el 11%.

4. Importaciones de frutas y hortalizas en relación al comercio entre países de la CEE

	Importaciones	Comercio dentro los países de la CEE	% Importaciones en relación al comercio interno
			(en miles de tn)
Frutas no cítricas y tropicales	853	3,100	27.6
Frutas cítricas	1,340	5,844	22.9
Hortalizas	429	3,900	11.0
Productos tropicales	2,224	2,224	100.0
TOTAL	4,846	15,068	32.2

B. COMPETITIVIDAD DE LAS IMPORTACIONES

Después de un estudio estadístico sobre los volúmenes de producción de la CEE y de las importaciones, deseo analizar desde la perspectiva de exportación de la Argentina, las razones de porqué las importaciones de la CEE son efectuadas con respecto a productos individuales y las ventajas específicas que tienen los países que abastecen principalmente los productos respectivos.

Encuentro que estas ventajas se concentran en principio, en los siguientes aspectos:

1. Ventajas respecto al clima (clima no existente en la CEE);
2. Ventajas respecto a la estación (ciclo estacional de la producción diferente);
3. Ventajas técnicas y organizativas (nivel más alto que en otros países o que en la CEE);
4. Ventajas en los costos de producción.

1. Ventajas respecto al clima

El área de la CEE está ubicada en zonas de clima templado y mediterráneo. Faltan zonas de clima tropical y en consecuencia producción de ciertos productos. En estos productos, por lo tanto, las importaciones corresponden al consumo. No hay competencia con la producción de la CEE. Los países abastecedores solamente compiten entre sí. Los productos, para los cuales el transporte por barco está desarrollado, los costos de transporte generalmente son moderados, por lo tanto, los precios de venta pueden estar en el rango de los precios de los productos producidos localmente. Algunos de ellos, como bananas y crecientemente también piñas, se desarrollaron como productos importantes en el consumo de la CEE.

Los volúmenes de importación de la CEE de los productos que necesitan transporte aéreo son todavía relativamente bajos, especialmente por los precios elevados a raíz de los costos del transporte. El aumento depende sobre todo por lo tanto de economías en los costos del transporte y del aumento del ingreso de los consumidores.

Los países abastecedores en cuanto a bananas, son principalmente los países Centroamericanos, Colombia, Ecuador y el Caribe en menor grado que Africa. De los otros productos que se transportan principalmente por avión, Brasil y los países africanos son los abastecedores principales.

2. Ventajas en cuanto a la estación

Un número de productos se puede cosechar solamente una vez por año durante un período limitado. Los productos más perecederos como ciruelas, cerezas se pueden almacenar limitadamente. Los productos menos perecederos como manzanas, peras se pueden almacenar casi de una cosecha a otra, pero su calidad baja en relación a la duración del almacenamiento. Así hay períodos considerables sin producto o con un déficit en el abastecimiento. El ciclo de la producción de los países del hemisferio sur que difiere un semi año del hemisferio norte, complementa directamente la producción del hemisferio norte.

En los productos que se pueden producir continuamente durante todo el año, con excepción de productos tropicales, la producción de la CEE puede con pocas excepciones asegurar todo el abastecimiento.

También en este rubro los productos que puedan ser transportados por barco lograron mayor importancia en la importación de la CEE. Por las distancias grandes entre los países exportadores del hemisferio sur e importadores del hemisferio norte, los costos de transporte tienen un impacto grande. Manzanas y peras y crecientemente también uvas, son los productos más importantes de este rubro. Las importaciones de productos que necesitan transporte aéreo por el contrario, enfrentan los límites del precio alto en el consumo.

Los países exportadores principales de este grupo son: Chile, Argentina, República de Sudáfrica, Australia y Nueva Zelanda.

Como se puede apreciar en el Anexo 2, solamente Argentina y Sudáfrica exportan igualmente frutas cítricas y no cítricas en cantidades sustanciales. Las hortalizas son abastecidas sólo por un número reducido de estos países en volúmenes pequeños.

Considerando las diferencias entre el consumo durante el período de mayor oferta y los períodos con poca o ninguna oferta, se definen volúmenes importantes que teóricamente pueden ser cubiertos por importaciones. También existen posibilidades para un aumento del consumo, pero generalmente son considerablemente más bajas que las diferencias de los volúmenes calculados. Esto se debe a que existen hábitos estacionales de consumo y los productos que no están disponibles son reemplazados por otros. Especialmente en verano, la oferta de productos es muy amplia y hay bastante sustitución; durante el invierno el surtido es más reducido, por lo tanto las perspectivas para aumentar las importaciones son principalmente durante este período.

Sin embargo, a mediano o largo plazo las costumbres de consumo también cambian. Esto se puede acelerar con la promoción de ventas.

Deseo mencionar ejemplos de esta situación:

Los volúmenes de abastecimiento de naranjas a Alemania en 1985 alcanzaron los siguientes porcentajes, por trimestre, del abastecimiento total del año:

1er.	trimestre	52,1%
2do.	trimestre	10,6%
3er.	trimestre	3,2%
4to.	trimestre	34,1%
		100%

El bajo consumo en el segundo y tercer trimestre (verano y otoño en Europa) a pesar de la suficiente oferta de países del hemisferio sur, tiene su raíz en la abundancia de frutas de verano y otoño como uvas, duraznos, manzanas, etc. además, tradicionalmente, no se consumen naranjas en verano. Sin embargo, en Holanda y Francia el consumo en verano es más alto.

La preferencia al consumo estacional se ve también en cuanto al espárrago, el cual Argentina y otros países del hemisferio sur, exportan en ciertas cantidades en el invierno europeo. Los volúmenes de abastecimiento durante el invierno, son solamente una pequeña fracción del abastecimiento durante la temporada de cosecha europea, sin embargo, por la demanda también reducida, los precios muchas veces están más bajos que durante la temporada de cosecha europea.

Deseo mencionar que por otro lado el consumo de espárragos ha aumentado sustancialmente, especialmente por adelantarse el inicio del período principal del abastecimiento europeo en pocas semanas, por nuevas producciones, en zonas más tempranas de la CEE.

No son conocidas investigaciones sobre el potencial de consumo fuera de la estación tradicional, sin embargo, los volúmenes abastecidos, en combinación con los precios, permiten ciertas conclusiones.

3. Ventajas en cuanto a la técnica y organización

Aunque las diferencias climáticas generalmente puedan resultar en ventajas más grandes, las ventajas en cuanto a la técnica y organización de la producción y comercialización, pueden mejorar la competitividad considerablemente y permiten compensar desventajas climáticas.

Estas condiciones, sin embargo, no están disponibles naturalmente, sino que necesitan esfuerzos para lograrlas. Cumplir con los requerimientos sofisticados en cuanto a la comercialización es más y más importante, especialmente en la competencia con otros países con condiciones naturales similares. Estos requerimientos se refieren especialmente a la calidad del producto, al embalaje y a la regularidad del suministro. También con métodos modernos de comercialización se pueden aumentar las ventas. Generalmente los países exportadores exitosos se destacan en estos aspectos de los otros.

Así por ejemplo, el abastecimiento de tomates de los países de clima templado de la CEE proviene principalmente de invernaderos de esta zona, especialmente de Holanda. Por la alta intensidad de la producción, la gran calidad y uniformidad del producto y la eficiente organización de la comercialización, los países mediterráneos tienen poca participación en este mercado aunque en parte no están más distantes y pueden producir en condiciones climáticas más favorables.

Otro ejemplo es el desarrollo del producto kiwi de Nueva Zelanda. Este país ha introducido este producto y durante unos diez años era casi el único abastecedor logrando volúmenes de venta considerables. Solamente ahora, en muchos países se empezó la producción que, probablemente pronto, va a resultar en excedentes. Un ejemplo similar son los aguacates. El mercado de este producto, poco conocido antes en Europa, fue desarrollado por Israel, que no tiene las mejores condiciones climáticas para este producto, pero ha logrado volúmenes de venta importantes. Estos son mucho más altos que los de otros países con condiciones climáticas más favorables.

4. Ventajas en los costos de producción

Países especialmente vecinos de la CEE, en la misma zona climática, pueden competir principalmente por costos más bajos en cuanto a la producción. Es el caso especialmente con productos, que tienen altos requerimientos en cuanto a mano de obra como bayas, etc. y ocurre en los países de Europa del Este, donde también problemas de divisas, favorecen la venta a precios bajos. Asimismo países de Africa tienen ventajas en la producción de ciertos productos por bajos costos de mano de obra como judías finas.

C. REGLAMENTO DE LA CEE RESPECTO A IMPORTACIONES DE FRUTAS Y HORTALIZAS.

La organización del mercado de frutas y hortalizas es como ya mencionamos, uniforme para todos los países miembros. Existen reglas para la importación que interesan en este seminario, vale la pena echar un vistazo también al reglamento para el mercado interno pues es complementario del régimen de importación.

La medida principal en el mercado interno es el mantenimiento de un precio mínimo para unos diez tipos de frutas y hortalizas importantes. Este precio mínimo se aplica en el mercado con el objetivo de estabilizar el ingreso de los productores. También, para todas las frutas y hortalizas de cierta importancia, existen normas de calidad obligatoria.

En cuanto a importaciones de países fuera de la CEE básicamente se cobran impuestos de aduana en el marco de la tarifa arancelaria común. Los porcentajes varían para la mayoría de los productos entre 10 y 20% del valor CIF. Los impuestos de aduana están considerados como preferencia del Mercado Común a sus productores. Especialmente países en desarrollo y países del Basin Mediterráneo obtienen preferencias con impuestos de aduana reducidos. Para los otros países, los cambios en los impuestos de aduana dependen principalmente de las negociaciones en el GATT, que resultan en ciertas reducciones globales. Además se cobra a la importación la tasa de valor agregado, que también paga la producción interna de la CEE.

El régimen que es considerado más complicado y problemático por los exportadores, es el sistema de precios de referencia. Este sistema no se aplica a todas las frutas y hortalizas sino solamente a ciertos tipos importantes durante el período de mayor oferta de la producción de la CEE. El sistema de precios de referencia resulta en una tasa compensatoria si los precios de importación están debajo del precio de referencia de la CEE. Esta tasa corresponde a la diferencia entre los dos precios. El sistema de precios de referencia es complementario al sistema de intervención en el mercado interno para estabilizar precios evitando una depresión de éstos causada por importaciones.

Los precios de referencia que son establecidos por la Comisión de la CEE, corresponden más o menos al promedio del precio productor en la CEE y son ajustados anualmente. Los precios de importación son levantados en los mercados mayoristas más importantes para productos importados. El mecanismo de los precios de referencia es muy flexible y específico. Así no se cobra esta tasa globalmente para un producto sino solamente según países de origen, los precios de los cuales están debajo del precio de referencia.

Además se anula la tasa compensatoria cuando el precio de importación se sitúa por encima del de referencia. A pesar de estas ventajas este mecanismo causa también dificultades para los exportadores que evidentemente resultan de la flexibilidad del sistema, que deja libre las importaciones mientras el mercado de la CEE puede absorberlas a precios razonables. Las desventajas se encuentran en la inseguridad respecto a su aplicación y en consecuencia respecto a los precios a obtener. Estas dificultades son más grandes cuanto más largo es el tiempo de transporte. El sistema de precios de referencia es un elemento básico de la organización del mercado de frutas y hortalizas en la Comunidad Económica Europea, así que no hay chance de cambios.

De los productos exportados por Argentina existen en el MCE precios de referencia durante el respectivo período, solamente para limones y manzanas que rigen durante todo el año. Para naranjas no hay precios de referencia entre el 1ro. de junio y el 1ro. de diciembre y para peras entre el 1ro. de mayo y el 1ro. de julio. Manzanas y peras del hemisferio sur, generalmente son importadas a precios muy superiores al de referencia y por lo tanto raras veces afectadas. Sin embargo, para limones se cobró en el año pasado tasas compensatorias también para los de Argentina, pues la gran oferta de España ha bajado el nivel de precios así como tampoco los otros países pudieron obtener precios satisfactorios.

Otras medidas de la CEE en cuanto al comercio exterior en el sector de frutas y hortalizas frescas son las subvenciones a la exportación para ciertas frutas y hortalizas durante el período de mayor oferta de la producción de la CEE.

D. PERSPECTIVAS

Potencial del mercado de la CEE

La CEE es el mercado de importación de frutas y hortalizas más importante en el mundo. Los volúmenes de importaciones han aumentado sustancialmente en el pasado y sin embargo en este momento en frutas no aumenta más, aunque hay una tendencia a comprar productos de valor más alto.

Los factores de los cuales principalmente depende el aumento de las importaciones son el incremento del ingreso y la tendencia de una alimentación más sana y variada en el cual frutas y hortalizas juegan un rol importante. No hay más crecimiento de la población en los países principales importadores de la CEE, así que este factor solamente en algunos países de la Comunidad puede tener cierta importancia.

En cuanto al incremento del ingreso, se puede esperar que va a continuar aunque probablemente, a un paso más lento que en el pasado. El incremento en el ingreso será la fuerza mayor para la expansión del mercado, especialmente en cuanto a un aumento del consumo de calidades superiores y nuevos productos. Esto implica también un aumento de la demanda en el período fuera de la estación de la oferta tradicional. En este período se puede ofrecer principalmente productos de otras zonas climáticas a precios superiores. De esta tendencia aprovechan principalmente los países del hemisferio sur.

Importancia del abastecimiento futuro de la producción de la CEE.

Respecto a cambios en la oferta de frutas y hortalizas de la producción de la CEE, se puede esperar que en el futuro se van a llenar lagunas para las cuales existen requisitos de producción. Estos requisitos se han ampliado por la adhesión de España y Portugal, que tienen zonas de producción climáticamente más favorables que los otros países de la comunidad. Este es el caso especialmente para la producción en invierno y para la producción de frutas cítricas del cual España tiene un potencial grande para la expansión. Además con el avance del período transitorio de adhesión, España y Portugal tienen acceso más libre al mercado que los otros países miembros de la CEE y por lo tanto incrementará la competencia.

Organización del mercado de la CEE

En cuanto al régimen de la CEE respecto al mercado interno e importaciones de frutas y hortalizas, no se esperan cambios sustanciales en relación a la situación actual.

PERSPECTIVAS PARA LA EXPORTACIÓN DE PAÍSES FUERA DE LA CEE AL MERCADO COMÚN EUROPEO

En el futuro la producción de la CEE va a abastecerse casi totalmente de frutas y hortalizas que puede producir con su clima, durante las temporadas respectivas. Será difícil para los países fuera de la CEE participar regularmente en el abastecimiento de estos productos durante las respectivas temporadas de producción. Restan para los países no pertenecientes a la CEE, principalmente productos que no se pueden producir en ella especialmente productos tropicales y los productos de los cuales no hay oferta suficiente. El volumen de las respectivas importaciones todavía es importante y se puede esperar que sea el sector de principal crecimiento del consumo.

El abastecimiento respectivo ha dejado prácticamente a los países fuera de la CEE. La participación de los países individuales en este abastecimiento depende de su competitividad en relación a otros países exportadores en este campo. Esto es principalmente una cuestión de la relación calidad/precio, de la posibilidad de destacar los productos de un país y del grado, en que los exportadores pueden cumplir con los requerimientos de los compradores en cuanto a la comercialización, al área que va a ser más y más decisiva y en la cual los requerimientos suben.

En cuanto a las perspectivas de exportación de frutas y hortalizas de Argentina al MCE, como ya se ha explicado, tiene condiciones favorables respecto a la gama de productos que exportan. Solamente Sudáfrica hasta ahora exporta como Argentina igualmente frutas cítricas y no cítricas, en cantidades sustanciales. Además, canales de comerciantes ya existen y los productos principales de exportación están introducidos en el mercado.

Respecto al desarrollo de las exportaciones de Argentina, una expansión notable tuvo lugar en frutas cítricas y en peras. En manzanas, el producto de importación más grande del MCE, los volúmenes de Argentina decrecieron mientras los países competidores los aumentaron. El producto que sigue de importancia en las importaciones de los países del hemisferio sur es uva de mesa. Sin embargo, los volúmenes son en importación de la CEE de 60.000 tn mucho más reducidos que el de los productos ya mencionados. Argentina exporta solamente en pequeñas cantidades. En menores volúmenes varios tipos de frutas y hortalizas son importados del MCE de países del hemisferio sur, principalmente por avión. En esto Argentina tiene una buena participación. Considerando esta situación de exportaciones de Argentina y para asegurar o aumentar la participación en el MCE, es importante identificar los obstáculos que han impedido aprovechar mejor las chances ofrecidas por el mercado en ciertos productos e intensificar las actividades de venta como país competidor.

El potencial más grande de expansión evidentemente aún existe en los productos ya exportados en mayores volúmenes. Sin embargo, hay indicaciones que la demanda de productos de menor importancia va a continuar creciendo en el futuro por lo tanto es necesario hacer esfuerzos para asegurar la participación también en el mercado de los mismos.

ANEXO 1

IMPORTACION DE PRODUCTOS INDIVIDUALES DE LA CEE
 PROMEDIO 1984 Y 1985

FRUTAS	En miles de toneladas	%
Manzanas	454	53
Manzanas para sidra	89	10
Peras	91	11
Uva de mesa	67	8
Fresas	20	2
Otras bayas	39	5
Ciruelas	12	1
Cerezas	9	1
Damascos	5	1
Duraznos	2	0
Melones/Sandias	30	4
Otros	35	4
	853	100
Citricos:		
Naranjas	809	60
Mandarinas, etc.	127	10
Limonos	67	5
Toronjas	332	25
Otros	5	0
	1,340	100
Frutas tropicales:		
Bananas	1,871	88
Pinas	147	7
Palta	71	3
Mango, mangostan guavas	14	1
Nueces de coco	21	1
	2,124	100
Hortalizas:		
Cebollas	140	33
Tomates	104	24
Porotos verdes	26	6
Hortalizas de raíz. (Zanahorias, etc.)	23	5
Pepinos	22	5
Repollo, etc.	22	5
Pimiento	20	5
Berenjenas/Calabasin	9	2
Lechuga	9	2
Hongos	7	2
Esparrago	2	0
Otros	44	10
	428	100

ANEXO 2

IMPORTACIONES DE LA CEE DE PAISES DEL HEMISFERIO SUR
(Promedio 1983, 1984 y 1985)
(en miles de toneladas)

	Frutas no citricas	Hortalizas	Citricos	TOTAL
Argentina	86	5	74	165
Chile	118	9	1	128
Uruguay	-	-	24	24
Brasil	6	-	45	51
Rep.Sudáfrica	213	3	186	402
Suezieland	-	-	19	19
Simbawe	-	-	2	2
N.Zelandia	96	2	-	98
Australia	11	11	1	23

ANEXO 3

IMPORTACION DE LA CEE DE ARGENTINA
(en miles de toneladas)

	Promedio 1974-77	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985
CITRICOS TOTAL		50.5	39.3	43.7	30.2	22.5	29.8	66.5	72.8	54.7	95.1
Naranjas		15.2	20.4	24.4	11.0	7.9	15.9	32.6	31.7	26.7	46.2
Mandarinas				0.2			0.4	1.9	2.4	1.8	2.5
Limonos		1.9	2.1	1.5	7.3	1.5	4.6	8.0	17.6	4.4	24.8
Toronjas		16.3	16.8	17.6	11.9	13.1	8.9	24.0	21.1	21.8	21.6
NO CITRICOS TOTAL	84.2		79.6	114.3	109.7	93.5	79.8	80.2	84.1	74.5	100.5
Peras	10.3		11.0	16.3	22.2	17.0	12.4	20.9	25.2	21.0	35.8
Manzanas	75.8		68.3	97.9	87.3	76.2	67.2	59.0	58.1	52.9	64.3
HORTALIZAS TOTAL	1.6		4.4	4.1	5.1	3.4	3.4	4.8	6.1	4.8	4.8

LA POSICION ARGENTINA EN EL COMERCIO FRUTIHORTICOLA EN LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

Lic. Guillermo E. Nielsen ¹

INTRODUCCION

Como la casi totalidad de la producción agrícola en la Comunidad Económica Europea (CEE), la política de producción de frutas y hortalizas forma parte de la Política Agrícola Común (PAC), conocida en nuestro medio por sus consecuencias proteccionistas y por la generación de excedentes que se vuelcan al mercado internacional con la utilización masiva de subsidios en competencia directa con nuestras exportaciones tradicionales.

En contraste con esa imagen de la PAC que tenemos los argentinos, debemos comenzar señalando que el sector que nos ocupa hoy es -en términos relativos- el menos protegido. Las características especiales de la fruta fresca -producción estacional, son sustituibles y perecederas- han llevado al desarrollo de mercados locales de marcada estacionalidad. Además, el grado de dependencia de los productos importados para asegurar un abastecimiento normal requiere una política de importaciones flexible y a la vez la importancia de la producción frutihortícola -especialmente en los países mediterráneos- requiere algunas formas de sostén a fin de cumplir ciertos objetivos locales.

Las bases del régimen comunitario frutihortícola se encuentran en el Reglamento 1035/72 y buscan establecer una organización común de mercado para ciertos productos, tratando de lograr un equilibrio entre oferta y demanda, y estimulando la especialización dentro de la Comunidad Económica Europea.

El rasgo principal es la remoción de las barreras para el comercio intracomunitario y la aplicación de reglas de justa competencia, la adopción de normas de calidad, tanto en el comercio interno como en el externo.

En algunos casos, la adopción de la PAC a este sector llevó a la liberalización de las importaciones sujetas a ciertas salvaguardias que incluyen, en algunos casos, cuotas de importación; un sistema de precios de referencia para ciertos productos sensibles; la compensación para el retiro de productos del mercado en ciertas circunstancias; ayudas especiales para cítricos, y subsidios a la exportación.

El rasgo esencial es que los precios de mercado están apoyados en un sistema de compensación para retirar mercadería del mercado. Como señalé antes, a causa de que la fruta es altamente perecedera y la

¹ Consejero Agrícola ante la Comunidad Económica Europea- Argentina.

formación de stocks por largos períodos es muy costosa o impracticable, en general el sistema de precios no está diseñado para lograr precios garantizados en períodos de sobreoferta o de escasez.

El retiro de la mercadería se lleva a cabo pagando precios que son derivados de los precios de compra por aplicación de coeficientes que toman en cuenta las características comerciales de la mercadería - p.e. variedad, calidad, tamaño y presentación-. Los precios de retiro de mercadería están fijados a niveles por debajo de los precios de mercado. Las cantidades retiradas del mercado son relativamente pequeñas, de alrededor de 4 ó 5% de los productos elegibles.

Esto contrasta con la situación que se registra en la CEE en otros rubros, p.e. carne vacuna donde, en algunos momentos el nivel de stocks alcanzó el 15% de la producción de un año y en la actualidad se ubica en el 10% aproximadamente de la producción anual.

Otro de los factores de contraste entre el sector frutihortícola de la CEE y los demás sectores cubiertos por la PAC es que, en algunos rubros, la producción comunitaria de frutas y hortalizas es eficiente y muchas exportaciones se realizan sin recibir restituciones. A título de ejemplo se pueden mencionar exportaciones de pimientos dulces de Holanda y Bélgica a los EE.UU. y Canadá por 17 millones de Ecus por año ó 7 millones de Ecus de endivias belgas exportadas anualmente a los EE.UU. El grueso de las exportaciones comunitarias -que alcanzan aproximadamente a un millón de toneladas de frutas y a 400.000 toneladas de hortalizas- se dirigen a los países escandinavos, Suiza, Austria, Europa Oriental y a la Unión Soviética.

El comercio con terceros países

El instrumento de protección externa de este sector es la tarifa o arancel externo común que puede variar según los países y la temporada. En muchos casos, las exportaciones se realizan cumpliendo con precios de referencia que, en general, son fijados teniendo en cuenta los costos de producción interna.

Sucede, sin embargo, que muchas veces por problemas internos los precios son fijados a niveles totalmente irrealistas. En ese caso el precio de referencia -que originariamente fue concebido para actuar rápidamente ante situaciones de dumping- pasa a ser un sistema de protección prohibitivo. Un ejemplo concreto fue el precio de referencia del limón durante la temporada pasada, que llevó a la fijación de derechos compensatorios no solo a la mercadería proveniente de nuestro país, sino también a los limones provenientes de España, Marruecos, Chipre, Malta y Uruguay. No es que todos estos países hayan querido hacer "dumping" a una producción comunitaria que no es por cierto muy significativa sino que evidentemente los precios de referencia no son realistas.

La situación de España

Como habrán oído, se le aplicarán derechos compensatorios al limón español, esto a pesar de que España es desde marzo de 1986 miembro de la CEE.

Lo que sucede es que el Acta de Adhesión de España prevé que en los cuatro primeros años se aplique un régimen casi integral, igual al de los Países Terceros.

A partir del comienzo del quinto año se inicia una fase de 6 años que finalizará en la libre circulación. Es una etapa clásica de aproximación progresiva de las ayudas y de los precios para la realización gradual de la unión aduanera. Ya antes de la adhesión, España era un abastecedor de gran importancia de la

CEE (10). Un porcentaje muy importante de la producción española es vendido en la CEE: 68% de la producción de mandarinas y clementinas; 50% de la producción de limón; 43% de la producción de naranjas, son sólo algunos ejemplos.

Debido a esta peculiar situación de España en la CEE, la situación actual del mercado comunitario en frutas y hortalizas podría ser vista en forma sinóptica con los elementos que nos brinda el Cuadro 1.

Como pueden imaginarse ustedes, un mercado de esta magnitud, con consumidores ricos en la mayoría de los países miembros, presenta múltiples aspectos de interés para nuestro país que podrían ser objeto de una charla: los cambios que están teniendo lugar en los métodos de comercialización; los mercados potenciales de contraestación que podría aprovechar nuestro país debido a su ubicación geográfica y aptitudes agronómicas.

CUADRO 1
FRUTAS Y HORTALIZAS EN LA CEE (10)
Información básica

El valor de la producción frutihortícola constituye aproximadamente un 12% de la producción final agrícola

Frutas :	+/-	20 millones de tn (algo más de 1/3 son manzanas)
Hortalizas:	+/-	25 millones de tn (aprox.un 25% son tomates).

Estructura geográfica de la producción

Italia	+/-	50% de las frutas
	+/-	40% de las hortalizas
-Francia:	+/-	17% de las frutas y hortalizas
-Alemania:	+/-	16% de las frutas
-Grecia :	+/-	13% de las hortalizas

Tasa de autosuficiencia

Hortalizas	+/-	95%
Frutas (sin cítricos)	+/-	80%

	CEE(10)	CEE(12)
Cítricos		
Limones	94%	116,00%
Pomelos	1%	2,76%
Naranjas	58%	84,90%
Frutos pequeños	38%	94,00%
Total cítricos	49%	85,00%

Importaciones con Países Terceros

La CEE (10) importa aproximadamente 4 millones de toneladas de fruta fresca (más de la mitad de naranjas), y aproximadamente 800.000 toneladas de hortalizas frescas.

Las estrategias que se plantean los países abastecedores líderes como Israel y Nueva Zelandia, son sólo algunos de los temas posibles, cada uno de los cuales da para una charla mucho más prolongada que ésta.

Después de algunas consultas y en función del tiempo disponible, voy a referirme a tres rubros de importancia para nuestro país: uno en el cual la mercadería argentina está en contracción; otro donde se verifica una expansión reciente de nuestras exportaciones y otro relativamente incipiente donde el producto argentino tuvo un rol de importancia en la creación de un mercado de contraestación que se desarrolla en forma interesante. Me referiré respectivamente a: manzanas, cítricos y espárragos.

MANZANAS

Debido a la importancia que tuvo y tiene este mercado para nuestras exportaciones, es conveniente detenerse un rato en este punto.

Según algunos autores, la manzana fue el primer fruto que fue objeto de comercio internacional. Esto explica su importancia en la producción y el consumo dentro de la CEE. Como veremos, hay importantes variantes en el consumo comunitario de manzanas. Es un mercado que no por ser antiguo deja de evolucionar en forma gradual.

La producción europea de manzanas fluctuó entre 6.245.000 tn en 1981 a 8.417.000 en 1984. El nivel de utilización interior fluctúa según los años entre 5,2 millones de toneladas y 7,5 millones. Las exportaciones se ubican en las 200.000 toneladas, generalmente de producto francés con mercados en Medio Oriente, los países del Este y los EE.UU.

La variedad más importante como porcentaje de la producción es la Golden Delicious (40% de la producción) seguida de la Red Delicious (15%) para pasar luego a variedades que tienen porcentajes mucho menores del mercado: Cox Orange (3,4%), Granny Smith (3,2%), Imperatore (3%), etcétera.

Las preferencias del consumo están llevando a una reconversión de la producción de manzanas en favor de nuevas variedades de mayor valor comercial, especialmente Jonagold en Bélgica y Holanda, Gala y Royal Gala en Francia, Gloster en casi todos los países. Esta expansión de las nuevas variedades se lleva a cabo a expensas de la variedad Golden Delicious. En Francia el porcentaje de Golden Delicious sobre el total de la cosecha bajó del 72% en 1977 al 64% en 1986. En Italia se calcula que el año pasado se arrancó un 20% de la superficie sembrada con Golden Delicious y un 26% de la plantada con Imperatore.

En la base de esta reestructuración de la producción están los cambios en las preferencias del consumidor y el flujo constante de nuevas variedades. Ambos factores llevan a que se registren grandes disparidades en los precios de diferentes variedades de manzanas que influyen también sobre los precios de la manzana importada del Hemisferio Sur.

El mercado de contraestación

Como puede verse en el Cuadro Nro. 2, la participación relativa de los países abastecedores del mercado comunitario de manzanas de contraestación, ha registrado cambios de importancia en las últimas décadas.

Tomando los promedios 1973/75 y 1985/87, se registra una importante caída de las exportaciones australianas (del 16 al 2%) y las argentinas (del 22 al 11%) y, en menor medida, de Sudáfrica (del 39 al 35%). La mayor expansión corresponde a la producción chilena y neocelandesa, que cuadruplican y duplican respectivamente sus exportaciones entre los años antes mencionados.

Las significativas mejoras que se han registrado en los métodos de conservación de manzanas, especialmente por la utilización de cámaras frías con atmósfera controlada, están llevando a crecientes niveles de conflicto comercial entre los países del Hemisferio Sur y la CEE, aunque los cambios en la tecnología de frío son sólo una explicación parcial del problema.

CUADRO NRO. 2
MERCADO COMUNITARIO DE MANZANAS DE CONTRAESTACION
Participación relativa de los principales proveedores

	Promedio 1973/75	%	Promedio 1985/87	%
Argentina	76.985	22	49.514	11
Australia	57.624	16	8.212	2
Chile	32.450	9	132.657	30
Nueva Zelanda	48.346	14	98.677	22
Sudáfrica	134.876	39	158.705	35
TOTAL	350.331	100	447.666	100

FUENTE: Elaborado en base a datos de Delicious Fruit
World Production and Trade Statistics, USDA y EUCOFEL

Las primeras manzanas del Hemisferio Sur comienzan a llegar a la CEE en el mes de marzo. Se trata, en los últimos años, de manzana chilena. Aunque los primeros embarques argentinos -de red delicious- llegan casi al mismo tiempo que los primeros embarques chilenos, al momento en que las exportaciones argentinas alcanzan su máximo nivel -barcos cargados alrededor del 25 de marzo- Chile ya ha vendido un 40% de sus exportaciones, constituidas en su mayoría por la variedad Granny Smith. Sudáfrica llega un poco más tarde, hacia fines de marzo, y las subastas de producto sudafricano continúan durante el mes de agosto. Los arribos de producto argentino continúan durante el mes de julio, incluso a veces en los primeros días de agosto. Habría que completar este esbozo de calendario señalando que en los últimos años se detecta un esfuerzo de los empacadores chilenos por permanecer más tiempo en el mercado. Según algunos expertos, esta mayor permanencia de los productos chilenos brinda ciertas ventajas de marketing.

Nueva Zelandia llega a fines de abril hasta julio y Australia en mayo. Este año hubo manzana de contraestación en venta en Europa hasta principios de octubre.

La coyuntura del mercado 1986/87

A principios del año pasado la Comisión inició conversaciones con los países del Hemisferio Sur con el objetivo de buscar una autolimitación. Habría temor de que hubiese problemas en el mercado frente a una cosecha comunitaria de 8,3 millones de toneladas y frente a estimaciones de exportación sumamente optimistas de todos los países, especialmente del nuestro.

Contrariando la opinión de los servicios de la Comisión, el Vicepresidente Andriessen -quien se encarga de los temas agrícolas- decidió no tomar medidas; en cambio, se dieron a conocer unas "pautas" de exportación no obligatorias. Los tonelajes fueron los siguientes:

CUADRO NRO. 3

	Pautas de Exportación	Embarques Efectivos (*)
Argentina	70.000	53.500
Australia	11.000	7.000
Chile	130.000	155.000
Nueva Zelandia	115.000	102.000
Sudáfrica	166.000	163.000

(*) Estimación de CINO.

La situación actual

Las primeras estimaciones para la cosecha europea de este año indican un volumen global de 7.5 millones de toneladas. La información disponible desde mediados de agosto no ha sino confirmado estas cifras, con lo cual se puede esperar que la cosecha de 1987 se ubique a un volumen equivalente al 90% de la cosecha pasada. Esta caída global oculta importantes disparidades. Así, la cosecha en Alemania es un 50% inferior a la de 1986, lo que contrasta con un aumento del 14% en España y del 5% en Italia.

Esto ha llevado a decir a algunos funcionarios de la Comisión que la situación es tan grave como el año pasado ya que la cosecha alemana es para la industrialización y es necesario imponer límites a las importaciones del Hemisferio Sur. En otras palabras, se cree que el mercado de manzana de mesa está tan complicado como el año pasado. Sin embargo, esta posición de la Comisión no resiste el menor análisis en términos GATT. En primer lugar, el año pasado no hubo un caos en el mercado de manzana como algunos esperaban. Los precios de las exportaciones chilenas cayeron por debajo del precio de referencia en algún momento, pero no puede afirmarse seriamente que hubo una situación de "daño" o de caos en el mercado. Sin embargo, estos comentarios con respecto a la situación de esta próxima campaña no deben alejar de la perspectiva argentina el hecho que nuestras exportaciones a la CEE tienen en el horizonte algunas dificultades de cierto peso.

Los analistas del mercado coinciden en señalar que la producción argentina adolece de cierta "obsolescencia" en cuanto al producto ofrecido, especialmente en las manzanas rojas. Además, la corta campaña de comercialización; exportaciones cada vez más agresivas de Chile; la reconversión de la producción en la

CEE, y la mejora en las técnicas de conservación y manipuleo que tienden a achicar el mercado de contraacción, son algunos de los problemas a enfrentar más evidentes. En lo interno, la persistencia de tasas de interés real fuertemente positivas no contribuye a la realización de una reconversión de la producción, máxime considerando la importancia de los costos financieros en la producción de manzanas.

Es evidente que el mantenimiento de esta producción como fuente de divisas ha de exigir un esfuerzo conjunto de los productores y de las autoridades para mejorar la infraestructura; racionalizar el proceso de manipuleo y emprender la reconversión de la producción en favor de variedades que cuenten con un mayor mercado.

CUADRO 4
PRODUCCION COMUNITARIA DE MANZANAS

PAIS	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	% 87/86
Alemania	765	2.528	1.300	1.770	1.383	2.115	1.050	50
Francia	1.501	1.977	1.575	2.005	1.793	1.875	1.920	102
Italia	1.742	2.603	2.032	2.210	2.012	2.075	2.176	105
Belgica	131	263	200	225	216	262	241	92
Holanda	325	490	403	431	300	445	440	99
Luxemburgo	3	8	3	5	6	7	6	83
Reino Unido	232	363	312	347	301	312	320	103
Irlanda	7	9	8	10	9	8	9	107
Dinamarca	43	59	47	54	45	57	46	82
Grecia	337	265	308	304	267	306	295	96
España	1.063	860	1.013	969	1.004	828	940	114
Portugal	97	105	115	87	75	76	77	101
Manzanas	6.245	9.529	7.317	8.417	7.411	8.366	7.251	90

FUENTE: "Prognosfruit-Datebank

CITRICOS.

El mercado de cítricos resulta de interés creciente para los importadores argentinos y, aunque se habla muy poco sobre este tema, el hecho es que en muchos segmentos de este mercado las exportaciones argentinas son de importancia creciente.

Ante todo, es importante señalar que la CEE es fuertemente deficitaria en producción de cítricos. Evidentemente, una vez que se complete la incorporación plena de España a la CEE esta situación cambiará en forma importante, pero, a menos que se registren aumentos espectaculares en la producción española, es de esperar que la CEE continúe siendo un mercado de importancia en el comercio mundial de cítricos.

A los fines de los comentarios, desde la perspectiva argentina conviene enfocar cuatro segmentos de este mercado: naranjas dulces, mandarinas híbridas, limones y pomelos. Hay que aclarar que los cuatro productos anteriores distan mucho de cubrir la totalidad de los rubros de este mercado. Además, en este análisis se dejarán de lado las exportaciones españolas al resto de la CEE en algunos rubros es decir, se deja de lado al proveedor principal de este mercado para focalizar a los Países Terceros.

Hay que señalar además que la CEE tiene una serie de acuerdos preferenciales con países de la Cuenca Mediterránea. Estos países suman así una ventaja arancelaria a la ventaja de costo de transporte otorgada por su ubicación geográfica. Los grandes beneficiarios de estas preferencias en cítricos son Israel y Marruecos, al igual que otros proveedores como Malta y Chipre.

Con España y Portugal hay también un acuerdo especial que seguirá vigente cuando sea reemplazado por la puesta en marcha de los mecanismos de acceso en estos rubros.

Naranjas dulces (NIMEXE 0802-02 al 19)

Es un mercado en contracción, aunque de volúmenes importantes (más de 1.300.000 toneladas de 1986, contra 2 millones en 1974). En la parte de mercado que compite la posición de mercado del producto argentino ha evolucionado favorablemente. En 1980 abastecía un 1,5 % de este mercado (Nimexe 0802-13), unas 5.700 toneladas, siendo Sudáfrica y EE.UU. los abastecedores líderes, con el 39,5% y el 19,2% del mercado respectivamente.

El año pasado las exportaciones argentinas alcanzaron 38.300 toneladas, un 11% del mercado que continúa teniendo a Sudáfrica como líder (40%) seguido de Marruecos (17%). El cuarto proveedor es Brasil, con un tonelaje ligeramente inferior al argentino. Los Estados Unidos han desaparecido prácticamente de este mercado.

La baja en este mercado encontraría su explicación en las preferencias del consumidor, orientadas hoy hacia frutas más pequeñas de cáscara fácil de pelar.

Mandarinas híbridas (NIMEXE 0802.37)

En este mercado, en 1986 el abastecedor principal fue Israel (42,6%), con muy buenos precios promedio, seguidos de Brasil (13,8%), Uruguay (8,9%) y Argentina (8,3%) con 2.558 toneladas. Es importante destacar que, por ejemplo, a principios de esta década no se registraban exportaciones argentinas de este producto.

Limonos (NIMEXE 0802.50)

Se trata también de un mercado que ha tenido un cierto estancamiento en los últimos años. Chipre tuvo una posición de liderazgo en los últimos años (28,3% en 1986) y Argentina ocupó el Segundo lugar entre los proveedores extra-comunitarios, con 15.224 toneladas (22,6%) del mercado. En 1980 la Argentina tenía sólo un 1,7% de la importación proveniente de Países Terceros.

Pomelos (NEMEXE 0802.70)

Las exportaciones argentinas de pomelos a la CEE pasaron de 13.100 toneladas en 1980 (3% del mercado) a 28.354 en 1986 (7,8% del mercado). Además, el pomelo argentino alcanza valores relativamente elevados, especialmente el Ruby Red salteño, muy apreciado en el mercado francés. El liderazgo en el abastecimiento de pomelos lo tiene Israel (30,5% del mercado), aunque este país abastecía porcentajes mucho mayores hace algunos años (43% en 1980). Estados Unidos y Sudáfrica permanecen como abastecedores importantes en forma constante (poco más del 20% y alrededor del 11% respectivamente).

Se podrá mantener este crecimiento de las exportaciones de cítricos argentinos a la CEE?

En principio, este crecimiento de las exportaciones argentinas fue una combinación de capacidad empresarial y condiciones ecológicas casi óptimas en algunas regiones, lo que permite obtener un producto de calidad. La posibilidad de contar con un producto de alta calidad constituye un elemento básico de buena "performance" comercial en un mercado exigente como es el de la CEE.

Lamentablemente no contamos con un conocimiento profundo de estos mercados como para responder a la pregunta anterior, pero podríamos ver brevemente el punto de vista del país líder del mercado de cítricos -Israel- como para hacer algunas inferencias sobre la situación argentina.

La estrategia actual del Citrus Marketing Board of Israel (CMBI) que venden bajo la marca Jaffa, incluye un amplio despliegue de actividades, las más importantes de las cuales están dirigidas a la introducción en el mercado de nuevas variedades de cítricos de alto valor.²

La transparencia muestra la canasta de exportación de cítricos Jaffa en la temporada pasada y una proyección a 1991/92.

CUADRO 5
PROYECCIONES DE LA CANASTA CITRICA JAFFA

Variedades	1986/87		1991/92	
	DUNAM * en 000	Exportac. en 000 tn	DUNAM en 000	Metas de exportación en 000 tn
SHAMOITI	140,0	243	100	220
NAVELS	11,0	20	12	28
VALENCIA	60,0	109	45	100
WHITE GRAPEFRUIT	63,0	116	48	100
SUNRISE GRAPEFRUIT	9,0	14	15	56
YARDEN RED GRAPEFRUIT	1,5	3	2	7
SWEETIE	3,0	2	6	19
POMELO	4,0	3	5	8
RED POMELO	0,2	----	2	6
LENON	16,0	19	10	16
MINNEOLA	10,0	17	12	30
TEMPLE	6,0	4	3	4
TOPAZ	10,0	19	8	16
MURCOT	2,0	1	12	25
SUNTINA	0,7	----	20	50
VARIOUS	1,0	1	2	3
TOTAL	337,4	571	302	688

* Dunams = 1 hectárea

FUENTE: Kennan, Zvi. Future of exports of Israel to the EEC,
CIMO, Bruselas, 9 de octubre de 1987.

² Para el desarrollo de la estrategia israelí actual para la venta de cítricos, ver la intervención de Zvi Kennan, Future of Exports of Israel to the EEC en el Congreso de CIMO, Bruselas, 9 de octubre de 1987

El incremento de la producción de naranjas y clementinas por parte de otros países de la Cuenca Mediterránea -que en muchos casos tienen costos de producción más bajos que Israel- endureció la competencia y disminuyó los ingresos por exportaciones de los productores.

La proyección muestra una reasignación de naranjas Shamouti y Valencia y pomelo blanco hacia variedades de mayor valor comercial, como pomelo rojo, cítricos fáciles de pelar y exóticos. El área asignada a la producción de cítricos en Israel se va a reducir en un 10%, pero se espera que el tonelaje exportado se incremente en un 20% gracias a mayores rindes y mayor proporción de fruta de calidad exportable en la cosecha.

Algunos de los nuevos frutos ya están presentes en las exportaciones actuales, pero su impacto pleno no será evidente sino a principios de la próxima década.

En pomelo, el CMBI está trabajando para producir a principios de la temporada un pomelo blanco de alta calidad gustativa, para continuar luego el abastecimiento de un pomelo de alta calidad y de larga "vida en estante" (shelf-life) que podrá ser comercializado hasta julio.

En "easy peelers", el CMBI cree no contar por el momento con un producto adecuado, esto a pesar de que -como ya señalé- tienen un 42% del mercado de mandarinas híbridas! Sin embargo, prevén la aparición de un nuevo producto -la Suntina- que estará disponible en febrero del año próximo y podrá alcanzar exportaciones por 50.000 toneladas en 1992.

La expansión de la producción de limón en los países de la Cuenca Mediterránea ha creado condiciones de sobreoferta y de reducción de precios.

La idea en Israel parece ser la de concentrarse en la producción de limón de alta calidad y reasignar superficie para la producción de limas, que tienen un mercado más atractivo.

Se prevé también un desarrollo importante de los cítricos exóticos, a saber: pomelo (amarillo y rojo), Kinoto (Kumquat), limquat (kinoto con sabor a lima) y lima.

Del pantallazo anterior, creo que se desprenden una serie de conclusiones válidas para nuestras exportaciones de cítricos.

- 1. La competencia en el mercado comunitario ha de acentuarse en los próximos años. Es necesario lograr mejoras importantes en la logística de manipulación de los frutos, tanto en el interior del país como en los puertos, para mantener nuestras exportaciones competitivas. Cuando se sabe que, p.e., el limón tucumano debe venir hasta Buenos Aires en cajas sin palletizar en camiones cerealeros para recién ser palletizado aquí, hay evidentemente un gran margen para mejorar la eficiencia, especialmente si se tiene en cuenta que uno de los ramales ferroviarios más tradicionales del país pasa por Tucumán por el "corazón" de la zona de producción de limón.**
- 2. Si nuestro país no quiere quedar -en el mejor de los casos- como un productor-exportador de cítricos de bajo valor, habrá que estudiar cuidadosamente la estrategia de mercado de los proveedores líderes, especialmente de Israel y de España, para ver las posibilidades de adaptación de nuevos productos cítricos o exóticos para la producción en nuestro país.**

Por último, pero no por ello menos importante:

3. Parece imprescindible realizar un esfuerzo para asegurarse que los fondos disponibles para la investigación frutihortícola sean asignados hacia las áreas de mayor rentabilidad esperada. Es necesario -creo- una mayor coordinación de las tareas privadas y públicas en este sector, especialmente de las tareas del INTA y el INTI, y una mayor conexión de la investigación agronómica con las tendencias de mercado.

ESPARRAGOS

Me voy a referir muy brevemente a espárragos. Si bien durante mediados y fines de la década del '70 se registraron importaciones de espárragos de contraestación en la CEE, el desarrollo de este mercado como tal se lleva a cabo durante los años más recientes.

Argentina participa en forma importante en este desarrollo. En 1981, por ejemplo se registraron importaciones de 12 tn de espárragos de origen argentino a la CEE, 89 tn en 1982, 58 en 1983 y 118 tn en 1984, nivel alrededor del cual se vienen manteniendo desde entonces. El prestigio de los espárragos argentinos entre los consumidores europeos es muy alto.

De acuerdo con un estudio reciente realizado en el Convenio de Cooperación entre la SAGyP, el IICA, el PNUD y el BIRF, la producción y exportación de espárragos será expandida en nuestro país los próximos años. Gran parte de la producción irá a los mercados externos.

Si bien recientemente se ven nuevos competidores a la oferta argentina de espárrago en el mercado comunitario -como por ejemplo Lesotho, México, Zimbabwe e Israel, que se agregan a los exportadores tradicionales como Sudáfrica y Chile- todo parece indicar que el mercado dista de estar saturado y que las exportaciones argentinas seguirán manteniendo un espacio importante en el mercado comunitario.

A fin de mantener esta charla dentro del horario previsto, quisiera plantear algunas conclusiones.

CONCLUSIONES

Como señalé al tratar cada rubro, hay formas de mejorar sustancialmente las exportaciones argentinas al CEE y estimo que en esto hay líneas de acción, tanto para el sector privado como para el sector público.

Hay que subrayar que el mercado comunitario es altamente competitivo y para continuar siendo proveedores importantes en ciertos rubros o para revertir la involución que se detecta en otros será necesario emprender un esfuerzo importante para aumentar nuestra eficiencia en reducir costos y para encarar la reconversión hacia productos con mercados más atractivos.

En mis funciones en Europa me encuentro casi todo el tiempo con dificultades recurrentes. Los problemas con los envases de la fruta argentina y las deficiencias de logística de embarque -no hay muelles con aire acondicionado para expedir la fruta desde los puertos patagónicos ni un espigón de carga aérea con aire acondicionado en Ezeiza- están en la base de la mayor parte de las quejas que nos hacen llegar los importadores. Ambos temas deberían estar encabezando la lista de nuestras prioridades a resolver en el área frutihortícola.

La calidad de nuestros envases dista de alcanzar el nivel requerido por los mercados exigentes. A su vez, el tipo de envase influye marcadamente sobre la utilización del producto y consecuentemente, sobre el precio obtenido.

La fruta que viaja 15.000 km debe ser, no sólo de muy buena calidad sino que además debe llegar intacta. El envasado correcto, el palletizado y el mantenimiento de la cadena de frío adecuado son requisitos indispensables para conservar nuestra posición competitiva y deben constituir las áreas de trabajo prioritarias.

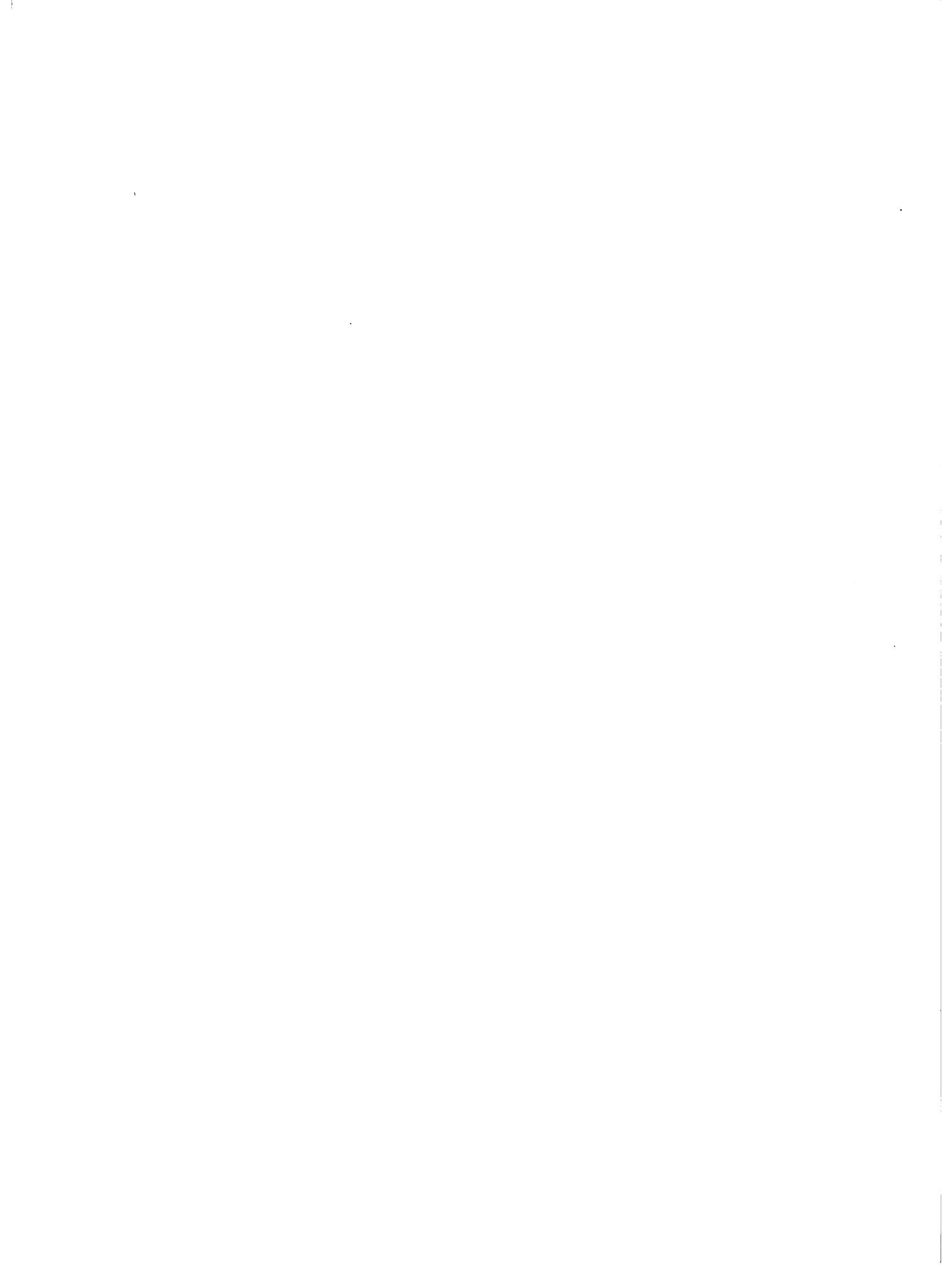
Quisiera finalizar lanzando a la discusión un mensaje optimista. El mercado comunitario es relativamente abierto al comercio internacional; además, los cambios en el consumo favorecen la demanda de frutas y verduras frescas, ya que en los países desarrollados se está cambiando la dieta tratando de disminuir el consumo de carnes rojas y grasas en favor de pescado y vegetales frescos. La ubicación geográfica de nuestro país presenta más ventajas que desventajas para constituirse en un proveedor de importancia en estos rubros, ya que mucha de nuestra producción se vendería en plena contraestación cuando se registran los mayores precios para las frutas y verduras frescas, especialmente ante las Fiestas Navideñas y Semana Santa.

Hay muchas oportunidades comerciales en rubros donde la presencia argentina es muy débil o inexistente: frutillas, frambuesas, melón, y miniaturas hortícolas son sólo algunos de los ejemplos concretos.

La desventaja comparativa de la distancia ha sido superada por otros proveedores que, como Nueva Zelandia, están más alejados de los mercados comunitarios que la Argentina. En muchos rubros es probable que los cambios que están ocurriendo en materia de transporte aéreo y desregulación de muchos servicios nos ayuden a superar el problema de distancia, pero el esfuerzo fundamental está en nuestras manos. No dudo que entre ustedes hay empresarios como para llevar adelante el desafío, como no dudo tampoco que los funcionarios sabremos apoyarlos donde sea necesario.

CAPITULO II

CAMBIOS EN LOS HABITOS DE CONSUMO



CAMBIOS PRODUCIDOS EN LOS MERCADOS FRUTIHORTICOLAS DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA.

*Sr. Boyd M. Buxton*¹

El rápido cambio de las condiciones económicas, demográficas y sociales que se ha producido en el mundo creó un estado de incertidumbre entre los productores, intermediarios, elaboradores y comerciantes de productos agrícolas que incluyen frutas y hortalizas. Muchas de las regiones de producción frutihortícola activa y potencial del mundo buscan las posibles oportunidades de comercializar estos productos en el exterior.

La expansión de los avances técnicos respecto de la producción y transporte en las áreas geográficas de competencia ha adquirido gran importancia y actualmente amenaza los sistemas de producción y comercialización tradicionales. Muchos países están considerando seriamente los cultivos frutihortícolas como alternativas para mitigar la opresión financiera que sufren los agricultores. Asimismo, algunos países observan la posible producción y exportación frutihortícola como un medio para mejorar su balanza comercial.

El interés mundial en productos frutihortícolas se ha incrementado por el consumo cada vez mayor de estos productos y el éxito obtenido por numerosos países en cuanto a su expansión en la producción y en las exportaciones; son los productores quienes enfrentan a aquellos que se ocupan de tomar las decisiones; se requerirá una comprensión más profunda de las condiciones cambiantes en los mercados frutihortícolas mundiales para obtener mejores decisiones.

Resulta complejo y fuera de los objetivos de este documento efectuar un análisis exhaustivo de los factores que afectan la producción, consumo y comercialización mundial. El presente documento trata algunos de los cambios que recientemente ha sufrido el mercado frutihortícola de los EE.UU. como así también algunos de los probables cambios futuros y las implicaciones posibles que dichos cambios puedan producir a los productores dentro del mercado interno e internacional.

Consumo de frutas y hortalizas

El consumo per cápita en los EE.UU. de los cultivos frutihortícolas más importantes, en base al peso de productos frescos, creció de 162,2 kg en 1972 a 185,2 kg en 1986 (Cuadro 1), lo que equivale a un in-

¹ Jefe Sector Frutícola, Servicio de Investigación Económica, Departamento de Agricultura de los Estados Unidos de América.

crecimiento promedio de 1,4 por ciento en frutas y de 0,7 por ciento en hortalizas. Sin embargo, estas tendencias no manifiestan algunos de los cambios dinámicos producidos en el consumo de estos productos.

Frutas no cítricas

El consumo per cápita en los EEUU de frutas no cítricas se ha incrementado en un 0,9 por ciento anual durante el período 1970-1986 (Cuadro 2). El incremento en el consumo de frutas frescas compensa la disminución en el consumo de fruta no cítrica enlatada. El consumo de frutas secas durante este período sufrió un pequeño incremento, mientras que el de jugos enlatados y frutas congeladas se mantuvo estable.

La industria frutícola de los EE.UU. continuará modificándose en los próximos años. Se espera que la producción frutícola supere el crecimiento de la población.²

Existirán menos establecimientos que se dediquen a los cultivos frutícolas, pero éstos contarán con mayor cantidad de hectáreas para el cultivo de diversas variedades de frutas.

Las perspectivas de los EE.UU. en cuanto a las manzanas puede resultar de particular interés a Argentina, ya que es la principal exportadora de jugo de manzanas a los EE.UU.

Los manzanos pequeños y medianos (dwarf y semi-dwarf apple trees) mejorarán los rendimientos; asimismo las nuevas plantaciones de manzanas Granny Smith en California y Washington aumentarán la producción de esta variedad en los próximos años. Los buenos márgenes de utilidad y las disposiciones impositivas que beneficiaron a quienes se dedicaron al cultivo de manzanas dieron como resultado una extensión en las hectáreas de este cultivo de manzana en Washington.

La producción de manzanas se duplicó ampliamente en Washington desde comienzos de 1970 hasta 1987. Se espera un incremento mayor en la producción para 1990. La demanda en cuanto a jugo de manzana ha aumentado en los últimos 14 años. De 1980 a 1986 la producción de jugo de manzana y sidra de los EE.UU. disminuyó en un 28%, pero las importaciones aumentaron de 193,5 millones a 1.035 millones de litros. En 1980, las importaciones equivalían aproximadamente a 20 por ciento de la producción de los EE.UU. pero dicho porcentaje ascendió a 64% en 1986.

Este brusco incremento en el consumo de jugo de manzana en EE.UU., se debe, en parte, a las heladas sufridas en Florida que redujeron notablemente la producción de jugo de naranja concentrado y congelado. El precio del jugo de naranja resultaba relativamente más elevado que el de manzana durante ese período. La mayor parte del incremento de las importaciones de jugo de manzana en los EE.UU. se debe a la comunidad europea, compartida con Argentina; dichas importaciones disminuyeron de aproximadamente 42% en 1980 a 15% en 1986. Las perspectivas en cuanto al consumo de jugo de manzana son un interrogante importante para los EE.UU.

El jugo de naranja puede recuperar parte del lugar perdido en el mercado americano, mientras se produce el restablecimiento de la industria de los cítricos en la próxima década luego de las heladas sufridas y mientras Brasil busca mercados exportadores para su producción en expansión. Asimismo, la producción de manzanas que se encontrará en expansión en la década del 90 reducirá la demanda de importación de jugos de esta fruta.

2 HUANG, Ben W. Cambios en la industria frutícola. Anuario de la situación y perspectiva de la fruticultura. Servicio de Investigación Económica, Departamento de Agricultura de los EE.UU. TFS-241. Julio de 1987

EE.UU.
Consumo de frutas y hortalizas
(Kg/hab/año)

Kilogramos

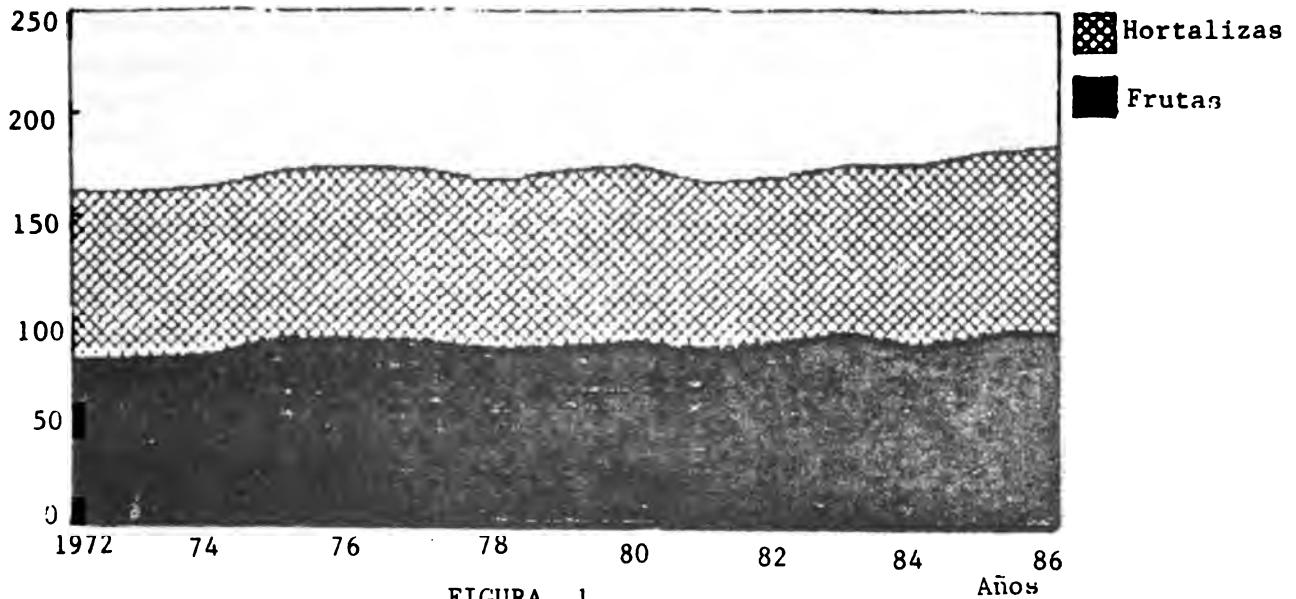


FIGURA 1

Equiv. en peso fresco

EE.UU.
Consumo de frutas no cítricas
(Kg/hab/año)

Kilogramos

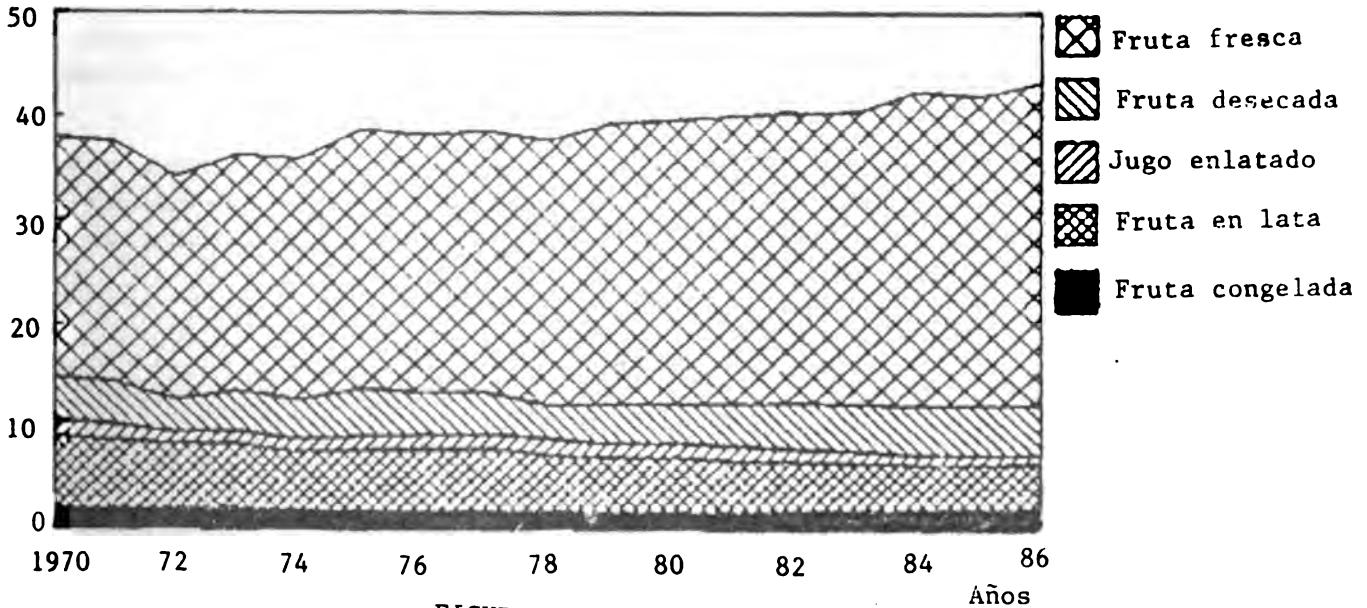


FIGURA 2

Equiv. en peso fresco

Frutas cítricas

El consumo per cápita de fruta cítrica en los EE.UU. se incrementó notablemente de 1970 a 1975, pero sufrió una disminución importante de 1975 a 1986 (Cuadro 3). El incremento desde 1970 se debió principalmente a una duplicación en el consumo de jugo congelado, en primer lugar, jugo de naranja concentrado y congelado (frozen concentrate orange juice - FCOJ-); gran parte del mismo es reconstituido y vendido como jugo refrigerado. El consumo per cápita de jugo envasado ha disminuido notablemente desde 1978 mientras que el de jugos frescos ha bajado levemente en el período 1970-1986.

La industria de los cítricos en los EE.UU. está resurgiendo actualmente luego de cuatro grandes heladas sufridas en Florida a comienzos de 1980 y de la pérdida casi total de las plantas de cítricos en la helada de 1983. Las perspectivas en cuanto a la total recuperación en la producción de cítricos y la expansión en niveles superiores a los alcanzados con anterioridad a las heladas se consideran probables. Las nuevas prácticas, entre las que se encuentran plantaciones mayores por hectárea, incrementará los rendimientos en los cítricos.

Asimismo, las nuevas plantaciones efectuadas en Florida están más al Sur que las afectadas por las heladas, lo cual disminuye la probabilidad de sufrir nuevos daños por heladas. La decisión de volver a plantar cítricos se está tomando en condiciones no del todo ciertas. Hasta fines de la década del 70, EE.UU. era un exportador importante de jugo de naranja concentrado y congelado. En la actualidad, las importaciones de EE.UU. principalmente las provenientes de Brasil, exceden notablemente las exportaciones. La competencia para los mercados mundiales de jugos de naranja concentrado y congelado aumenta, mientras EE.UU. se recupera de las heladas y Brasil continúa expandiendo su producción.

Hortalizas

El incremento en el consumo de hortalizas per cápita en EE.UU. se debió al aumento en el empleo de productos frescos y congelados (Cuadro 4). El consumo de hortalizas envasadas per cápita no se ha modificado en el período 1972-1986. Sin embargo, la mayoría de las hortalizas envasadas han perdido aceptación en los consumidores. Los tomates envasados han equilibrado la aceptación perdida por las demás hortalizas enlatadas. El brócoli y el coliflor fresco han demostrado el mayor incremento en el consumo dentro de las hortalizas principales. La producción de EE.UU. respecto de estos dos productos ha aumentado en un 8% anual aproximadamente durante los últimos 16 años.³

Parte de este incremento en la producción hortícola, ha ocurrido en áreas de cultivo no tradicionales. Estos reflejan, en parte, el crecimiento productivo de establecimientos agrícolas afectados por problemas financieros que normalmente producían sólo maíz, soja, tabaco y algunos otros productos importantes, y que buscaban otras alternativas con mayores beneficios económicos.

³ HAMM, Shannon Reid. "Production and use trends in The Fresh and Processing Vegetable Industry" Vegetable Situation and Outlook Report. TV8.242. Servicio de Investigación Económica, Departamento de Agricultura de EE.UU. Agosto 1987.

EE.UU
Consumo de frutas cítricas
(Kg/hab/año)

Kilogramos

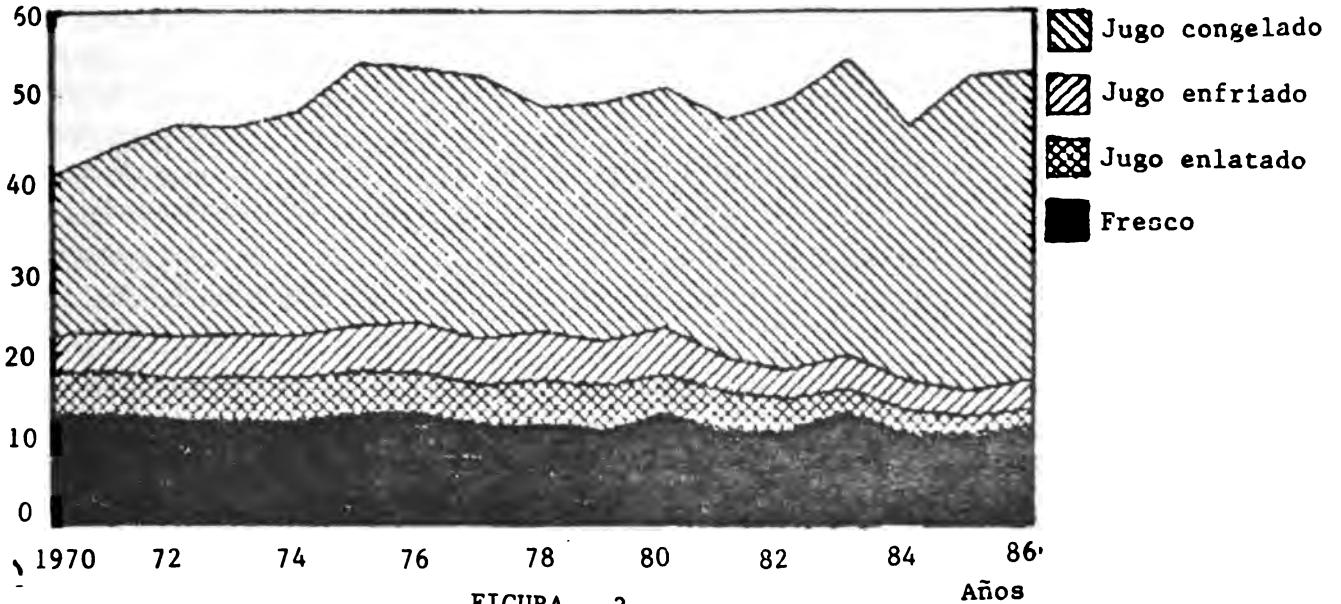


FIGURA 3

equiv. en peso fresco

EE.UU
Consumo de vegetales (Kg/hab/año)

Kilogramos

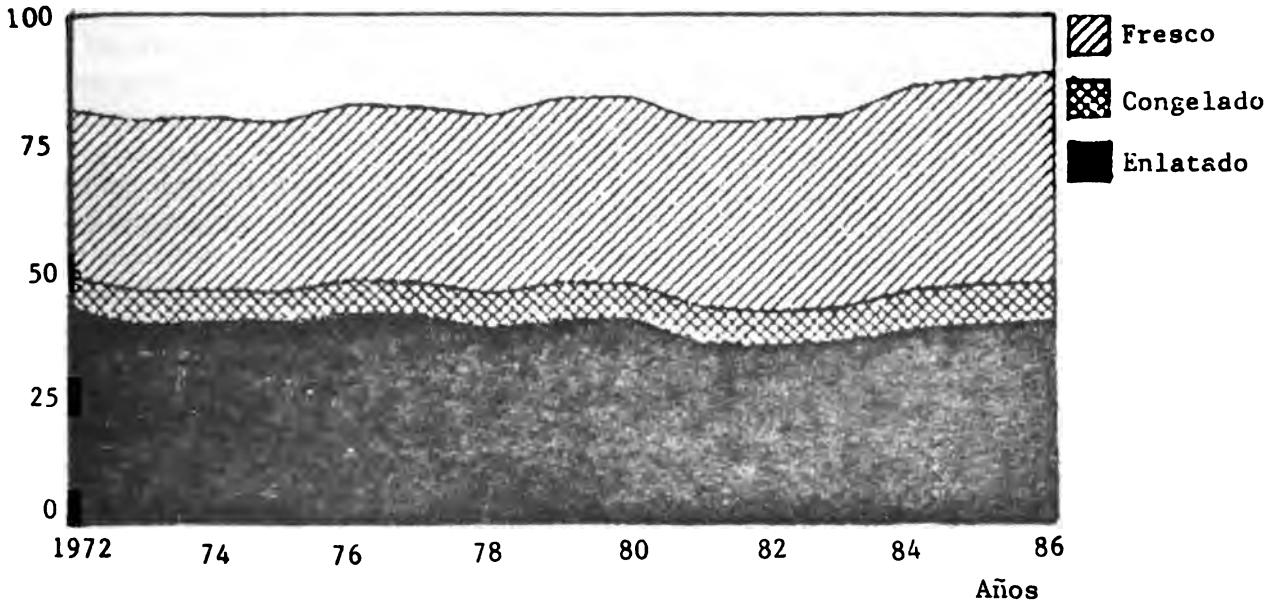


FIGURA 4

equiv. en peso fresco

Demandas esperadas para productos frutihortícolas

La demanda de productos frutihortícolas en EE.UU. depende de varios factores. Un estudio reciente identificó varios de esos factores, entre los que se encuentran: aumento de la población, ingresos disponibles por parte de los consumidores, distribución en cuanto a la edad de la población, zonas en las que se encuentran familias y raza.⁴ Dos de los factores más importantes que afectan la demanda futura son los cambios en la cantidad y en la edad de la población. Se prevé que el promedio de crecimiento de la población de 1980 al 2010 será inferior al 50% del crecimiento que se produjo durante el período 1950-1980.⁵ Se espera que la edad promedio de la población aumente de 30,6 años en 1982 a 36,3 años en el año 2000. Generalmente, cuanto más longevas es la población, mayor es el consumo de productos frutihortícolas.

Las varias implicaciones de los cambios previstos en cuanto a población, edad y otras características demográficas, hacen que los gastos de los consumidores para 1995 respecto de la alimentación total en EE.UU. (en moneda u\$s constante) aumenten un 29% respecto de los gastos de 1980.⁶

Esto refleja un aumento del 35,9% en gastos incurridos en concepto de alimentos fuera del hogar y un 23,9% en el hogar. Se espera que los gastos en productos frutihortícolas aumenten en una proporción considerable. Se prevé que en 1995 los gastos por consumo familiar excederán los niveles alcanzados en 1980 en un 25,3% para las frutas y en un 26,8% para las hortalizas, lo cual se compara con el 23,9% de la totalidad de los alimentos adquiridos para el consumo familiar. Se prevé un cambio constante hacia los productos frescos en relación a los elaborados tanto para frutas como para hortalizas.

Las proyecciones a largo plazo indican un crecimiento constante en el mercado para las frutas y las hortalizas. Para el año 2020 se estima que la alimentación americana en cuanto a los gastos por consumo familiar aumentarán en un 76,9% respecto de 1980 para frutas y en un 69,0% para las hortalizas. Se prevé que en el año 2020 la demanda de fruta fresca será superior en un 83,6% y la de fruta elaborada de 65,3% con respecto a la de 1980. Se proyecta que la demanda de hortalizas frescas será un 72,2% y la de hortalizas elaboradas un 61,6% superior que en 1980. En el estudio efectuado en 1984 se encuentra un análisis más detallado de los gastos familiares en cuanto a productos frutihortícolas.⁷

El vuelco hacia las frutas y hortalizas frescas es un factor importante para determinar quiénes producirán estos productos para los mercados americanos. Los factores que provocan ese cambio se agrupan en dos categorías: tecnológicos y características y preferencias de los consumidores.

Cambios tecnológicos

El incremento en el consumo per cápita de frutas no cítricas y hortalizas frescas ha impactado las pautas de producción y las fluctuaciones comerciales; tiene, asimismo, implicaciones significativas para los agricultores tanto en el orden interno como internacional. Las mejoras en los sistemas de transporte, que incluye, entre otras, su conservación en envases apropiados, mantenimiento en lugares precisos y refrigeración, han hecho posible la expansión de las áreas de producción potenciales para productos frutihortícolas

4 BLAYLOCK, James R. and David M. Smallwood. U.S. Demand for Food: Household Expenditures, Demographics, and Projections. Technical Bulletin number 1713. Servicio de Investigación Económica, Departamento de Agricultura de EE.UU. Febrero 1986.

5 Proyecciones efectuadas por el Departamento de Censos.

6 Se considera un probable aumento en la población y un aumento en el ingreso del consumidor del 2% (ver tabla 39 de Blaylock and Smallwood).

7 SMALLWOOD, David M. and James R. Blaylock. Household Expenditures for Fruits, Vegetables, and Potatoes. Servicio de Investigación Económica, Departamento de Agricultura de EE.UU. Boletín Técnico Nro. 1680. Mayo 1984.

frescos. Con la actual tecnología relacionada con el transporte, los productores que se encuentran en diferentes zonas climáticas tienen la posibilidad de distribuir sus productos frescos en mercados distantes.

Pueden ofrecerse a los consumidores productos frescos que hasta ese momento no se habían podido obtener en esa zona. Gran variedad de productos se encuentran a la venta durante todo el año o la mayor parte de éste.

Es probable que la preferencia de los consumidores hacia los productos frescos haya existido siempre, pero ésto no pudo ponerse de manifiesto hasta que se desarrolló un óptimo sistema de transporte. El hecho de que puedan adquirirse frutas frescas durante gran parte del año ha disminuido el consumo de frutas envasadas. Asimismo, se espera el incremento en el consumo de hortalizas frescas y congeladas y la disminución en la demanda de verduras envasadas, con una tendencia básica hacia los productos frescos.

Desde el punto de vista económico, diversos factores establecerían si un país determinado podría entrar y competir con éxito en el mercado frutihortícola de EE.UU. El primer factor radica en el hecho de si la estación climática y de crecimiento en un país brinda las oportunidades originales para producir y vender un producto en el mercado americano. El segundo factor establece que si un país no brinda esas oportunidades puede ser competencia directa de otras áreas de producción.

El consumidor americano

Entre las características que destacan al consumidor americano se encuentran las siguientes: ha respondido a la disponibilidad cada vez mayor de mercadería fresca, está tomando conciencia de los beneficios que proporcionan las frutas y verduras para su salud, adoptándolos a dietas para control de peso, disminución del riesgo de cáncer y de enfermedades cardíacas. La Sociedad Americana de Lucha contra el Cáncer (American Cancer Society) ha implementado un programa en algunos supermercados de la zona oeste de EE.UU. para promover el empleo de productos frutihortícolas frescos. De acuerdo a ese programa, los voluntarios asociados a esa entidad de lucha contra el cáncer asisten personalmente a los establecimientos para distribuir la literatura relacionada a nutrición y salud y para discutir con los compradores los beneficios de incluir frutas y verduras en sus dietas.

Tanto la promoción industrial como la información del consumidor son aspectos importantes dentro de los mercados americanos y han contribuido a cambiar la imagen de los productos frescos. Además de las publicidades de radio, televisión y diarios, se entregan generalmente a los comerciantes minoristas displays e información orientada al consumidor sobre temas tales como nutrición, maduración de la fruta y preparación de la misma en platos de cocina. Gran parte del presupuesto empleado para la publicidad de los productos frutihortícolas se obtiene de contribuciones del productor a través de órdenes de compra.

El éxito de este y otros programas se refleja en los cambios de los mercados frutihortícolas. Cada vez más restaurantes y locales de venta de alimentos ofrecen sus ensaladas a su público. Aún las cadenas de comercios de productos de rápida preparación ofrecen sus propias ensaladas. Algunos supermercados actualmente tienen mostradores donde los consumidores preparan sus ensaladas y las compran por peso. La industria americana del servicio de Alimentación (Food Service) está en crecimiento y provee con frutas y verduras frescas a instituciones tales como hospitales, hogares infantiles y restaurantes.

Estos cambios producen modificaciones en la industria y en la medida en que ellos ocurren, las empresas gastronómicas y los comerciantes minoristas dan mayor énfasis a la provisión segura y continua de productos de alta calidad. La calidad ha adquirido una nueva dimensión y juega un rol más importante en

los mercados actuales que en los de otras épocas. El énfasis en cuanto a tiempo y calidad ha hecho presión para lograr una mayor coordinación y control de la totalidad de la cadena de producción y comercialización.

Los productores e intermediarios que no desempeñan una labor eficiente en sus tareas encuentran dificultades para comercializar sus productos. Ha pasado el momento en que los productores independientes, que producen frutas y hortalizas dentro de sus propios plazos y de una calidad promedio pueden encontrar un mercado para ello. Para destacar los aspectos de tiempo y calidad, una investigación reciente indicó que 9 de cada 10 compradores eligen los despachos de frutas y verduras en los cuales compran productos frescos. El aspecto y la calidad en los productos frescos han demostrado ser más importantes que los precios para estos compradores.

El aumento de la publicidad y la comercialización de productos frutihortícolas reconoce la diversidad étnica de la población americana. Se ha provisto mercadería, y se seguirá haciendo en el futuro, que satisfice los gustos de japoneses, chinos, latinoamericanos y otros grupos étnicos que viven en los EE.UU. aunque algunos de estos mercados pueden ser limitados muchas frutas y hortalizas exóticas encuentran un lugar en EE.UU. La lechuga de tipo Boy Choy y el repollo NAPA son ejemplos de productos nuevos que ya son parte del mercado americano.

Una investigación reciente en la que se requirió un muestreo de consumidores americanos dio como resultado características importantes en cuanto al criterio de selección de frutas frescas por parte de esos consumidores (Cuadro 1). Encabezando la lista se encontraban las siguientes prioridades: productos frescos y maduros, gusto y sabor de los productos y limpieza de los mismos. Luego seguía aspecto y precio. Finalizando la lista se encontraban: valor nutritivo, tamaño, productos de fácil empleo y productos de estación. Las características de menor importancia fueron las calorías, contenido, región de cultivo y marca.

CUADRO 1
IMPORTANCIA EN LA SELECCION DE LAS CARACTERISTICAS DE
PRODUCTOS FRESCOS EN UN MUESTREO DE CONSUMIDORES AMERICANOS

	Respuestas Promedio (*)
Productos frescos (maduros)	4.4
Sabor	4.4
Limpieza	4.4
Apariencia del producto	3.9
Precio	3.9
Valor nutritivo	3.6
Fácil empleo	3.3
Productos de estación	3.2
Calorías	2.7
Región de cultivo (país de origen)	2.4
Marca	2.2

(*) 5: muy importante 1: poco importante

FUENTE: The Packer. Fresh Trends 1987- A profile of Fresh Produce Consumers. Shopping for fresh produce; preferences, influences, and attitudes. Conducted for the "Packer by Market Facts, Inc." and "Vance Research Service," 1987.

Estos resultados demuestran que la marca que indica el país de origen es de poca importancia para los consumidores americanos, destacándose la frescura, sabor, aspecto y precio de los productos. Asimismo, indica que la competencia debe extenderse más allá del precio justo.

El hecho de proveer frutas y hortalizas de alta calidad durante todo el año tiene otras implicaciones para los productores. Muchos compradores prefieren eliminar el riesgo de posibles faltas de productos o de productos de baja calidad diversificando las fuentes de provisión, lo cual crea oportunidades para algunas áreas en cuanto a la venta en un mercado particular que de otra forma no hubiese existido.

Normas del Gobierno

En los Estados Unidos las frutas y hortalizas son los menos reglados de los productos agrícolas. No existen programas de mantenimiento de precio directo, como existen para el tabaco, el azúcar, trigo, algodón y otros productos. Esto significa que las frutas y hortalizas no están protegidas por contribuciones que eviten la interferencia de las exportaciones en los programas de mantenimiento de precios internos. Las normas para las importaciones en EE.UU pueden resumirse en cuatro títulos: tarifas, órdenes de compras, control de pestes y enfermedades y seguridad y calidad del producto.

En virtud de lo establecido por la Ley que entiende en materia de Tarifas sancionada en 1930 y sus posteriores modificaciones, los impuestos a las importaciones se aplican a una cierta cantidad de productos frutihortícolas. Las tasas impositivas son publicadas en forma periódica por la Comisión de Comercio Internacional de EE.UU (United States International Trade Commission).⁸

Las órdenes de compra para frutas, hortalizas y nueces eran autorizadas por la Ley de Acuerdo Comercial en productos agrícolas sancionada en 1937 (Agricultural Marketing Act of 1937). En 1987 existían 47 órdenes de compra federales en vigencia para frutas, hortalizas y ciertos cereales. En 1980, aproximadamente la mitad de las frutas y nueces y el 15 por ciento de las hortalizas de EE.UU. medidos en términos de valores, estaban cubiertos por estas órdenes de compra.⁹

Se han emprendido tres grandes categorías de actividades en virtud de las órdenes de compra para frutas y hortalizas, que son:

1. control de calidad para establecer tamaño y peso mínimo y promedios de maduración;
2. control de cantidad a través de normas de manejo de volumen que encierra distribuciones al productor, a los mercados y/o fondos de reserva; y normas de fluctuación comercial que encierran prorrates entre intermediarios y períodos de descanso de los transportadores; y
3. apoyo comercial que encierra entre otras cosas, tamaños de envases, contribuciones para promoción e investigación y normas que prohíben las prácticas comerciales deshonestas.

⁸ Para mayor información sobre las listas de tarifas dirigirse a: United States Custom Service, Classification and value division entry Branch, 1301 Constitution Avenue, N.W. Washington, D.C. 20220.

⁹ Servicio de Comercialización Agrícola. "A review of Federal Marketing Orders for fruits, vegetables and Specialty Crops. Economic Efficiency and Well fare Implications". Agricultural Economics Report número 477, 1981.

La mayor parte de las órdenes tienen normas de control de calidad y de apoyo comercial y la mitad de las mismas tienen normas de control de cantidad. Las mercaderías importadas están sujetas a los mismos niveles y normas que las importadas en virtud de la mayoría de las órdenes de compra.¹⁰

La ley que entiende en materia de aditivos artificiales en alimentos (Food Drug and Cosmetic Act) exige que todos los productos alimenticios importados se adecuen a las normas americanas; encierra alimentos adulterados y con errores de clasificación, y aprobación de aditivos.¹¹

Las plantas y los productos vegetales pueden ser prohibidos o restringidos en virtud de la ley de Cuarentena Vegetal (Plant Quarantine Act). Si las plantas se ven afectadas por enfermedades o pestes para las que no existe tratamiento, el producto puede prohibirse. Se puede permitir el ingreso de importaciones restringidas sólo cuando las mismas estén sujetas a tratamiento o inspección.¹²

Debido a que los mercados para la fruta fresca y procesada son cada vez más amplios a nivel internacional, existen numerosas prácticas y normas en los países comerciantes. Las industrias frutihortícolas americanas reúnen varias de ellas y ponen su interés en las políticas futuras y en las formas en que pueden competir en un mercado que se encuentra en constante cambio.

Competencia entre los productores americanos

Las importaciones frutícolas se incrementaron de menos de u\$s 400 millones en 1975 a u\$s 1.500 millones en 1986.¹³

El aumento de las importaciones junto con la disminución de las exportaciones dio un resultado negativo en la balanza comercial americana en cuanto a los productos frutícolas a comienzos de 1984.

De igual forma, las importaciones hortícolas aumentaron de menos de u\$s 600 millones en 1975 a u\$s 1.600 millones en 1986. La balanza comercial en cuanto a los productos hortícolas dio un giro negativo a comienzos de 1985. Gran parte de las importaciones frutihortícolas son de América del Sur y México.

Estas tendencias son una preocupación importante para la industria frutihortícola americana, tanto de frutas y hortalizas frescas como elaboradas. La situación crea incertidumbres sustanciales para los agricultores y empresas procesadoras, ya que muchas de las importaciones mencionadas arriba corresponden a productos producidos en EE.UU.¹⁴

Un factor fundamental en el panorama comercial es el cambio en el valor del dólar estadounidense respecto de las monedas de los países importadores y exportadores. Las importaciones se han elevado desde 1978 ya que el valor del dólar estadounidense comenzó a aumentar respecto de las monedas de los principales países importadores, entre ellos, México, Brasil, Argentina y Chile.¹⁵

Varios factores afectan la posición de competencia comercial. Los salarios son sustancialmente bajos en muchos de los países competidores. La Ley de Inmigración, que se está implementando actualmen-

¹⁰ Para mayor información diríjase a: Fruit and Vegetable Division, Agricultural Marketing Service, U.S. Department of Agriculture, Washington D.C. 20250.

¹¹ Para mayor información diríjase a: Department of Health and Human Services, Food and Drug Administration, Division of Field Regulatory Guidance, Field Compliance Branch, Import, 200 C Street, S.W., Washington, AC20204.

¹² Para mayor información diríjase a: Director, National Program Planning, Staff Plant Protection and Quarantine Programs, Animal and Center Building, Hyattsville, Maryland 20782.

¹³ US Government Accounting Office, "Agricultural Trade: Trends in Imports of Fruits, Vegetables and other Agricultural Products", RCEA-87-177 Fa. Septiembre 1987.

¹⁴ Importaciones de bananas en las que no existe competencia comercial, no están incluidas en el valor de la fruta importada.

¹⁵ KRISOFF, Barry. Bursting The Dollar's Balloon: Its Impact on U.S. Agricultural Trade. National Food Review, Servicio de Investigación económica, Otoño 1987, pag. 11-14.

te, puede obligar el aumento de salarios en EE.UU. y resulta una desventaja salarial aún mayor para los agricultores y las empresas procesadoras americanas. Los costos de la tierra son altos en varias de las regiones de producción americana. El empleo de pesticidas está muy controlado y la lista de productos químicos restringidos o prohibidos se incrementa día a día debido a los problemas del medio ambiente y de la salud. Varios de los productos químicos utilizados en la producción pueden dejar de obtenerse en el futuro, lo que aumentará los costos y/o reducirán las cantidades. Ambos podrían tener un efecto adverso en la industria americana. Los agricultores y las empresas procesadoras se verán afectados si los países extranjeros obtienen una ventaja sobre EE.UU. debido a los productos químicos que se encuentran prohibidos en este país y que están permitidos en países extranjeros. Finalmente, los subsidios en producción, procesamiento, transporte u otras áreas efectuados por otros países que vuelcan la ventaja competitiva a su favor resultará un aspecto de preocupación para los agricultores y las empresas procesadoras americanas.

Cantidad y tamaño de las empresas

El sistema comercial americano para los productos frutihortícolas es complejo. Encierra numerosas empresas dispersas que realizan gran variedad de funciones. En 1982 existían más de 123.000 fincas frutihortícolas y 69.000 fincas hortícolas, declaradas en el censo agrícola (Cuadro 2). En 1984 aproximadamente el 9% de los productos frutihortícolas fue comercializado por 394 cooperativas agrícolas.¹⁶

Un gran número de empresas mayoristas procesa y comercializan los productos a comerciantes minoristas. En 1982 existían 5.598 empresas mayoristas que se dedicaban a la comercialización de frutas y hortalizas frescas y 2.586 que comercializaban productos congelados en EE.UU.¹⁷

En el mismo año existían 514 empresas (716 establecimientos) que envasaban productos frutihortícolas, 119 empresas (148 establecimientos) que deshidrataban frutas, hortalizas y sojas, y 195 empresas (264 establecimientos) que congelaban frutas y hortalizas. Existían más de 80.000 empresas que se dedicaban a la conservación de alimentos con más de 126.000 distribuidores minoristas en 1982 y 2.787 mercados de hortalizas y establecimientos especializados en conservación de frutas. La mayoría de los productos frutihortícolas americanos se comercializa en supermercados.

Los datos también indican una amplia distribución de las dimensiones de las empresas. Por ejemplo, sólo el 13% de las fincas que se dedican al cultivo de manzanas serían más de 25 acres y producían el 85% de la cosecha de manzana en 1982. En igual forma, el 24% de las 24.982 fincas que se dedican al cultivo de uvas serían más de 25 acres de viñedos y producían el 92% de la cosecha de uvas americana. Generalmente, las cuatro grandes empresas que envasan, congelan y deshidratan productos frutihortícolas cuentan con aproximadamente 35 a 45 por ciento del valor total procesado (Cuadro 3). Las 50 empresas más grandes cuentan con más del 90 por ciento.

¹⁶ Agricultural Cooperative Service, Former Cooperatives Statistics, 1984. Service Report Number 15, U.S. Departamento de Agricultura de EE.UU.
¹⁷ Departamento de Comercio de EE.UU. Censo de información de empresas mayoristas.

Canales de comercialización para frutas y hortalizas

El Cuadro 4 ilustra los principales canales de comercialización americanos para frutas y hortalizas. En dicho esquema se ilustra el porcentaje estimado del valor total y del valor dólar que oscilaba en cada canal para 1980.¹⁸

En ese año el 61% del valor dólar se inclinó hacia supermercados y otros mercados minoristas desde los mercados terminales (33%) y grupos de mayoristas-minoristas integrados (28%).

El sector del Servicio de Alimentos recibió el 19% de las organizaciones de mayoristas quienes, a su vez, compraron productos de los receptores del mercado terminal. Con excepción de un pequeño monto vendido en mercados agrícolas, las empresas comerciales de punta de transporte vendieron el 31% del valor dólar de la totalidad de los productos frutihortícolas a grupos de mayoristas-minoristas integrados y el 52% a los mercados terminales.

CONCLUSIONES

Los productos frutihortícolas constituyen un mercado en crecimiento en EE.UU. debido al aumento de la población y a un cambio en las preferencias del consumidor. Los cambios más importantes en los mercados frutihortícolas incluyen una inclinación hacia las frutas frescas y un aumento en el consumo de hortalizas y jugos de frutas, en especial jugo de naranja concentrado y congelado.

Las mejoras en cuanto a transporte y las preferencias de los productos frescos han abierto muchas oportunidades en el mercado americano, tanto para los productos nuevos como para los productos frescos, especialmente durante las estaciones en que éstos no pueden obtenerse.

Las empresas competidoras en estos mercados en crecimiento tanto nacionales como extranjeras, enfrentarán una industria con mayores demandas en cuanto a tiempo y calidad, ya que los consumidores responden ante una mayor variedad de productos de alta calidad que pueden conseguirse durante prácticamente todo el año. La competencia para estos mercados radica en varios factores, de los cuales no es prioridad el precio.

Muchas normas y políticas existentes entre las empresas comerciales americanas llegarán a ser controvertidas en la medida en que el carácter internacional de los mercados aumente cada vez más.

¹⁸ McLaughlin, Edward W. and Thomas R. Pierson. The Fresh Fruit and Vegetable marketing System: A Research Summary. Departamento de Economía Agrícola, Universidad del Estado de Michigan. Documento del grupo de Economía Agrícola Nro.83-44. Agosto, 1983.

CUADRO 2
 NUMERO ESTIMADO DE EMPRESAS QUE SE DEDICAN
 A LA INDUSTRIA FRUTIHORTICOLA EN EE.UU. EN 1982

Empresa e Item	Nro. de Firmas (Estableci- mientos)
Establecimientos agrícolas	
Frutas y nueces	123.663
Hortalizas	69.109
Empresas mayoristas	
Frutas frescas y hortalizas	5.598
Alimentos congelados	2.586
Empresas procesadoras	
Frutas y hortalizas envasadas	514 (716)
Frutas y hortalizas deshidratadas	119 (148)
Frutas y hortalizas congeladas	195 (364)
Empresas minoristas	
Conservadoras de frutas y Mercados de hortalizas	81.478 (126.484) 2.787 (2.943)

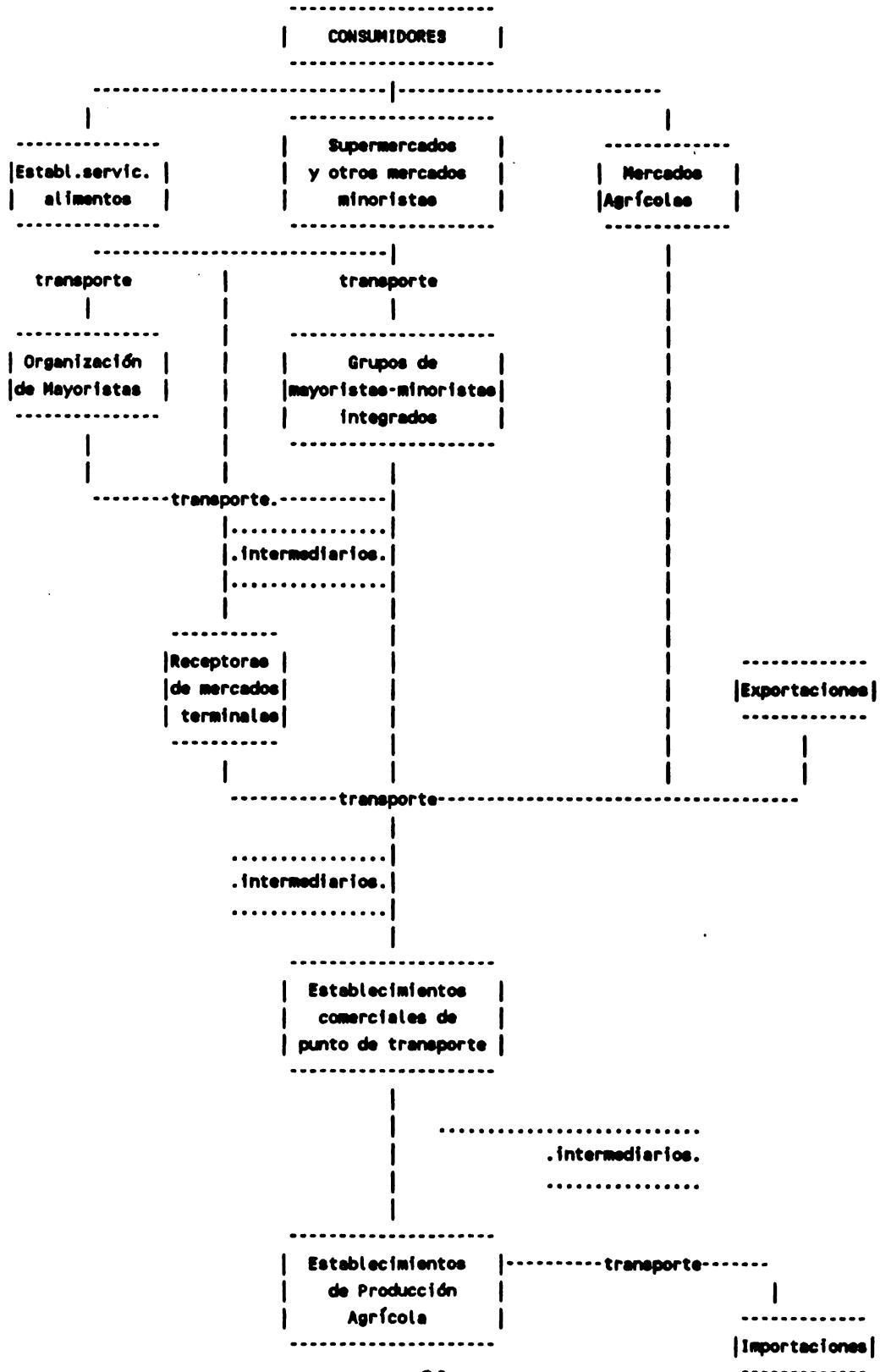
Fuente: Publicación del Departamento de Comercio de EE.UU. Censo Agrícola de 1982; Censo de Industrias 1982 y Censo de Empresas Mayoristas.

CUADRO 3
 RADIOS DE CONCENTRACION DE LOS ESTABLECIMIENTOS
 PROCESADORES DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS EN 1982

Tipo de Establecimiento Procesador	4	8	20	50
	Empresas de mayor envergadura (Porcentaje del valor total)			
- Congelados				
Frutas, jugos, bebidas, cocktails.	40	51	73	95
Hortalizas	36	53	78	98
- Frutas y Hortalizas disecadas y deshidratadas.				
	48	65	89	99 +
- Envasados				
Frutas, excepto alimentos para bebés.	44	57	81	96
Hortalizas.	35	49	72	91
Extractos de hortalizas.	73	82	96	100
Jugo de frutas, nectares y concentrados.	33	49	76	96

FUENTE: Departamento de Comercio de EE.UU. Censo de Producción de 1987.

CUADRO 4
 SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTINORTICOLAS
 EN ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA EN 1980



CAMBIOS EN LOS HABITOS DE CONSUMO Y EL SISTEMA DE DISTRIBUCION EN LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA Y EN LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA.

*Dr. D. Link*¹

1. CONSUMO PER CAPITA

El consumo per cápita en promedio de tres años en la CEE (productos procesados y autoabastecimiento incluido), alcanzó su volumen más alto en hortalizas con 106 kg/per cápita. En frutas, el consumo per cápita era en promedio 90 kg, del cual aproximadamente 28 kg eran cítricos y dos tercios o 62 kg frutas no cítricas.

Sin embargo, existen diferencias grandes en el consumo de un país a otro. Así, la República Federal de Alemania tiene respecto a frutas no cítricas, con 84kg/per cápita, el consumo más alto en la CEE. Pero hay que tomar en cuenta que un tercio corresponde al autoabastecimiento que es relativamente alto en este país.

En cítricos, el consumo en Alemania corresponde al promedio de la CEE superado por los países productores de cítricos Grecia e Italia pero también por los Países Bajos. Las cifras en cuanto a los Países Bajos son dudosas. Probablemente, por las altas reexportaciones de ese país especialmente a Alemania, una parte no está registrada pero es consumida en Alemania. Respecto a hortalizas, las diferencias en el consumo entre los países son aún más marcadas que en frutas. Alemania está con un consumo de 69 kg per cápita, uno de los países con consumo más bajo, solamente en Dinamarca se consume menos. Los países con el consumo más alto, sin los del Mediterráneo, Grecia está con 180 kg/per cápita en primer lugar, seguida por Italia.

Una causa importante para el alto consumo en los países Mediterráneos es el invierno más templado que en los países más al norte, que permite la continuación de la producción de productos menos exigentes en cuanto a la temperatura durante todo o gran parte del invierno está limitado a un surtido reducido de productos básicos almacenados.

Sin embargo, crecientes volúmenes de productos frescos son suministrados por países con clima más favorable, a precios respectivamente más altos.

¹ Miembro del Departamento de Frutas y Hortalizas del Ministerio de Alimentación, Agricultura y Bosques. Bonn - República Federal de Alemania.

Respecto a productos con más altos requerimientos en cuanto a la temperatura, como pepinos, tomates y pimientos, hay límites en la producción en invierno, también en los países de la CEE del Mediterráneo. Se pueden producir solamente en zonas con temperaturas más altas, bajo plástico y muchas veces no durante todo el invierno. Ciertos productos, como melones o judías de ningún modo se pueden producir en invierno en la CEE por lo tanto, son abastecidos de países fuera de la CEE. Por estos productos existe, también en los países mediterráneos de la CEE, una creciente demanda fuera de la estación que es cubierta con productos importados.

CUADRO 1
CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS EN LOS PAISES DE LA CEE (1)
Kg/Cepita 1982/83 1984/85

	Frutas otras que cítricas	Frutas Cítricas	Frutas Total	Hortalizas
Alemania R.F.	84	27	111	69
Francia	54	20	74	117
Italia	71	36	107	171
Países Bajos	62	85	147	92
Bélgica/Luxemburgo	53	19	72	80
Reino Unido	38	14	52	83
Irlanda	30	14	44	82
Dinamarca	37	9	46	60
Grecia	76	54	130	180
CEE/10	62	28	90	109
España	66	22	88	152
Portugal	39	14	53	106

(1) Productos procesados en equivalente peso fresco y autoabastecimiento incluido.

2. CONSUMO POR TIPO DE PRODUCTO

El consumo por tipo de producto de frutas y hortalizas en la República Federal de Alemania es de frutas de 32 kg/per cápita o 40% de manzanas, seguido por bananas, ciruelas, peras y uvas. De cítricos, naranjas y mandarinas, especialmente clementinas, son, con casi 90%, los productos más importantes. Respecto a hortalizas, no se destaca un producto como en frutas; sin embargo, con casi 20% el tomate es el producto más importante seguido por el repollo, pepino y zanahoria/remolacha (Cuadro 3).

Respecto a los productos procesados, ello se puede estimar en equivalentes del producto fresco y un 30% en cuanto a frutas no cítricas, un 50% en cuanto a cítricos y un 18% en cuanto a hortalizas. El alto porcentaje de productos procesados de cítricos, consiste principalmente en jugos.

Respecto al autoabastecimiento, es con el 22%, relativamente alto en frutas, pues muchas familias tienen jardines con árboles frutales; en hortalizas es el 9%; los cítricos, no crecen en Alemania.

3. DESARROLLO DEL CONSUMO.

En cuanto al desarrollo del consumo de frutas y hortalizas en la República Federal de Alemania, se puede constatar que hay variaciones anuales considerables a raíz de fluctuaciones en la cosecha, especialmente en frutas que no son compensadas totalmente por las importaciones. Por lo tanto, cambios en las tendencias en el consumo no se reconoce claramente a corto plazo.

En frutas hay indicadores que después de poco incremento durante la década 70-80 en los años pasados, se experimentó por lo menos una stagnación y probablemente un retroceso. En hortalizas, el aumento del consumo continuó.

El consumo de frutas no cítricas y cítricas creció desde 1955 hasta 1975 en un 50% y desde este año está bajando lentamente. En hortalizas hay un desarrollo parecido; el crecimiento solamente terminó alrededor de 1980, y no está claro si hay stagnación o retroceso.

Esto es sorprendente, pues se ha experimentado un aumento considerable en el ingreso en la década 1970-1980, en promedio de 3% por año y desde 1980 de algo menos de uno por ciento por año a precios constantes (Cuadro 2).

También durante este período, la parte de los gastos de los consumidores para alimentos, bebidas y tabaco, bajó de 30% a 23% (Cuadro 3). Así, el volumen de consumo depende en cuanto a frutas hoy en día en menor grado, del ingreso y sí de otros factores.

En manzanas se observó que hay productos que las pueden substituir en ciertas situaciones de consumo y que son comercializadas con fuerte promoción de ventas, bajando su consumo. Estos son principalmente "snack food", como chips, nueces, y dulces que se comen en vez de frutas en la tarde mirando televisión. También el mercado de postres, especialmente de leche, ha incrementado el surtido de productos con un aumento considerable en las ventas y ha substituído en parte el consumo de frutas.

Aunque hay stagnación en el volumen de consumo total de frutas, hay cambios considerables dentro del surtido de productos. Por ejemplo, por una promoción de ventas intensivas para bananas, el consumo logrará este año probablemente un record. También en el consumo de productos tropicales, para los cuales los requisitos en cuanto al manejo y transporte se mejoraron con relación a los años pasados considerablemente, se observa un crecimiento importante del consumo.

Además hay un incremento en el consumo de productos fuera de la temporada tradicional, de los cuales, manzanas, peras y uvas son los más importantes, pero también los de menos importancia, como melocotones, ciruelas, espárrago, etc. Aunque no tengo datos disponibles, pero todo lo indica, los consumidores están gastando más en frutas y hortalizas, comprando nuevos productos y los productos tradicionales fuera de la temporada a precios más altos. La disposición de gastar más en frutas y hortalizas se observa también en cuanto a la calidad del producto que gana creciente importancia en relación al precio.

4. CAMBIOS EN EL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN

Finalmente, deseo dedicar algunas palabras a los cambios en el sistema de distribución de alimentos. El desarrollo económico, especialmente el incremento del ingreso de los consumidores, resulta en un aumento de los volúmenes de mercadería distribuida y un aumento de los costos de mano de obra. Este desarrollo permite y necesita economías de escala en la producción y distribución por concentración de las actividades a un decreciente número de empresas, en cuanto a la distribución además por integración o afiliación de las empresas comerciales.

Este desarrollo tiene lugar en casi todos los países y está muy avanzado en Alemania, donde en ciertos productos una empresa distribuye un 40% del abastecimiento total. Mayoristas y minoristas no integrados o afiliados apenas si tienen más importancia. Con los volúmenes de venta que logran a centrales de compra de las empresas grandes de distribución, ellas alcanzan o superan en muchos tipos de frutas y hortalizas los volúmenes de venta a las respectivas ventajitas de mayoristas especializados en frutas y hortalizas y por lo tanto distribuyen crecientemente también estos productos por sus sistemas propios de distribución. En el marco de este desarrollo, los mayoristas especializados y por lo tanto también los mercados mayoristas urbanos han perdido la importancia como punto central de distribución de frutas y hortalizas. Pero todavía mantienen su función para el suministro de productos con mayores riesgos en la comercialización a las grandes empresas y a otros compradores, como restaurantes, etc.

Para el suministro de las grandes empresas u organizaciones de comercialización, se desarrollaron también grandes empresas mayoristas de frutas y hortalizas con sucursales en ciertas regiones o en todo el país. Ellas muchas veces suministran un surtido grande de productos, en combinación con servicios, como preembalaje, y distribución directa a las sucursales de las empresas comerciales. Además equilibran precios, pues los compradores desean comprar y vender a precios fijos durante períodos tan largos como sea posible. Especialmente los productos comprados a larga distancia, como productos tropicales o del hemisferio sur, son suministrados por los mayoristas especializados que en mayor parte, todavía están ubicados en los mercados mayoristas.

Las frutas y hortalizas compradas directamente por las grandes empresas de comercialización son las que tienen menores riesgos en la distribución. Estas son especialmente las menos perecederas que se puede conseguir bien tipificadas a poca distancia, como productos cítricos, manzanas, etc. de los países de la CEE. Esta compra directa está favorecida por la promoción de la CEE de asociaciones de productores para el acopio y la venta.

Por esta concentración en la distribución, los grandes lotes uniformes en embalajes tipificados apropiados al manejo y transporte con el equipamiento moderno, obtienen creciente preferencia. Por lo tanto, además de ofrecer la calidad requerida, cumplir con los requerimientos respectivos va a ser más y más decisivo para las ventas.

CUADRO 2
CONSUMO PRIVADO PER CAPITA EN LA
REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

	DM per capita en precios 1980	Incremento en %
1970	10.005	
1975	11.546	+15
1980	13.657	+18
1985	14.033	+ 3

CUADRO 3
PARTICIPACION DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y
PRODUCTOS DE TABACO EN EL CONSUMO PRIVADO

1970	30%
1975	27%
1980	25%
1985	23%

CUADRO 4
CONSUMO PER CAPITA EN LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA
DE FRUTAS Y HORTALIZAS (1)
1983/84 - 1985/86

Frutas no cítricas	Kg/capita	Hortalizas	Kg/capita
Manzanas	32.0	Tomates	13.3
Bananas	8.3	Cebollas	6.6
Ciruelas	6.6	Repollo etc.	6.3
Peras	7.4	Pepinos	4.0
Uvas de Mesa	4.0	Zanahorias/ Remolachas	3.7
Cerezas	4.1	Lechuga	2.5
Duraznos	3.9	Coliflor	2.6
Bayas otras que fresas	3.9	Judías Verdes	2.2
Fresas	1.7	Arvejas	1.3
Otras	5.2	Hongos	2.1
Total	77.1	Pepinos para procesar	1.4
del cual autoabast.	22.0	Esparrago	0.9
		Otros	15.7
Frutas Cítricas		Total	62.6
Naranjas	21.5	+ Autoabaste	9.2
Mandarinas	4.2		
Límones	1.8	Consumo total	71.8
Toronjas	1.1	del cual	
Total	28.3	procesado	12.9
del cual procesado	13.8		

(1) En frutas 4,5 kg/par cápita productos procesados importados no incluidos.

CAMBIOS EN LOS HABITOS DE CONSUMO EN LA ARGENTINA

Dra. Cristina Ramos.¹

OBJETIVOS

En este trabajo se intenta obtener conclusiones acerca de si hubo cambios en los hábitos de consumo de los productos frutihortícolas en la Argentina, y cómo se distribuye dicho consumo estacionalmente.

Existen factores que permiten suponer que se habría producido una modificación en este consumo, sin ser los mismos de carácter conchuyente. En este sentido, un fenómeno interesante, es la tendencia a "volver a lo natural", esto provoca variación en las conductas del individuo, incluso en la forma de vida, con un mayor cuidado del estado físico, menor sedentarismo, unido a disminución del tabaquismo, dietas hipocalóricas, de bajo contenido en colesterol y regímenes naturistas.

Esta nueva tendencia abarca fundamentalmente a personas de 20 a 45 años, permitiendo por ello inferir que podrían mantener como hábitos permanentes.

En otros productos, se cuenta con cifras que permiten conformar lo señalado anteriormente, a modo de ejemplo se observa que el consumo de carne de pollo, que de 8 kg/hab/año en la década del 70, se pasó a 14 kg/hab/año en 1987; la ingesta de vino llegó a ser de 90 l/hab/año en 1976, pasó a 57 l/hab/año en 1987.

En este mismo aspecto, en las zonas urbanas, desde hace cinco años, han proliferado las casas de comida vegetariana, las cuales son muy concurridas principalmente por personas de las edades mencionadas anteriormente.

En este trabajo también se intentará describir las distintas modalidades del consumo, según la estación del año, equiparando ésto en la mayor parte de los casos, a la oferta de productos frescos que hay en nuestro país.

RESTRICCIONES PARA EL ANALISIS.

La investigación del tema no resulta sencilla, en la medida en que existen en el país muy pocos datos sobre consumo propiamente dicho.

La carencia de series consolidadas sobre este tema es el primer obstáculo con que nos encontramos.

1. Asesora Secretaría de Comercio Interior, Argentina.

Asimismo, los datos relativos a producción, no son altamente confiables dada la falta de personal técnico capacitado que releve permanentemente las producciones, por lo cual, en las series obtenidas, se cuenta con datos estimados inicialmente que nunca sufrieron las correcciones pertinentes.

Solo presenta certeza la información que aporta el INDEC sobre importaciones y exportaciones, pero quedando el interrogante sobre la cantidad de mercadería que traspasa nuestras fronteras sin control de ninguna índole.

Otro factor importante que no ha sido cuantificado en forma suficiente, es el relativo a las mermas.

Existen distintos tipos de mermas, aquellas que se producen en la etapa de comercialización, que se deben a la característica de producto altamente perecederos que tienen las frutas y hortalizas y que corresponden al ciclo de conservación natural de cada especie (marchitamiento de las verduras de hoja por ejemplo), avance de procesos de maduración e incluso de putrefacción que determinan la necesidad del "repaso" continuo de la mercadería en los comercios.

Están también las mermas originadas en etapas previas al comercio minorista, éstas son consecuencia de la insuficiente cadena de frío, transporte, embalaje deficitario, etc.

Además de estas mermas por deterioro de los productos, no está cuantificado el volumen de producción que no se comercializa, es decir, la cantidad de productos que se utilizan finalmente como abono o alimento de animales, producido por bajos precios o falta de la infraestructura mínima para realizar la comercialización.

Debido a este proceso de mermas, el análisis sobre el consumo aparente utilizando datos de producción más importación, menos exportación, produce resultados muy distantes del consumo real, y sólo son útiles para determinar tendencias.

FUENTES DE DATOS ANALIZADOS

A. Se utilizó la información relativa a volúmenes ingresados para su comercialización, suministrada por la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, siendo éste un mercado de concentración mayorista, que abastece a la Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

I. Hortalizas.

Tomando un grupo de trece hortalizas, que son las de consumo más difundido, se observa en las distintas estaciones del año, cómo está compuesto el ingreso al Mercado Central (Gráficos 1, 2, 3, y 4).

Lo primero que resalta es la alta participación de la papa, que se mantiene a lo largo de todo el año, con una tendencia creciente a medida que el clima se torna más frío (invierno 48,99% - verano 42,24%).

El tomate, es el segundo producto en importancia dentro del grupo utilizado para el análisis y presenta una tendencia inversa a la de la papa, ya que en este caso se observa mayor participación en el verano (18,51%) y en forma decreciente en primavera (11,35%), otoño (13,50%) y por último invierno (9,40%).

Es importante recalcar que la caída de la participación del tomate en primavera con respecto al otoño, se debe a que en esa fecha se produce el empalme entre las producciones de dos zonas geográficas distintas (Salta y Jujuy con Corrientes) y aún no se alcanzaron volúmenes suficientes, esto origina importaciones

de tomate desde Paraguay principalmente, implicando una restricción del consumo por el fuerte incremento de precios que acompaña a esta situación.

Otros productos con participación significativa pero sin estacionalidad marcada son la cebolla y la zanahoria.

Finalmente, hay que observar la marcada estacionalidad que presenta la acelga, en época invernal.

Para ejemplificar los casos de productos con alta y baja estacionalidad, elegimos la espinaca, la papa y la cebolla (Gráficos 5,6, y 7).

II. Frutas.

Se han analizado seis variedades de frutas, que constituyen aproximadamente el 80% del total de frutas consumidas (Gráficos 8,9,10 y 11), en los cuales se observa la distribución de los ingresos al Mercado Central de Buenos Aires de estas frutas en las cuatro estaciones del año.

De ello, surge claramente el componente estacional de la fruta a través de las fuertes variaciones en la importancia relativa de cada producto en el total de los ingresos.

Por ejemplo, la uva, que participa en un 13,64% en verano y en un 14,86% en otoño, prácticamente desaparece en invierno y primavera.

La manzana, cuya presencia es importante a lo largo de todo el año, fluctúa entre un 18,25% de participación en verano, a un 37,83% en otoño.

La participación más regular de la banana, está influenciada en parte por ser un producto que se importa en cantidades significativas.

Surge claramente que existe sustitución entre las distintas especies, si tomamos en cuenta que el consumo es prácticamente estable a lo largo del año. De este modo, se justifica una caída en el consumo de manzanas a partir del mes de diciembre el cual se compensa principalmente con el durazno, o una disminución en el consumo de naranjas en el mes de marzo, compensado esto con el incremento del consumo de mandarinas.

Analizando los volúmenes ingresados al Mercado Central de cada especie frutal aisladamente, se observa una diferente distribución de los ingresos según la estación, en todos los casos. Sin embargo en algunos productos esta estacionalidad se remarca, como en el caso de la uva donde casi el 50% corresponde a verano y el otro 50% a otoño (Gráfico Nro. 12).

El Durazno, es una fruta con marcada estacionalidad en el verano (81,24% del ingreso total) y presenta en primavera y otoño ingresos menos significativos (aproximadamente 9%) efectos éstos producidos por las zonas de primicias, importaciones y zonas tardías, que no concentran grandes volúmenes.

En cambio en la manzana, que es la fruta que más participa en los ingresos anuales, se nota una marcada diferencia entre verano y otoño (pasa del 13,98% al 34,37%) pero es más regular en invierno y primavera (Gráfico Nro. 14).

Es importante volver a remarcar el fenómeno de sustitución en verano por las frutas de carozo, unido al hecho de que en ese mismo período se lleva al final del abastecimiento con la cosecha anterior, por lo

cual el costo del frío pasa a influir en forma sustancial en el precio de la manzana, como así también la disminución de la calidad (las comúnmente llamadas "manzanas arenosas").

B. También se intentó estimar la variación en el consumo de hortalizas y frutas a partir de datos del INDEC.

Para ello se partió de la participación del gasto en hortalizas y frutas en el gasto total según la Encuesta del INDEC, para los años 1961-1971 y que constituye la base del actual índice de precios al consumidor (IPC).

Dado que el IPC es un índice con cantidades fijas, se procedió a reestimar cual sería la participación del gasto en hortalizas y frutas en el gasto total, en el período julio 1985 - junio 1986, tomando en consideración el cambio de precios relativos. Esta reestimación de la ponderación del gasto en hortalizas y frutas, muestra que para el período señalado en último término, si se consumieran las mismas cantidades de esos productos que en el período 1970-71, habría que destinar una mayor porción del gasto total.

Pero esta comprobación no dice nada respecto de si variaron las cantidades, que es una incógnita que se desea despejar.

Para averiguar en esta Dirección, se contó con información provisoria del INDEC sobre la nueva estructura del gasto que surge de la Encuesta que se realizó entre julio de 1985 y junio de 1986, para actualizar el IPC.

Estos datos mostraron que para el período señalado en último término, la participación del gasto de hortalizas y frutas en el gasto total, era menor que el que se deducía de la reestimación mencionada anteriormente. Dado que los precios considerados en ambas estimaciones eran los mismos, lo que habría disminuído era la relación entre las cantidades consumidas de frutas y hortalizas respecto de las cantidades consumidas en todos los bienes.

Esta comprobación, sin embargo, no nos permitía responder al interrogante, ya que la disminución de la relación podría haberse originado en:

- a) una variación nula en el consumo físico de frutas y hortalizas y un crecimiento del consumo físico total;
- b) una reducción del consumo físico de frutas y hortalizas y un estancamiento del consumo físico total;
- c) una variación menor del consumo físico de frutas y hortalizas respecto de la magnitud de la variación del consumo físico total.

Para aproximar una estimación, se tomó, entonces, la variación del consumo total que proveen las Cuentas Nacionales elaboradas por el Banco Central de la República Argentina a precios constantes y que reflejan, en consecuencia, la variación de cantidades.

Así se observó que entre 1985-1986 y 1970-1971, el consumo total creció un 22,3%.

Mediante una simple operación algebraica se despejó la última incógnita que era la variación del consumo físico de frutas y hortalizas.

Con este método entonces, se determinó que no habría habido variación en los consumos físicos de frutas, en los años 1985-1986 respecto a 1970-1971 y que habría subido un 7% el consumo físico de hortalizas en el mismo período.

Basándonos en datos inéditos provisionales, provenientes de la encuesta de gasto del consumo para el período julio 85-junio 86, se realizaron las siguientes reflexiones:

El consumo de hortalizas sería del orden de los 9,400 kg por persona y por mes, con un pico de consumo en el verano.

Mediante el Cuadro 1, se puede observar las diferenciaciones en cuanto a tipo de hortalizas que se consume en cada estación.

Existen algunas hortalizas que presentan un marcado consumo estacional como es la batata en otoño-invierno, el mayor consumo de papas en invierno o el incremento de las verduras que hemos agrupado en el rubro de "ensaladas" en el verano, en marcada contraposición con las verduras que se utilizan en cociones varias (guisos, pucheros, panaché), que tienen mayor demanda en otoño - invierno.

Con relación a la papa, es importante hacer algunas consideraciones particulares: ella sola constituye el 42% del total del consumo, utilizándose con guarnición en las comidas y no como complemento, en cuyo caso se utiliza pan de trigo o de salvado.

En el caso de frutas, el consumo per cápita ronda los 5,100 kg por habitante y por mes, creciendo un 10% en primavera.

Comparando las cifras obtenidas mediante los volúmenes ingresados al Mercado Central relacionándolos con el número de habitantes de la zona que abastece y las cifras provenientes de la Encuesta del INDEC, sólo se encontró una diferencia significativa en el caso de la banana, la cual, de acuerdo a los volúmenes ingresados al Mercado Central, se observa una leve disminución en el período invernal (Gráfico Nro. 15), pero analizando los datos del INDEC, se verifica niveles bajos y semejantes en invierno y en verano.

Una explicación posible para este fenómeno, estaría dada por una mayor participación de los otros mercados en las estaciones de máximo consumo y por ende, un aparente equilibrio entre primavera, otoño y verano. Pero, dadas las características nutritivas de la banana, es lógico aceptar que el consumo en verano no sea inferior.

Respecto a la baja que se produce en invierno, ésta tendría su origen en precios elevados, motivados ellos por poca competencia de frutas sustitutas y fundamentalmente, por la escasa participación de la producción nacional en ese período.

El resto de las diferencias observadas, nos permiten inferir que son debidas a que existe abastecimiento de otros mercados en el área de influencia del mercado central.

ALGUNAS CONCLUSIONES

Dada la precariedad de los datos analizados, no es oportuno realizar conclusiones contundentes, aunque sí es posible determinar que es necesario introducir modificaciones en los hábitos de consumo de la población, no sólo por el mero interés de un incremento del consumo de frutas y hortalizas, sino que es necesario tener en cuenta tres objetivos fundamentales que se perseguirán con estos cambios, dos de ellos de índole económico y un tercero de carácter nutricional.

1. El nivel del stock de ganado vacuno está marcando una restricción para mantener los volúmenes de consumo de esta carne en los valores históricos sin que influya negativamente sobre las posibilidades de exportación. Es por ello que importa sustituir este tipo de carne por otras como aves, pescado y cerdo y por otro tipo de alimentos, entre los que se incluye las hortalizas.
2. El mejor aprovechamiento de las frutas y hortalizas de estación redundaría en beneficio de la población tanto en relación a la disminución del gasto como a la mayor calidad de los productos consumidos.
3. La diversificación de la dieta con mayor incorporación de productos frutihortícolas, repercutiría en un mejor balance nutricional.

Es evidente que lograr una disminución del consumo de carne vacuna (85 kg/hab/año), resultará difícil si tenemos en cuenta los precios relativos, que en estos momentos tornan conveniente para la economía familiar la elección de este alimento en detrimento de otros, pese a lo cual, será necesario realizar campañas de promoción de consumos alternativos.

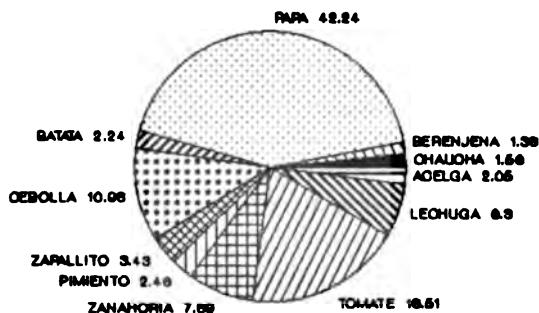
Surge asimismo, como una necesidad en el corto plazo, obtener una evaluación de la flexibilidad-precio que tienen estos productos, con el objeto de utilizarlo en el diseño de políticas.

Pese a la falta de evaluación de los efectos atribuibles a las campañas publicitarias realizadas hasta la fecha, resultaría conveniente persistir en las que se están llevando a cabo (C.M.C.B.A.) e incrementarlas en la medida de lo posible.

CUADRO 1
CONSUMO KG/HAB/ANO - COMPARACION ESTACIONAL

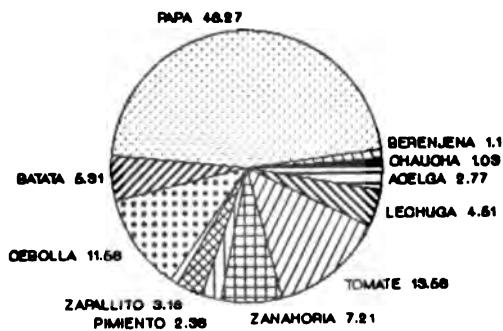
Tipo de producto	Promedio	Prima	Verano	Otoño	Invierno
PAPA	3,994	3,994	3,757	3,93	4,343
BATATA	0,372	0,386	0,17	0,428	0,506
ENSALADAS					
LECHUGA (
TOMATE REDONDO (
RABANITO (
RADICHETA (1,602	1,582	2,117	1,497	1,211
ESCAROLA (
HINOJO (
REMOLACHA (
ZANAHORIA	0,443	0,543	0,428	0,357	0,444
CEBOLLA	0,796	0,85	0,784	0,816	0,736
COCCIONES VARIAS					
ESPINACA (
REPOLLO (
ACELGA (
COLIFLOR (
CHOCLO (1,583	1,425	1,18	2,123	1,605
ZAPALLO (
ZAPALLITO (
TOMATE PERITA (
VARIOS (

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL VERANO Grafico 1



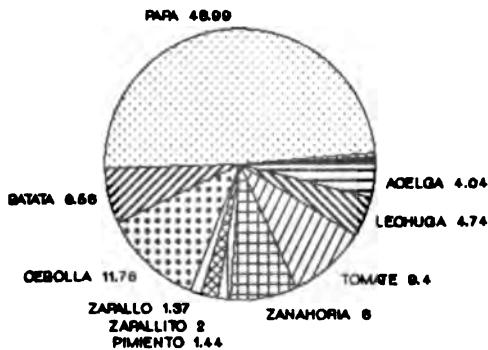
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL OTONO Grafico 2



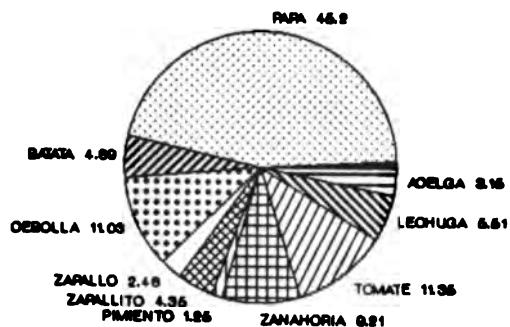
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL INVIERNO Grafico 3



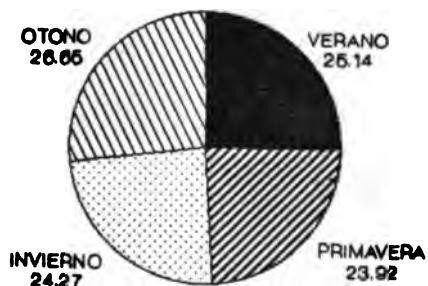
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 4
INVIERNO



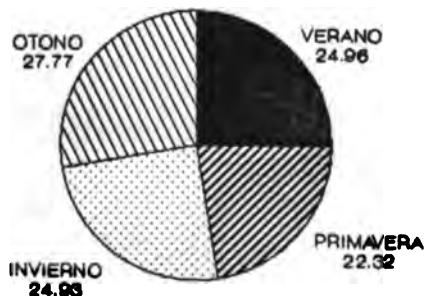
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 5
CEBOLLA



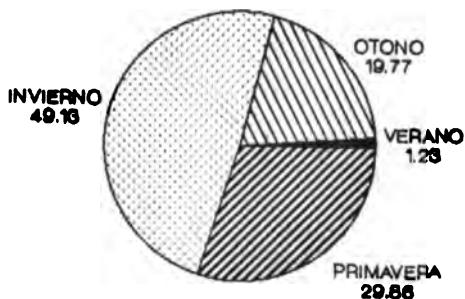
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 6
PAPA



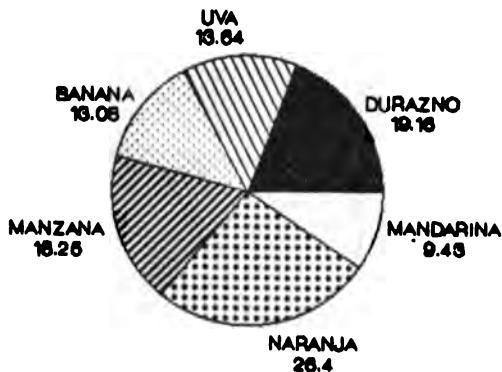
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 7
ESPINACA



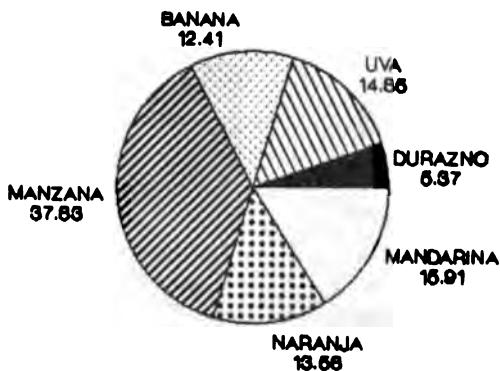
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 8
VERANO



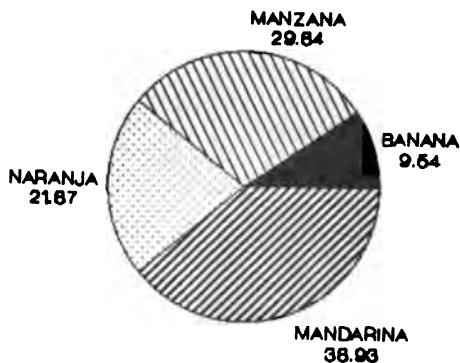
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL Grafico 9
OTOÑO



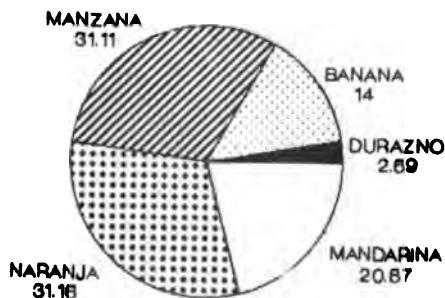
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 10**
PRIMAVERA



Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 11**
PRIMAVERA



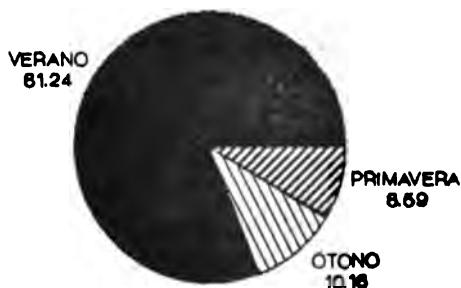
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 12**
LVA



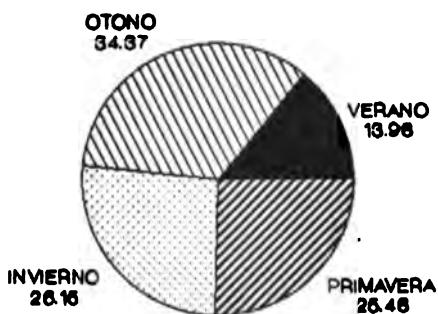
Promedio 1985/86/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 13**
DURAZNO



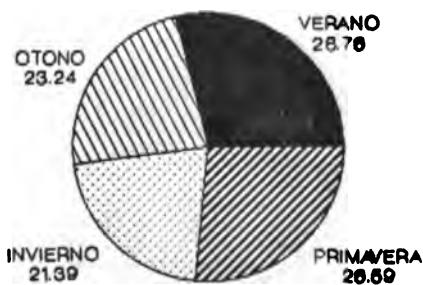
Promedio 1986/87/87

INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 14**
MANZANA



Promedio 1986/87/87

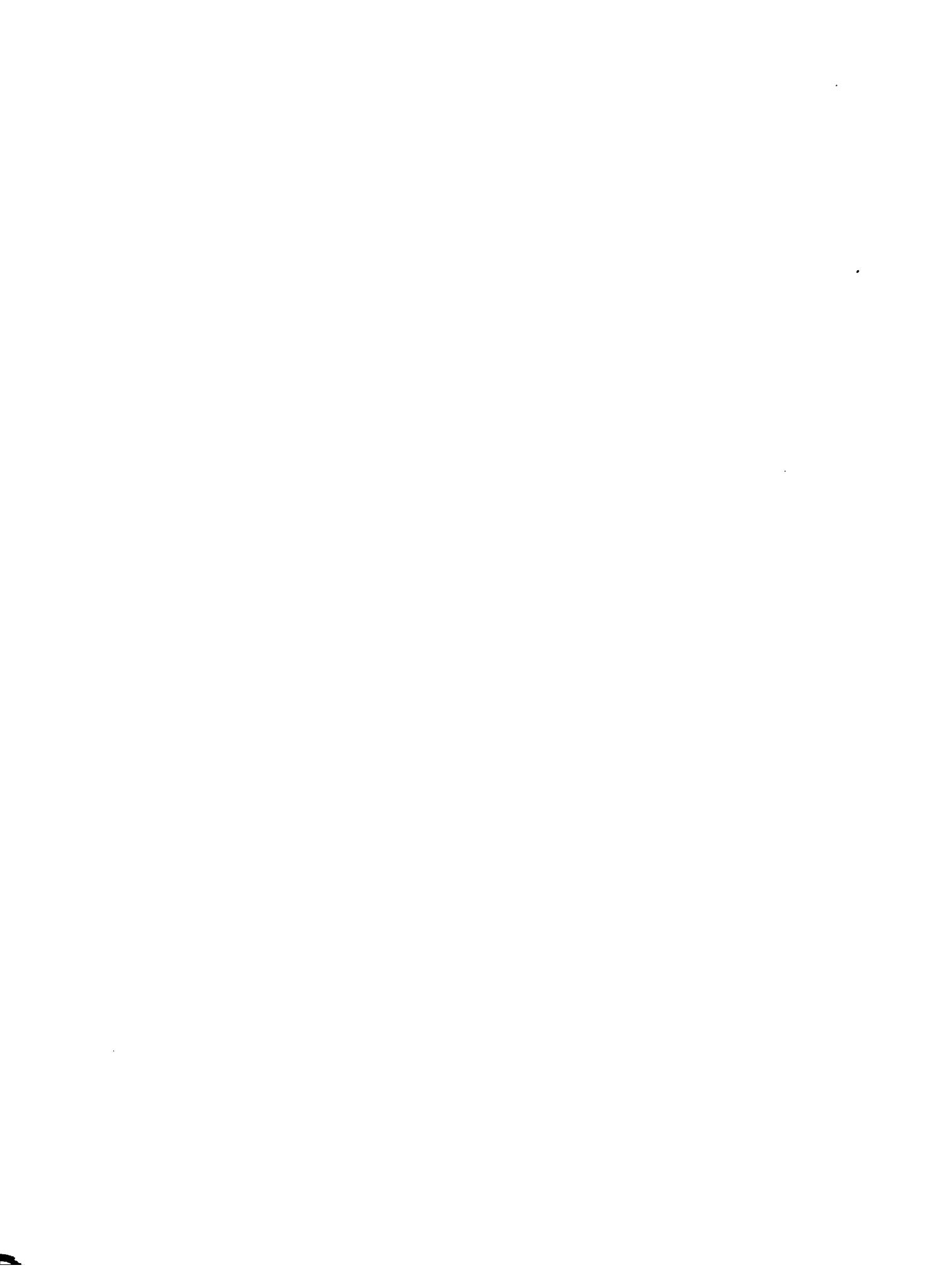
INGRESOS AL MERCADO CENTRAL **Grafico 15**
BANANA



Promedio 1986/87/87

CAPITULO III

**CUADRO DE SITUACION EN LA PRODUCCION Y
POST COSECHA DE FRUTAS Y HORTALIZAS
EN ARGENTINA**



LA PRODUCCION DE HORTALIZAS EN ARGENTINA

Ing. Agr. Pablo Rodríguez¹

1. INDICADORES AGRICOLAS

1.1 Producción y rendimiento

En el país sólo se tiene compilado referencias estadísticas para área sembrada, área cosechada, rendimiento por hectárea y producción sobre los siguientes productos: lenteja, poroto seco, poroto chaucha, garbanzo, arveja, cebolla, pimiento fresco, pimiento seco, melón, tomate, frutilla y batata. Pertenecen a las hortalizas producidas en las llamadas economías regionales y que podríamos considerar de cultivo semiextensivo.

En cambio para la actividad de los "cinturones hortícolas" que se han desarrollado para el abastecimiento de las principales ciudades: Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Santa Fe, Mendoza, La Plata, Mar del Plata, Bahía Blanca, Corrientes, Tucumán, se carece de indicadores para medir su actividad productiva.

La superficie de siembra anual que comprende la producción de los denominados "cinturones hortícolas" y la correspondiente a economías regionales se estima entre 500.000 y 600.000 hectáreas.

1.2 Destino de la producción

a) Consumo interno

La producción nacional se destina casi exclusivamente al consumo interno y se comercializa a través de mercados mayoristas entre los cuales podemos citar los más importantes: Rosario (Cooperativo y Fisherton), La Plata, Mar del Plata (Cooperativo y Mayorista), Córdoba, Bahía Blanca, Paraná, Mendoza (Guaymallén y Godoy Cruz), San Juan, Corrientes, Posadas y Salta.

Los mercados de interés nacional creados por la Ley 19227 buscan modificar el sistema de comercialización mediante la renovación periódica de la concesión de puestos, un perímetro de protección, y la caja única, sistema que aplica el Mercado Central de Buenos Aires.

¹ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

Se debe indicar que en el perímetro de protección del citado mercado funcionan los siguientes mercados: Avellaneda, Beccar y Coproyco que comercializan un importante volumen.

Se observa un incremento de la oferta del sector productivo tradicional hortícola al ingresar la producción puntual de agricultores que buscan una solución económica ingresando esporádicamente al sector, lo que afecta gravemente el nivel de precios de mercado.

b) Exportación

Legumbres

En el cultivo de poroto se ha desarrollado un mercado estable de exportación para poroto blanco y una presencia importante en el mercado de los porotos de color.

En porotos secos, sobre una superficie mundial de 25.000.000 de hectáreas, la Argentina participa con 200.000 hectáreas. Sin embargo, los grandes países productores (Méjico, Brasil, India, China) son también como consecuencia de fracasos de cosecha los principales importadores accidentales, lo que provoca una gran inestabilidad en el mercado y que incide en los precios.

El volumen del comercio mundial es de 1.200 millones de dólares, del que la Argentina participa con 80 millones, por lo que la Argentina con el 0,8% de la superficie mundial de siembra, participa en el 6,6% del comercio internacional.

También se debe señalar la diferencia entre porotos blancos consumidos por Europa, de mercado estable, con los porotos de color, de consumo en países del tercer mundo, de total inestabilidad en los niveles de demanda y precios.

Hortalizas frescas

Ha habido exportaciones de ajo principalmente hacia Brasil que llegó a absorber el 85% de las exportaciones. El volumen total ha ido creciendo de 13.593 toneladas en 1976 a 20.066 toneladas en 1985, con grandes altibajos, consecuencia del resultado de las cosechas en el principal comprador. Es de destacar que Francia ha aumentado su participación en las compras del 8,3% al 22,3% en esos mismos años. Se registraron exportaciones de cebolla a Europa en volúmenes poco significativos.

El comercio de exportación con espárragos se está incrementando con una presencia de contraestación, de buena calidad, que ha aumentado desde 1981 con 11 toneladas a 1985 con 197 toneladas con un valor de 125.800 dólares en ese último año. Las exportaciones se han efectuado a Alemania, EUA y Francia y en menores volúmenes a Holanda, Bélgica, Italia, Suiza, Austria y Canadá.

Para ilustrar sobre las posibilidades de incrementar las exportaciones del sector se adjunta un cuadro con los ingresos de hortalizas al Mercado de Covent Garden (Inglaterra) discriminado por país exportador, y el período potencial de producción nuestro (Anexo 1).

Semillas de hortalizas

Se entiende que con el desarrollo de nuestra producción en el mercado interno y la calidad de las creaciones INTA (Anexo 2) se puede prever un mercado de exportación de semillas de hortalizas princi-

palmente a los países vecinos. Para ello también se requiere la modernización de la estructura oficial de gestión para importación/exportación.

c) Precios internacionales

Nuestra producción hortícola de contraestación significa la posibilidad de incrementar el volumen de nuestro comercio, como lo han hecho Sud Africa y Chile y lo está iniciando Uruguay.

Los precios semanales de las principales hortalizas se tienen analizados para el Mercado de Covent Garden (Inglaterra) años 1984/86 y Toronto (Canadá) años 1980/85, en un trabajo efectuado por la Cátedra de Mercado de la Universidad Nacional de Rosario en base a la información proporcionada por la EEA San Pedro (INTA), y que señalan posibilidades de exportación para alcaucil, melón, cebolla, frutilla, poroto chaucha y ajo.

d) Valor de la producción

Cuando se tiene la necesidad de valorar la importancia de las hortalizas se presenta la dificultad de encontrar indicadores, ya que a las carencias de la información estadística, se agrega el sistema de comercialización, que recién a partir de 1984 muestra una referencia válida en la Corporación del Mercado Central de Buenos Aires, que se estima concentra el 50% de la producción de hortalizas de consumo fresco en el total del país, considerando la población de su radio de influencia.

El total ingresado en ese Mercado en 1985 fue de 56.398.878 buktos, que con un peso promedio estimado de 20 kg significan 1.126.977 toneladas. En 1986 ingresaron 59.373.404 buktos, lo que marca un incremento del 5% sobre el año anterior.

La facturación diaria del Mercado Central es de Australes 3.500.000 correspondiendo aproximadamente el 50% a las hortalizas. Es de señalar como indicadores válidos que ni el Mercado de Hacienda de Liniers ni el Mercado de Valores de Buenos Aires tienen una operatoria diaria de similar magnitud.

En el análisis de valores reunidos por el Banco Ganadero Argentino en el que se comparan en miles de pesos 1960, los ingresos de la actividad hortícola que muestran para 1983 un incremento del 80% con respecto a la década 1973/82 y del 81,5% con respecto al quinquenio 1978/82.

e) Empleo agroindustrial

En hortalizas industrializadas también se entiende que puede ampliarse el mercado interno con niveles de calidad y modernización de las plantas industrializadoras y entonces facilitar la exportación de productos con técnicas de congelado -liofilizado- al natural y deshidratado.

En la conservación al natural se debe destacar el efecto negativo que tiene el elevado costo de la hortalata, desalentando el consumo.

La industrialización de las hortalizas, que mayoritariamente se destina al mercado interno, toma porcentajes importantes de algunas hortalizas: batata 50%; tomate 25%; zapallo 30%; frutilla 25%; arveja 80%; pimiento 15%; choclo 10%; espárrago 10%; pepino 5%.

f) Valores de la exportación

En la exportación de hortalizas los valores más significativos corresponden a las legumbres secas, que son la información FAO para poroto, las exportaciones 1984 significaron 146.788 toneladas con un valor de 54.012.000 dólares EUA.

Con respecto a las hortalizas frescas, los valores son pequeños, de una actividad recién iniciada que para ajo corresponden a 1984, 12.731 dólares EUA, y para espárrago en ese mismo año (1984) 37.100 dólares EUA.

2. ASPECTOS DISTRIBUTIVOS

a) Distribución regional

El cultivo de hortalizas abarca todo el país, debiendo destacar que el Programa Hortalizas del INTA tiene vigencia en 22 EEA como consecuencia de una amplitud espacial y que el hecho de desarrollarse varios de los cultivos para industria o de mayor conservación (legumbres, batata, cebolla, ajo) fuera de la pampa húmeda, puede considerarse una actividad participante de las llamadas economías regionales.

La actividad resulta particularmente importante en las economías regionales de Cuyo (tomate, cebolla, pimiento, ajo, semilla de hortalizas) Región NOA (legumbres secas, producción de primicia Tucumán, Santiago del Estero (legumbres secas, tomate industria, producción de primicia, batata, zapallo), Misiones (producción de autoconsumo), Corrientes y Chaco-Formosa (producción de primicia, producción de autoconsumo), Córdoba (legumbre secas, batata, cinturón hortícola), Santa Fé (cinturón hortícola, producción de primicia, legumbres secas), Buenos Aires Norte (cinturón hortícola, legumbres secas, batata); Buenos Aires Sur (cinturón hortícola, ajo, cebolla, lechuga, zanahoria), Patagonia Norte (tomate para industria).

Las distintas zonas productoras de hortalizas en el país se indican en el Anexo 5.

b) Estrato de productores

La actividad se desarrolla predominantemente en el estrato de productores medianos y chicos y se caracteriza en el aspecto social por la fuerte generación de empleo no especializado, dado el carácter artesanal de la producción.

En el cinturón hortícola de Buenos Aires se ha efectuado una tipología del sector productivo, determinando cuatro tipos: Quintero consignatario (superficies de 100 hectáreas); Quintero consignador (10 a 20 hectáreas); Quintero que vende directamente (5 a 8 hectáreas) y Horticultor (1 a 3 hectáreas).

En el partido de La Plata, sobre 779 explotaciones, el tamaño dominante es el orden de 2 a 6 hectáreas con 426 explotaciones, y comparativamente, de más de 20 hectáreas hay sólo 24.

En Mendoza para cultivo de tomate al analizar el tamaño de las explotaciones, las huertas de más de 30 ha son el 17% en Tupungato, el 16% en San Carlos y el 4% en Tunuyán, siendo en los tres departamentos la explotación predominante de menos de 10 hectáreas.

En el cinturón hortícola de Santa Fé, las explotaciones superiores a 25 hectáreas representan el 11,7% sobre un total de 148 censadas.

c) Integración de la actividad

Los productores grandes y medianos han logrado integrar la producción con la comercialización mayorista, con puestos en el mercado o con ventas en remate cuando el volumen de la producción es significativo.

La falta de acciones cooperativas hace que el grueso de los productores medianos y pequeños participen sólo en la producción.

d) Cambios en tipos de empresas

El empleo de avances tecnológicos en el sector hortícola van a transformar en el mediano plazo la actividad artesanal de la producción hacia un tipo de estructura empresarial.

La complejidad y costo de algunas de las tecnologías que se comienzan a difundir como el empleo de cultivo protegido, riego por goteo, semilla F1, control de residuos de plaguicidas, comercialización ordenada en el Mercado Central y necesidad de asesoramiento técnico, que obligan a desarrollar un manejo empresario.

Asimismo la confirmación de la tendencia exportadora en el sector va a desarrollar una nueva estructura productiva, con la asociación de productores y eventualmente el ingreso de productores fuera del sector que pueden desarrollar la capacidad empresarial necesaria que se requiere para exportar.

3. MODELOS DE DESARROLLO FUTURO - EVOLUCION

- a) En hortalizas de uso industrial se prevé un desarrollo importante en algunas zonas de producción bajo riego tradicional (Mendoza, San Juan, Alto Valle), así como la apertura y crecimiento de nuevas zonas en Catamarca, La Rioja y Santiago del Estero. Ello va a significar la necesidad del estudio de tecnologías de nivelación, riego y maquinarias para todo el proceso productivo.
- b) Se entiende que en el mediano plazo se producirá un crecimiento de los cinturones hortícolas en ciudades del interior del país, donde se observan dificultades muy serias en el abastecimiento local de hortalizas frescas, creando necesidades de apoyo técnico.
- c) Con el mejoramiento de la calidad de semilla, se entiende que la producción de semilla de hortalizas va a crecer en volumen y número de especies multiplicadas, lo que implica profundizar la investigación en el manejo del cultivo para semilla, uso del riego, polinización y maquinaria. También se va a demandar maquinaria de limpieza, la aplicación de plaguicidas protectores y modernización de la tecnología de envases. La creación de híbridos F1 va a generar el estudio del manejo de su producción.

- d) Con respecto a los cultivos de primicia es previsible un aumento en el corto plazo en el cultivo bajo cubierta de polietileno, lo que es posible se extienda a las hortalizas de más alto costo de producción por la calidad y rendimientos que se obtienen.

Se entiende que la difusión de los nuevos sistemas de protección plástica va a mejorar la oferta interna de primicias así como estabilizar las curvas de precios y demandas desalentando la importación. Se va a producir una reducción de las áreas de siembra al disminuir los peligros de colapso climático, aumentando la inversión y el rendimiento unitario por unidad de superficie. Es una nueva actividad en el país que va a requerir la implementación de un paquete tecnológico completo.

- e) En la multiplicación de hortalizas de reproducción agámica se va a incrementar el empleo de plantines originados en la multiplicación meristemática, aumentando rendimientos y calidad de producción. La oferta de plantines en vivero va a aumentar la difusión de estos cultivos en otras regiones, exigiendo la ampliación de la oferta varietal.
- f) Se puede prever un aumento del área de siembra de legumbres secas basadas en el incremento de nuevos tipos varietales de poroto y la posibilidad de expansión de exportaciones de lenteja, mientras que el desarrollo en garbanzo está limitado por la selección varietal que se está efectuando. En el área tradicional (norte de Buenos Aires y sur de Santa Fé) el cultivo se mantiene estable en lenteja y arveja, pudiendo incrementarse con las exportaciones.

4. AVANCES TECNOLOGICOS

Globalmente, el desarrollo alcanzado en la creación y adaptación de tecnología es modesto frente a los logros de países avanzados, y se puede considerar en un primer nivel en América Latina.

En el INTA las principales líneas de investigación sobre horticultura se refieren a:

Mejoramiento:

En los primeros trabajos se efectuó la selección de materiales introducidos para, a partir de 1975 iniciar la incorporación de resistencia a enfermedades y en algunas especies el desarrollo de híbridos F1. Esa actividad está manifiesta en el desarrollo de 58 nuevas variedades en 20 especies hortícolas en activa multiplicación (Anexo 2).

Algunos de esos materiales han significado avances de importancia como la cebolla Valcatorce por sus condiciones de conservación, la lechuga Crimor resistente al virus del mosaico, la lenteja Precoz, el zapallo Anquito, la achicoria Hoja Fina. Ese trabajo de desarrollo varietal ha impulsado el abastecimiento nacional de semillas de calidad.

Actualmente hay una serie de planes de trabajo en San Pedro, La Consulta, Alto Valle, San Juan y Salta, que profundizan las acciones en ese sentido.

La producción de semillas es una línea de trabajo íntimamente ligada a mejoramiento para la difusión de nuevos cultivares.

Producción de semilla:

Simultáneamente con la creación de variedades, el INTA ha efectuado una intensa labor en la producción de semillas desarrollando la tecnología de producción en la mayoría de las especies hortícolas.

Laboratorio de semillas:

En la EEA La Consulta se ha desarrollado en un laboratorio para el análisis de calidad y fitosanitario de semillas de hortalizas, que llena un vacío en la asistencia a la producción de semilla.

Multiplicación meristemática de plantas de multiplicación agámica:

Es una actividad iniciada en 1983 para la producción de plantines de sanidad controlada en frutilla, batata, alcaucil y espárrago. La finalidad es el desarrollo de la investigación básica, consolidar un banco de germoplasma y provisión de plantines a viveros del INTA y privados.

Es uno de los primeros laboratorios en la producción de plantas de meristema para el abastecimiento de viveros de frutilla.

Manejo de cultivos:

El trabajo efectuado en los distintos aspectos del manejo del cultivo: implantación, fertilización y riego, protección vegetal, conducción, cosecha, rotaciones, mecanización, han servido para la preparación de los paquetes tecnológicos con que se cuenta para las distintas hortalizas y legumbres en cultivo, que han sido adoptados por los productores de avanzada, que se encuentran en un nivel manifiestamente más alto que el productor medio.

Es de destacar en ese sentido el trabajo efectuado para distintos sistemas productivos regionales: tomate de industria, en La Consulta, Alto Valle, San Juan, Hilario Ascasubi y Santiago del Estero; poroto seco, en Salta y Tucumán; lenteja en San Pedro, Catamarca y Salta; melón, en San Juan, Santiago del Estero y La Consulta; frutilla, en San Pedro, Santa Fé e Hilario Ascasubi; espárrago, en San Pedro; cultivo protegido en San Pedro y Bella Vista; tomate para primicia, en Bella Vista y Santa Fé; batata, en San Pedro, Córdoba; arveja, en San Pedro; poroto, en Salta y Tucumán.

5. OFERTA DE TECNOLOGIA

La principal oferta de tecnología por parte del sector público, es a través del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) que desarrolla un programa hortalizas con sede en la EEA San Pedro y acciones en otras Estaciones Experimentales (La Consulta, San Juan, Salta, Bella Vista, Hilario Ascasubi, Alto Valle, Santiago del Estero) para apoyo tecnológico, de las que se destaca la EEA La Consulta por su actividad en producción de semilla y mejoramiento ditotécnico.

El sistema se complementa con el Servicio de Extensión para difundir la tecnología entre los productores, con 105 Agencias de Extensión que llevan actividad en horticultura.

Se adjunta como Anexo 3, cuadros en que se resumen los Recursos Humanos y materiales del INTA en horticultura y la distribución espacial de Estaciones Experimentales y Agencias de Extensión.

Varias provincias tienen estaciones experimentales con trabajos en horticultura entre las que podemos mencionar la EEA de Gorina en Buenos Aires (cultivo, control de enfermedades, extensión); la EEA Obispo Colombres en Tucumán (legumbres secas); la EEA Angel Gallardo en Santa Fé (cultivo de primicia); el IDEVI en Rfo Negro (cultivo de hortalizas para industria); CORFO Rfo Colorado en Buenos Aires (cultivo de cebolla, tomate industrial, frutilla).

También se debe destacar la acción en experimentación que desarrollan las cátedras de horticultura de varias universidades.

Podemos mencionar a las cátedras de las siguientes facultades: Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de La Plata; Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Rosario; Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Esperanza; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Tucumán; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Córdoba; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Salta; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Corrientes; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional del Sur; Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional del Comahue; Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de Mar del Plata; Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Rfo Cuarto.

En el Anexo 4 se indica el directorio de las distintas reparticiones y universidades mencionadas.

6. LIMITANTES TECNOLOGICAS

En los distintos sistemas productivos regionales las limitantes marcadas para las áreas temáticas no son en general de carácter tecnológico, sino que se refieren a acciones de investigación aplicada, complementada por la experimentación adaptativa y el trabajo de extensionistas entrenados.

Los rubros en los que se encuentran limitantes tecnológicas se refieren:

- a) Tecnología de cosecha y postcosecha, donde no hay laboratorios, ni equipos de técnicos entrenados en el manejo de hortalizas en una cadena de frío, fisiopatologías de la conservación y manejo de galpones de empaque.
- b) Empleo de biotecnología en fitotecnia.
- c) Mecanización, con falencias en maquinaria para cosecha de semilla y legumbres secas y cosecha de hortalizas para mercado y de industria.
- d) Riego por goteo, fertirrigación, también se encuentra un vacío de actividad técnica, observándose una limitada acción privada.
- e) Manejo de la producción de semilla híbrida F1.
- f) Desarrollo de un banco de germoplasma de base para plantas de multiplicación agámica y hortalizas en general.

- g) Cultivo protegido. Se necesita un aporte de tecnología en el estudio de estructuras, manejo de suelo bajo cubierta, enfermedades del suelo y su control.**
- h) Computarización en la programación y análisis de resultados de investigación.**
- i) Desarrollo de un banco de datos para el Servicio de Extensión.**

SOLUCION AL DEFICIT DE TECNOLOGIA

El equipamiento y entrenamiento necesario para las demandas puntuales manifestadas puede corregirse a través de proyectos de cooperación con otros países.

Se entiende que se obtendrá parcialmente a través del entrenamiento de personal y equipamiento por el plan INTA-BID y Convenio Gobierno de Italia-INTA.

Otras fuentes de aporte al déficit de tecnología puede esperarse a través de la participación en actividades conjuntas con Centros de Investigación FAO.

ANEXO 1

TEMPORADA DE INGRESO DE HORTALIZAS AL MERCADO DE COVENT GARDEN

		JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
TOMATE	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	ARGENTINA												
	PRODUCCION												
PIMIENTO	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	HEMIS.SUR												
	ARGENTINA												
BERENJENA	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	HEMIS.SUR												
	ARGENTINA												
PEPINO	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	HEMIS.SUR												
	ARGENTINA												
MELON	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	HEMIS.SUR												
	ARGENTINA												
ALCAUCIL	PRODUCCION												
	EUROPEA												
	HEMIS.SUR												
	ARGENTINA												

ANEXO 2

VARIETADES DE HORTALIZAS CREADAS O DIFUNDIDAS POR INTA

ACELGA	-Anepán INTA - Verde Anual
ACHICORIA	-Hoja Fina
AJO	-Rosado INTA
ALBAHACA	-Catamarca INTA
ARVEJA	-Cobri - Cuarentona Magnif - Dark Skin Perfection Orward
BATATA	-Morada INTA
CEBOLLA	-Ancasti INTA - Angaco INTA - Blanca Cheta INTA - Morada INTA - Moroti INTA - Valcatorce INTA
ESCAROLA	-Corazón Llano
ESPINACA	-Amadeo INTA
LECHUGA	-Crimor INTA - Gallega Selección La Consulta - Lagomor INTA
MAIZ DULCE	-Abasto INTA - Sorpresa INTA
MELON-	-Honey Dew Sel. La Consulta - Mushqui INTA
PIMIENTO	-Ambato Magnif INTA - Calchaquí INTA Ají Picante , Cerrillos INTA - Calatauco INTA - Fyuco INTA Vyuco INTA - Guanacache INTA
POROTO	-Alubia Cerrillos INTA - Ballín de Albenga - C-1753 - Painé INTA
REMOLACHA	-Detroit Dark Red Sel. San Pedro
SANDIA	-Charleston Gray Sel. INTA
TOMATE	-Bumbuna INTA - Calmarita INTA - Choque INTA - Gueipo INTA - Lolca INTA - Planeuco INTA - Platauco INTA Platense Línea 9 - Rossiol Sel. La Consulta INTA - Triuque INTA - UC 82 - UCO 1 INTA - Villicum
ZANAHORIA	-Criolla INTA
ZAPALLITO	-Redondo de Tronco
ZAPALLO	-Angola Magnif - Anquito Butternut Sel. INTA - La Banda 70 INTA - Butternut Pwncá

ANEXO 3

INTA - PROGRAMA HORTALIZAS

- RECURSOS HUMANOS
- DISPONIBILIDAD DE RECURSOS MATERIALES
- DISTRIBUCION ESPACIAL DE ESTACIONES EXPERIMENTALES
- DISTRIBUCION ESPACIAL DE AGENCIAS DE EXTENSION

ANEXO 4

CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO EN HORTICULTURA
DIRECTORIO INSTITUTO NACIONAL DE TECNOLOGÍA AGROPECUARIA (INTA)
PROGRAMA MORTALIZAS - ESTACIONES EXPERIMENTALES PARTICIPANTES

E.E.A	SAN PEDRO (BS.AIRES) -	Ruta 9 KM170. c.c.43. (2300) San Pedro, Bs.Aires - TE (0329) 24074-25075
E.E.A	LA CONSULTA (MENDOZA)	C.C.8 (5567) La Consulta, Mendoza, TE 130
E.E.A	SAN JUAN	Calle 11 y Vidar, (5427) V.Aberastain, San Juan, TE (064) 921079
E.E.A	SALTA	C.C.228, Salta TE 221585
E.E.A	BELLA VISTA (Corrientes)(3423)	Bella Vista, Corrientes, TE 42.
E.E.A	EL COLORADO (FORMOSA)	C.C.5 (3603) El Colorado, Formosa, TE 80004/5
E.E.A	SANTIAGO DEL ESTERO	C.C.1, (4300) La Banda, Sgo.del Estero, TE 272381
E.E.A	HILARIO ASCASUBI (BS.AS)	C.C.44 (8142) Hilario Ascasubi, Bs.Aires, TE 1.
E.E.A	ALTO VALLE (RIO NEGRO)	C.C.52, (83321) Gral.Roca, Rio Negro, TE (0941) 22248.

ESTACIONES EXPERIMENTALES PROVINCIALES

Buenos Aires

E.E.A	GORINA	Estafeta Joaquin Gorina 1896, Gorina, Bs.Aires
E.E.A	MERCEDES	6608 Gowland, Bs.Aires
CORFO	RIO COLORADO	Pedro Luro. P.4 Villarino, Bs.As.TE 20394

Santa Fe

E.E.ANGEL GALLARDO		3014 Angel Gallardo, Santa Fe
--------------------	--	-------------------------------

Jujuy

E.E.HORNILLOS		C.C.2, (4622) Maimara, Jujuy
---------------	--	------------------------------

Río Negro

IDEVI		Belgrano 537 (8500) Viedma, Rio Negro, TE 22233
-------	--	---

Chubut

VIRCH		Ruta 25 km 1480, (9100) Trelex, Chubut, TE 30558
-------	--	--

Tucuman

E.E.A.I.	OBISPO COLOMBRES	C.C.71, (4000) Tucuman, TE (081) 225476
----------	------------------	---

ENSEÑANZA TERCIARIA - CATEDRAS DE HORTICULTURA

BUENOS AIRES

UBA	Facultad de Agronomía	Av.San martin 4453/1417	TE (1) 51-5984, Buenos Aires
UNLP	Facultad de Agronomía	Calle 11 y 119. C.C.31.	
UN DEL SUR	Facultad de Agronomía	8000 B.Blanca - Buenos Aires	
UN M.DEL PLATA	Facultad de Agronomía	C.C.276, (7620) M.del Plata. Buenos Aires	

SANTA FE

UN ROSARIO	Fac.de C.Agrarias	Santa Fe 2051 y Moreno, (2000) Rosario, Santa Fe- TE 42477
FAC DE AGRONOMIA Y VETERINARIA		R.P.Kreder 2805 (3080) Esperanza, Santa Fe

ESPERANZA

UN TUCUMAN	Facultad de Agronomía	C.C.125, Av.Roca y Pellegrino (4000) Tucum[an, TE 21409
UN CUYO	Fac.de C.Agrarias	Alto.Brown 500, (5505) Chacras de Coria, Mendoza
UN CORDOBA	Facultad de Agronomía	C.C.509, (5000) Cordoba
UN SALTA	Facultad de Agronomía	Buenos Aires 177, (3400) Corrientes
UN CORRIENTES	Facultad de Agronomía	San Martin 2250 (3400) Corrientes
UN CUMANJE	Fac.de C.Agrarias	C.C.85 (8300) Cinco Saltos, Rio Negro
UN RIO CUARTO	Fac.de C.Agrarias	Estafeta Postal Nro.9, (5800) Rio Cuarto, Cordoba

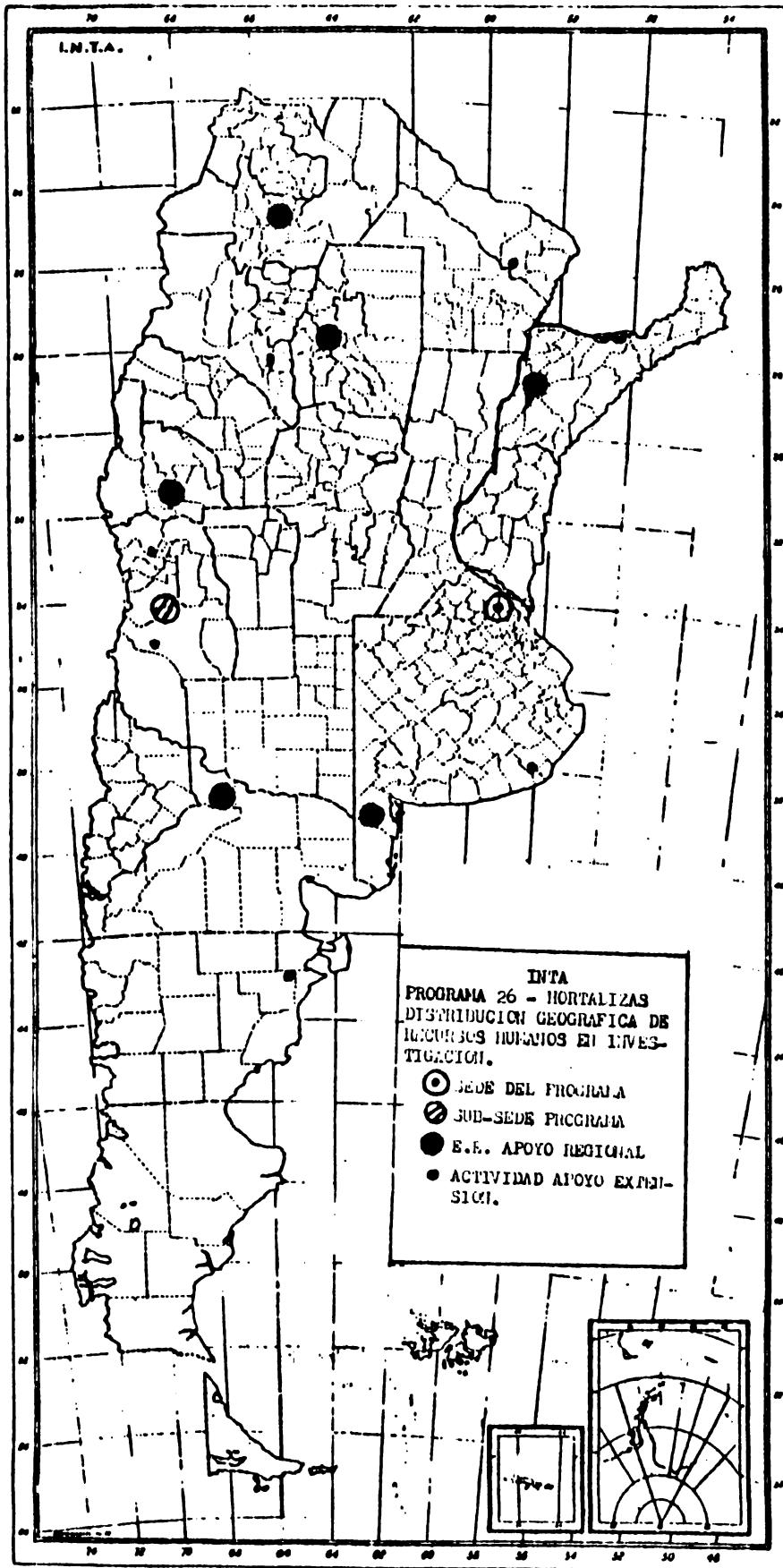
DISTRIBUCION ACTUAL DE RECURSOS HUMANOS POR UNIDAD Y DISCIPLINAS (1986) (1)

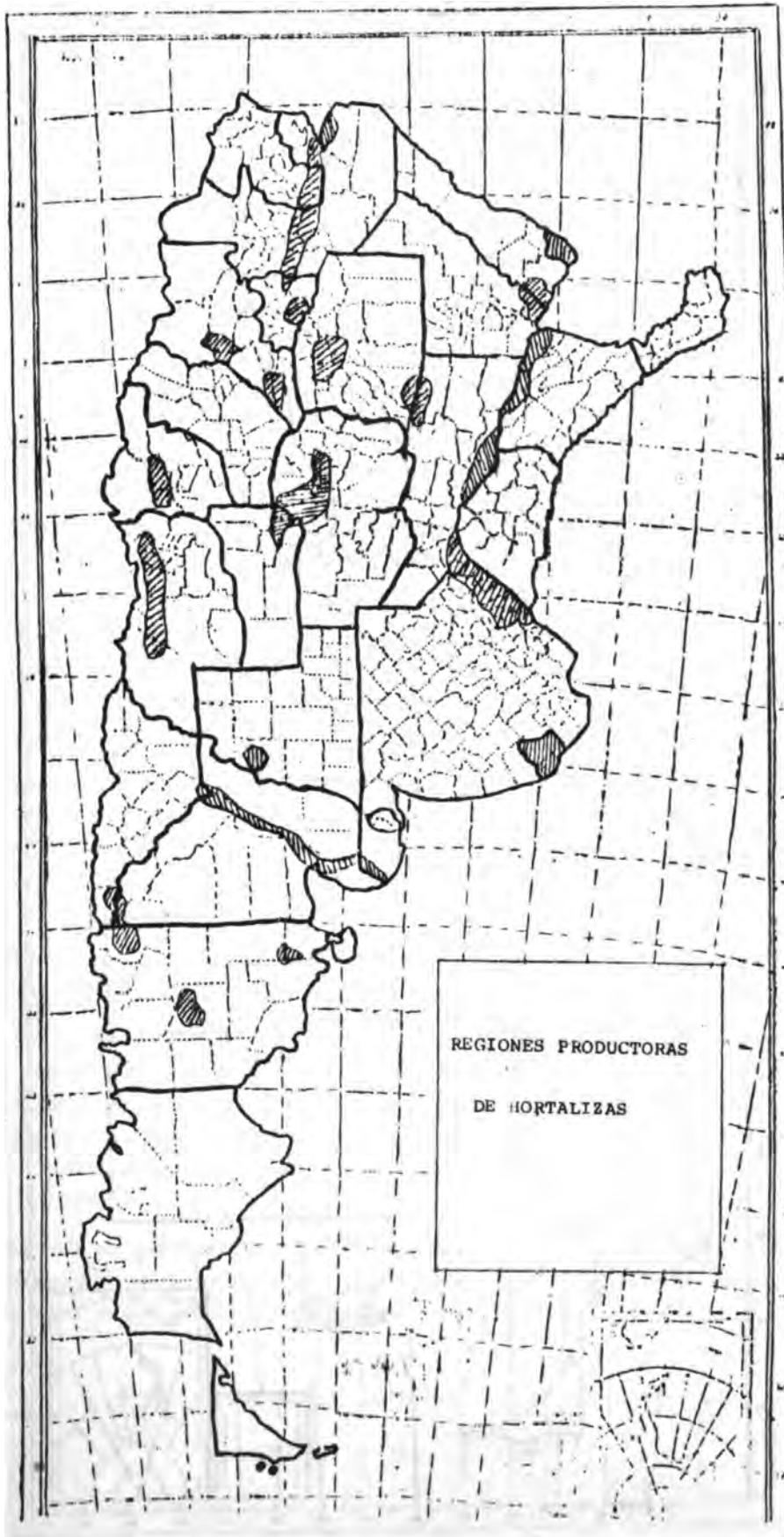
UNIDADES	E S P E C I A L I D A D E S										TOTAL
	Mejora- miento	Manejo Suelo	Agronome- teorolo-Mequi- gia	Entomo- logia	Fitopa- tologia	Malezas logia	Fisio- logia	Post- cosecha	Semilla Econo- mia	TOTALES	
SAN PEDRO	4	1	2	1	1	1	1	1	1	14	
DELTA					1					1	
LA CONSULTA	3	1	1	1	1	1	1	2	2	8	
MENDOZA	1	1	1	1	3					6	
RAMA CAIDA			1							1	
SAN JUAN	1	3	1	1				1	1	7	
EL COLORADO	1	1								2	
BELLA VISTA	1	1	1	1	1					4	
COLONIA BENITEZ	1									1	
CORRIENTES			1							1	
SANTIAGO DEL ESTERO	2	3	1							6	
ALTO VALLE	1				2	1	1			5	
CATANARCA	1	1								2	
SALTA	1	1	1		1			1	1	5	
LEALES	1									1	
HILARIO ASCASUBI		2								2	
BALCARCE							1			1	
TRELEV										1	
BARILOCHE	1									1	
CASTELAR			2							2	
FOMENTO AGROPECUARIO								1		1	

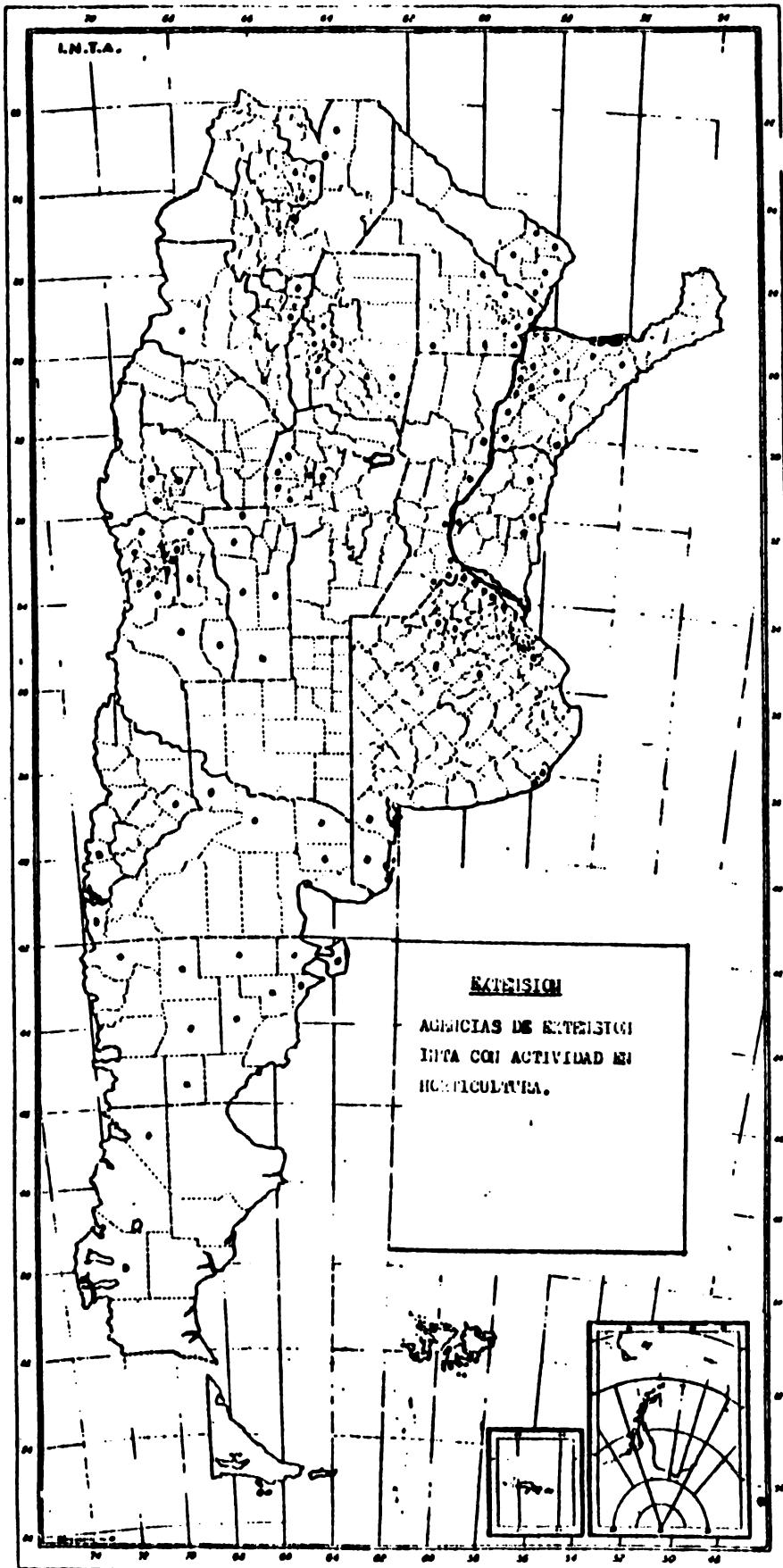
(1) DNA Control y Evaluacion - Informe 1985/86.

DISTRIBUCION ACTUAL DE RECURSOS MATERIALES

ESTACIONES	LABORATORIOS															
	Analisis Cultivo Mejora-	Estacion Biblio-	Procesar- Camaras Superfi-	Mantenim-	Meris- miento Fitops- Encamp- Analisis Inver-	Agrupam- teca es- miento Climati-	cie campo Riego	Centro	ASPECUARIAS	Fitotec- logia	logia suelo y resculo agua	teorolo- sica	espacia- semillas zadas experi-	mental	maquina- ria	Computos
SAN PEDRO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
LA CONSULTA-LUJAN DE CUYO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SAN JUAN	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
ALTO VALLE	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
BELLA VISTA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SALTA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
SANTIAGO DEL ESTERO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
MILARDO ASCUBI	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X







CONSIDERACIONES SOBRE EL MANEJO POSTCOSECHA DE FRUTAS Y HORTALIZAS

*Dra. Beatriz Slutzky*¹

El término postcosecha, en su sentido más amplio, se aplica al período comprendido entre la recolección y el consumo. Incluye, por lo tanto, las etapas de preconservación, industrialización, transporte y comercialización.

En este trabajo se enfatizarán las acciones correspondientes, principalmente, a las tendencias a prolongar el período de vida útil de las frutas y hortalizas en fresco, es decir, a mantener los caracteres organolépticos y nutritivos de los productos que, aunque separados del árbol o de la tierra, siguen respirando; utilizando por consiguiente sus reservas.

El subsistema de producción-distribución de frutas y hortalizas es el más complejo y probablemente el más difícil de racionalizar de todos los subsistemas de los principales grupos de productos agrícolas. Debido a las características intrínsecas de esta producción, generalmente existen variaciones tanto estacionales como cíclicas, asociadas a amplias fluctuaciones de precios. Son productos perecederos y por esto, las pérdidas en el proceso de comercialización, comunmente son sustanciales.

La incidencia económica de las mismas adquiere gran relevancia y afecta significativamente la economía del productor y del consumidor.

En países con un deficiente manejo postcosecha, las pérdidas observadas en hortalizas oscilan entre el 5 y el 70%. Una estimación realizada en nuestro país señala que las pérdidas en cítricos llegan aproximadamente a un 30%, en peras y manzanas oscilan entre el 5 y 40% y hasta un 50% en frutas de carozo. Aún en países desarrollados, las diferencias entre establecimientos de empaque son significativas: Un correcto manejo conduce a pérdidas menores del 1% mientras que en plantas de empaque con una práctica deficiente pueden llegar a un 15%.

Por otra parte, la competitividad actual en los mercados internacionales de productos frutihortícolas en fresco depende cada vez más, del nivel de desarrollo tecnológico de los países que participan del mismo y no simplemente de su dotación de recursos naturales.

¹ Consultora privada. Argentina.

La tecnología para un empaque y conservación adecuados está desarrollada a nivel mundial pero, hay que adaptarla a nuestras condiciones. No es posible utilizar los mismos parámetros de conservación a una fruta proveniente del Noroeste argentino y a otra crecida en la provincia de Buenos Aires, aunque sea la misma especie y variedad. Menos aún extrapolar los resultados obtenidos en otras regiones del mundo con características agronómicas diferentes a las que existen en la Argentina.

La comercialización de productos frutihortícolas en fresco requiere, en general, la aplicación de la refrigeración, con vista a prolongar la vida postcosecha de los mismos, tanto en el país como durante la transportación marítima a los puertos de destino. Sin embargo, un mal manejo de las condiciones de almacenaje favorece las pérdidas por podredumbre, disminución de peso por deshidratación y desórdenes fisiológicos (daño por frío o "chilling injury") que disminuyen considerablemente el valor nutritivo y comercial de los productos, el daño por frío aumenta la probabilidad de un ataque fúngico secundario cuando se sacan los productos del frigorífico. A medida que se produce la deshidratación, las células evolucionan desde una estructura viva altamente organizada, hasta un conjunto desordenado de los constituyentes fundamentales con un cambio marcado en las distintas fases y funcionalidad de las estructuras celulares, lo cual redundará en una disminución significativa de la calidad comercial.

Para algunas hortalizas, especialmente las de hoja, los períodos de vida postcosecha oscilan entre 2 a 3 días sin refrigeración y 2 a 3 semanas si se mantienen en condiciones controladas de temperatura y humedad.

Desde un punto de vista general, el almacenaje controlado presenta ventajas importantes: proporcionar un medio para prolongar la vida postcosecha con la calidad obtenida en el campo, lo cual permite una distribución ordenada de la cosecha y previene que se sature el mercado; la ordenada distribución de la fruta tiende a estabilizar los precios y el consumidor dispondrá durante el año un suministro continuo de productos frutihortícolas de alta calidad.

Con la tecnología postcosecha hay que buscar un óptimo que nos permita lograr una máxima conservación con riesgo mínimo y también, con una pérdida mínima de calidad. Las condiciones de aplicación en cada región geográfica varían no sólo con las características de cada especie y variedad, sino de año en año, en etapas de una misma cosecha, las prácticas culturales, el suelo, las condiciones climatológicas en las cuales han crecido y hasta por la hora del día en que se realiza la recolección.

Es bien conocido por los productores-empacadores-exportadores que el daño por frío es uno de los problemas mayores en el manejo postcosecha de productos vegetales refrigerados porque limita el almacenamiento a temperaturas bajas las cuales podrían contribuir considerablemente a prolongar la duración de los mismos.

El daño por frío es responsable de pérdidas económicas severas durante el almacenamiento y el transporte marítimo, especialmente cuando el período de transporte se extiende de forma inusual. El problema se agudiza cuando se realizan embarques con distintas especies juntas que requieren temperaturas óptimas de almacenamiento diferente. Los síntomas visibles y las manifestaciones internas del daño por frío varían en las diferentes especies. Sin embargo, las manchas oscuras de diferentes formas y tamaños se producen en más del 60% de los productos frutihortícolas. Este fenómeno fisiológico no se produce por ataque de microorganismos o patógenos, sino por una sensibilidad especial a las bajas temperaturas de los recintos de almacenaje y al tiempo que han permanecido a esas temperaturas.

La deshidratación, el tamaño del fruto, algunos fungicidas que se aplican en el tratamiento en la línea de empaque (ejemplo, el ortofenilfenato sódico) aumentan la sensibilidad al daño. En cítricos, otros fungicidas, como los teobendazoles, aumentan la resistencia a las bajas temperaturas.

Algunos factores que influyen en la respuesta de los productos a la refrigeración.

Clima

De todos los factores que pueden influir en la sensibilidad a las bajas temperaturas en el almacenaje, el clima reviste gran importancia. Es también incontrolable. El clima influye en el balance hídrico y nutricional de la fruta, las características de la corteza y las propiedades físicas que controlan la transpiración de la fruta. Las diferencias entre las temperaturas diurnas y nocturnas pueden modificar la forma, el peso y el grosor de la corteza de las frutas.

Si el clima influye en la nutrición y ésta tiene efectos marcados en la sensibilidad de muchas frutas y vegetales a los desórdenes fisiológicos, su acción sería a través de aquélla. Los resultados obtenidos hasta el presente muestran que se conoce mucho más de los efectos que de las causas. Poder predecir la severidad de un desorden postcosecha, sobre la base de las condiciones climáticas precedentes, constituye una ambición difícil de alcanzar.

Epoca de cosecha

El estado de madurez en la fruta, en el momento de cosecha, es un factor que influye en la incidencia del daño por frío. Las frutas maduras, generalmente, son menos sensibles que las que se recolectan verdes. Esto es válido para las bananas, manzanas y peras, entre otras. Obviamente, si la fruta se cosecha temprano, su desarrollo y nutrición se interrumpen y no presentan las condiciones adecuadas para su conservación. Cuando la época de cosecha de los cítricos se prolonga, los factores climáticos, la madurez avanzada de la fruta y las condiciones metabólicas en que se encuentra el árbol se interrelacionan. El cambio en la susceptibilidad, durante el transcurso de la temporada, constituye un ejemplo de esta influencia.

Reguladores del crecimiento (RC)

La aplicación postcosecha de reguladores del crecimiento para disminuir los desórdenes de la cáscara en naranjas, retardar la senescencia en dicha especie y extender la época de cosecha de las mismas ha sido objeto de numerosas investigaciones con resultados alentadores.

La senescencia natural en naranjas está acompañada por una acumulación total de azúcares reductores, un aumento de la relación K/Ca y una disminución en el metabolismo de la glucosa. El ácido giberélico (GA₃), al retardar el envejecimiento, actúa cuantitativamente en los cambios en los azúcares y otros componentes de la fruta. Existen otros ejemplos: se aumenta el contenido de calcio en la fruta de manzana con rociaduras de ácido naftalenacético (NAA).

Se relizaron experiencias preliminares de conservación refrigerada de pomelo "Ruby Red" con aplicaciones precosecha a la fruta de 500 ppm de GA₃, 100 ppm de benziladenina (BA) y 44 ppm de 2-4D, mezclados y además aplicados separadamente. Las frutas se cosecharon 7 días y 7 semanas después de los tratamientos. Se obtuvo una tendencia a aumentar la resistencia al daño por frío con 2-4D y BA. Los mismos productos aplicados postcosecha no dieron resultados satisfactorios.

Composición mineral

A pesar de los síntomas de deficiencia de calcio en las hojas son raramente observados, anualmente se producen serias pérdidas económicas por desórdenes fisiológicos, producidos por niveles inadecuados de calcio en las frutas, en algunos tubérculos o en las hojas centrales de vegetales como la col, lechuga y otros relacionados con éstos.

En 1967, una variedad de manzanas cultivadas en Inglaterra, presentaron un número no usual de desórdenes durante el almacenamiento refrigerado, se analizó la composición mineral de las frutas con desórdenes en el momento de cosecha y después del período de almacenamiento, provenientes de diferentes regiones. Se encontró que las frutas enfermas presentaban bajos niveles de calcio con respecto a las sanas. Simultáneamente, altas concentraciones de otros elementos contribuyeron a aumentar la sensibilidad de las frutas, entre ellos K, P y Mg. Se sugirió que, si la concentración promedio de calcio en la fruta era superior a 5 mg/100 g de peso fresco, el lote no habría de presentar "bitter pit".

Para disminuir los daños en algunas zonas geográficas, los productores de manzanas rocían las frutas en plantas con sales de calcio para prevenir las manchas. En otras, reducen los aportes de potasio al suelo o controlan la disponibilidad de nitrógeno durante la etapa de crecimiento.

Existen informaciones sobre un daño, caracterizado por manchas en pimientos, causado por altos contenidos de Ca en el fruto y altos niveles de carbonato de calcio en el suelo y bajos de potasio y magnesio resultados que son completamente opuestos a las experiencias con tomates o manzanas.

Ya que los tratamientos al suelo no producen generalmente resultados satisfactorios en cuanto a incrementar el contenido de calcio en las frutas, la mayoría de las investigaciones se han encaminado a adicionar el elemento a la fruta, bien sea por aspersión precosecha o por inmersión de la misma en soluciones de sales de calcio en la postcosecha.

El tratamiento con soluciones de nitrato o cloruro de calcio, con adición de Keltrol (xantatos) durante diferentes tiempos de inmersión, ha sido efectivo en reducir significativamente la incidencia de distintos desórdenes fisiológicos en manzanas, en peras "anjou" y en daños mecánicos en cerezas, aumentando la firmeza de la misma.

En general, existe un factor tiempo-temperatura para que los daños por frío se produzcan, que hay que tener en cuenta para seleccionar las condiciones de almacenamiento de una determinada especie.

Muchos autores coinciden en que una humedad relativa cercana al 100% reduce los daños. Por el contrario, bajas humedades agravan los síntomas. Este efecto es válido para muchas frutas y vegetales, excepto manzanas. Aparentemente, la reducción del daño se debe a una transpiración reducida. Así, el encerrado produce una disminución significativa del daño por su efecto sobre la pérdida de agua de la fruta.

La pérdida de peso y la marchitez se relacionan más con el déficit de vapor de agua (DVA) que con la humedad relativa; pero a temperatura constante, la pérdida de peso presenta una correlación lineal con la humedad relativa. La pérdida de peso tiende a variar inversamente con el tamaño de la fruta.

El almacenamiento de vegetales a humedad relativa alta (98 a 100%) ha despertado un interés creciente para disminuir la pérdida de peso y mantener la calidad del producto.

Desde la década del 60, ya se habían realizado pruebas con emulsiones de polietileno en combinación con ciertos fungicidas, con el propósito de disminuir el daño por frío y la pérdida de peso. Otros métodos también utilizados han sido los siguientes: Recubrimiento de las cajas con película de polietileno, papel

de seda y papel parafinado, envoltura individual con polietileno de alta y baja densidad y cloruro de polivinilo (PVC). Estas películas de 0,010 a 0,30 mm de espesor, se reforzaron con la adición de otros materiales, tales como fungicidas, agentes productores de etileno y absorbentes del mismo. El empaque individual, al reducir la velocidad de transpiración reduce el "pitting" y las pérdidas de peso de 4 a 7 veces con respecto al tratamiento de encerado.

Las frutas mantuvieron la firmeza, aroma y sabor característicos y se hicieron más resistentes a la deformación. La película impidió que la pudrición se diseminara por la caja y afectara a las otras frutas. Por otra parte, el contenido interno de CO₂ no se afecta por la envoltura.

Estas películas flexibles presentan como característica, gran permeabilidad de los gases (CO₂ y O₂) y muy baja permeabilidad al vapor de agua. El CO₂ y el O₂ intervienen en el proceso de respiración del producto frutihortícola, por lo cual un intercambio adecuado, asegura el mantenimiento de los procesos vitales y de ahí de los caracteres organolépticos. Se hacen referencias que, hasta un mes de almacenamiento, no hubo diferencias significativas en el porcentaje de pudrición entre naranjas, pomelo y limones con envoltura con polietileno de alta densidad mantenidos a temperaturas entre 13 y 25 °C y las frutas sin las películas conservadas a 2, 10 y 14 °C respectivamente.

Los resultados de estas investigaciones a escala de laboratorio fueron confirmados en embarque experimentales desde la Florida al Japón. En Israel y Estados Unidos se han diseñado y construido las máquinas para este proceso.

Estos son algunos ejemplos de cómo se están solucionando los problemas de conservación para mantener la calidad de los productos frutihortícolas el período necesario y conveniente para su comercialización.

Para llenar las falencias que existen habrá que realizar experiencias locales sobre las condiciones de almacenamiento refrigerado de las frutas y hortalizas seleccionadas, período que pueden almacenarse, temperatura y humedad adecuadas para conservar en las mejores condiciones con el fin de mantener la calidad según la especie y variedad, etc.

Entre las modalidades de conservación, los productores deberán recibir asesoría sobre:

1. diferentes películas flexibles para evitar la deshidratación, vg. polietileno de alta densidad, cloruro de polivinilo (PVC), películas con microperforaciones.
2. condiciones de las cámaras según la época de cosecha y los diferentes tratamientos precosecha aplicados, clima, agroquímicos, etc.
3. uso de planta de empaque, tratamientos a aplicar para el acondicionamiento óptimo de los productos.
4. estudio de la influencia del empaque en la conducta posterior de la comercialización.
5. determinación de residuos de plaguicidas y antifúngicos.
6. estudio de la maduración con diferentes modalidades tecnológicas pre y postcosecha.
7. estudio de los contaminantes causales de las averías por pudrición y medios para combatirlos.

Estos análisis, deberán acompañarse con las respectivas evaluaciones de ingresos y costos, que permitan determinar, en términos financieros, las ventajas de operar con sistemas alternativos.

En cuanto al sector oficial, es necesario poner en vigencia el programa de Manejo Postcosecha, por el cual se puedan articular acciones entre los organismos correspondientes para organizar las actividades postcosecha por cada producto frutihortícola (especialmente los que tengan mayores posibilidades de exportación). Es recomendable que la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca sea la sede del programa.

Por otra parte, deben promoverse acciones con las Facultades de Agronomía para que el tema de manejo postcosecha de frutas y hortalizas sea objeto de estudio en la carrera y de cursos de postgrado.

Además, diseñar una investigación sobre pérdidas postcosecha de los principales productos frutihortícolas. El ejecutor principal debe ser el INTA con la participación de las cooperativas, asociaciones, empresas y entidades oficiales que estén involucradas en el tema.

Promover acciones de emprendimientos conjuntos con el sector privado para apoyar el financiamiento de experiencias en el manejo postcosecha en los institutos nacionales especializados.

Promover y/o participar en actividades de integración en programas conjuntos con los países latinoamericanos, especialmente los del cono sur.

En la actualidad la creciente interdependencia entre la producción y el comercio de los productos frutihortícolas hace que se fortalezca el área tecnológica para que la Argentina pueda mantener su competitividad internacional.

La complejidad de la ciencia y la tecnología y las inversiones requeridas para el desarrollo indican la necesidad de aunar esfuerzos y distribuir responsabilidades en función de un interés común.

Algunos ejemplos prácticos de lo anteriormente expuesto.

En la figura 1 se observa cómo el patrón de injerto influye en la conducta posterior durante la refrigeración de la fruta. Las frutas de plantas provenientes del patrón *C. macrophylla* presentaron un porcentaje muy superior de avería (tanto daño por frío como pudrición) después de cuatro semanas a 6°C y una adicional a temperatura ambiente.

En la figura 2 se muestra la relación entre el contenido de calcio en el jugo de lima "Persa" en el momento de cosecha y el porcentaje de frutas dañadas al final de la conservación a temperatura drástica. Los lotes de frutas con una concentración promedio inferior a 100 ppm de calcio en el jugo presentaron un porcentaje de avería significativamente mayor.

Estos resultados indican que es posible predecir la susceptibilidad de una especie a las bajas temperaturas del almacenaje, determinando, por ejemplo, algunos índices fisicoquímicos en el momento de cosecha.

El efecto de dos condiciones de humedad en las cámaras se muestra en la figura 3. El porcentaje de frutas con daño por frío es significativamente mayor con una humedad menor al 75% que con humedades superiores al 95%.

En la figura 4 se muestra cómo influye la envoltura individual con polietileno de alta densidad sobre la pudrición y el daño por frío. Se comparan frutas envueltas sin encerar y enceradas de forma tradicional. Es altamente significativa la reducción del porcentaje de avería y de pérdida de peso (figura 5) en el lote de frutas sin encerar pero envueltas.

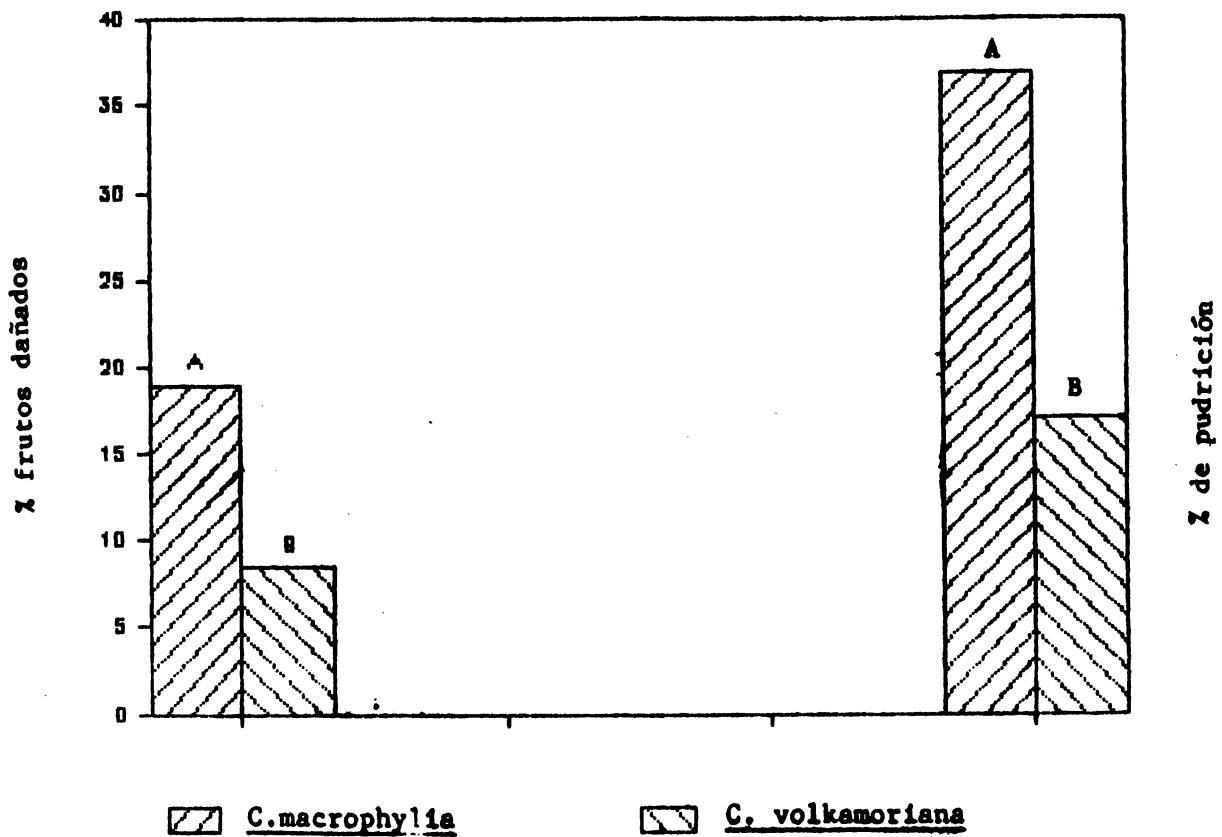


FIG.1 - Influencia de los patrones *C. macrophylla* y *C. volkamertana* en la conducta de la lima 'Persa' durante 4 semanas a 6°C y una adicional a 20°C.

Letras diferentes sobre las barras indican diferencias significativas entre los valores promedios comparados ($p < 0,05$).

\bar{E}_x = (pudrición) = 4,8

\bar{E}_i = (frutas dañadas) = 1,4.

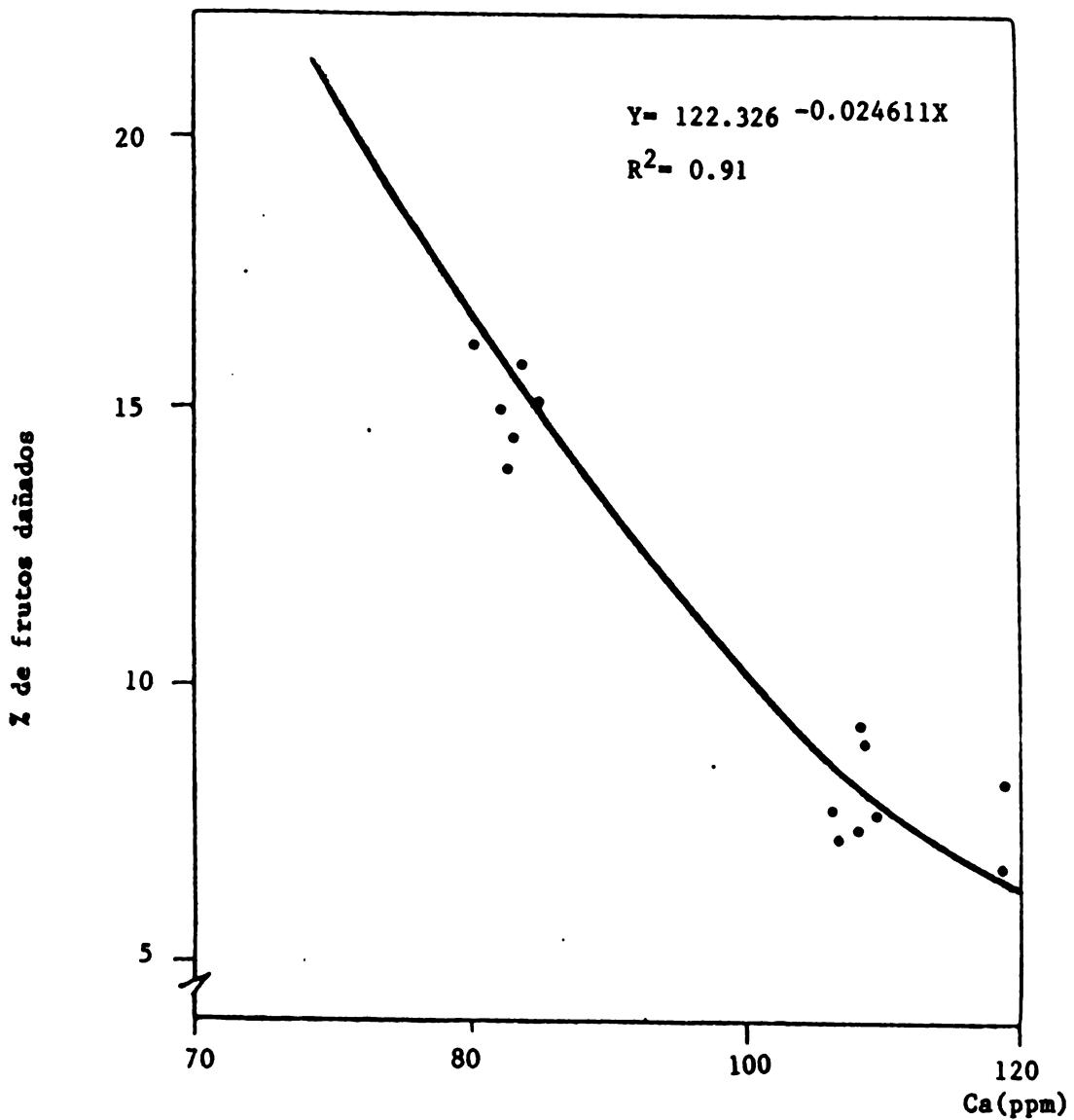


FIG.2 -Relación entre el contenido de calcio (ppm) en el jugo de limas "Persa" en el momento de recolección y el porcentaje de frutas dañadas al final de 4 semanas de conservación a 6°C y una adicional a 20°C. (p<0,01).

y = % de frutas dañadas en el almacenamiento.

x = Ca (ppm) en el jugo.

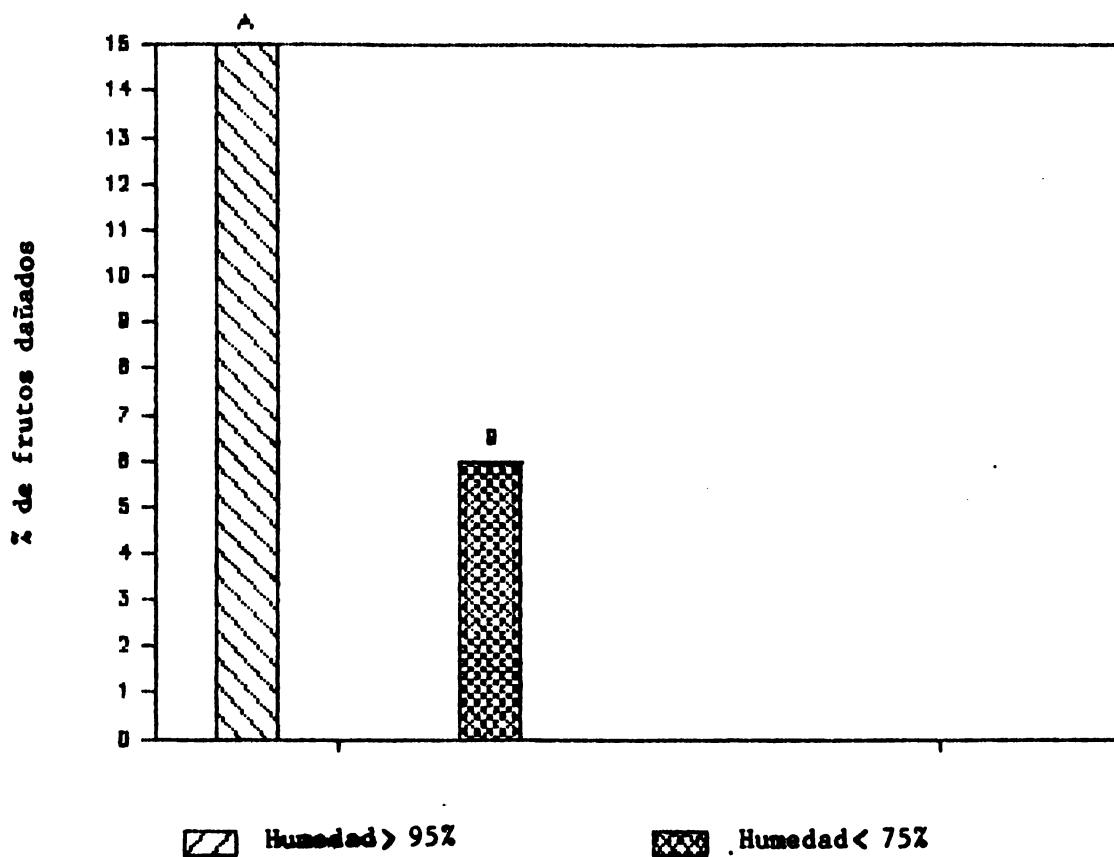


FIG. 3 Porcentaje de frutas de pomelo "Marsh" almacenados 4 semanas a 6°C y una semana adicional a 20°C en dos condiciones de humedad relativa.

Letras diferentes sobre las barras indican diferencias significativas entre los valores promedios comparados ($p < 0,01$) $E\bar{x} = 1,1$.

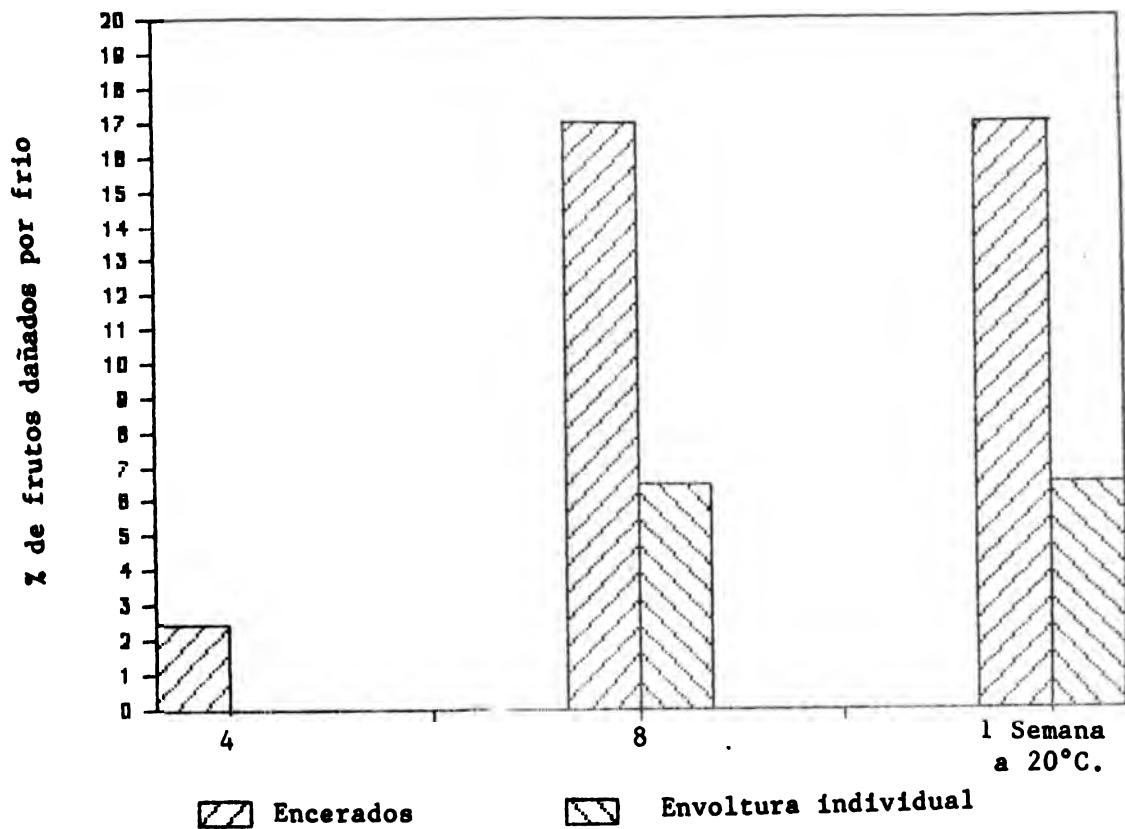


FIG. 4. Efecto de la envoltura individual con polietileno de alta densidad (PAD) sobre las pérdidas durante el almacenamiento a temperatura crítica y una semana adicional a 20°C, de pomelo "Marsh" cosechados en época tardía (Febrero de 1982).

Letras diferentes sobre las barras indican diferencias significativas entre los valores promedios comparados ($p < 0,001$)

$E\bar{x} = (\% \text{ pudrición}) = 0$

$E\bar{x} = (\% \text{ fruta dañada}) = 0,8$.

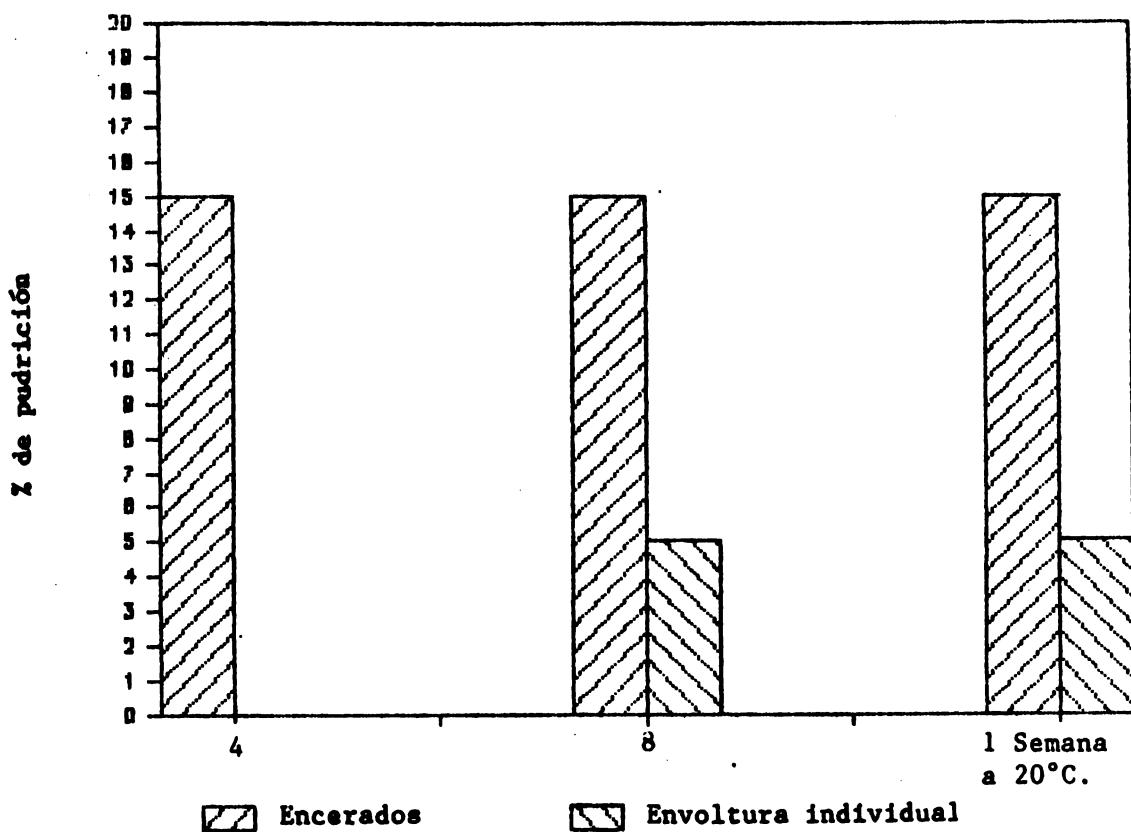


FIG. 4. Efecto de la envoltura individual con polietileno de alta densidad (PAD) sobre las pérdidas durante el almacenamiento a temperatura crítica y una semana adicional a 20°C, de pomelo "Marsh" cosechados en época tardía (Febrero de 1982).

Letras diferentes sobre las barras indican diferencias significativas entre los valores promedios comparados ($p < 0,001$)

$E\bar{x}$: = (% pudrición) = 0

$E\bar{x}$: = (% fruta dañada) = 0,8.

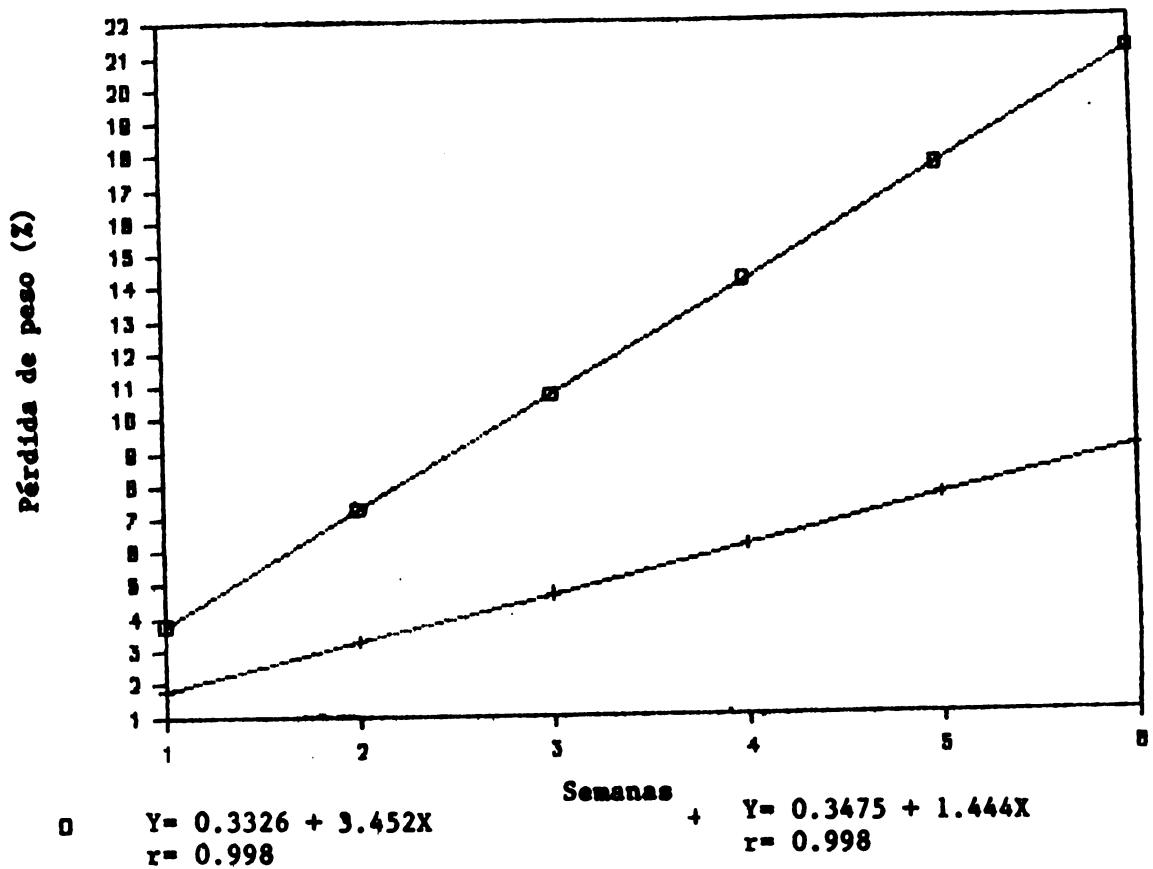


FIG. 5 Pérdida de peso (% con respecto al peso inicial) de las frutas de pomelo. "Marsh" almacenadas seis semanas a 6°C en dos condiciones de humedad relativa ($p < 0,01$).

HR < 95%

HR > 75%

CAPITULO IV

**EXPERIENCIAS DEL
DESARROLLO FRUTIHORTICOLA EN ALGUNOS
PAISES DE SUDAMERICA**

DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES FRUTICOLAS. EL CASO CHILENO

Sr. Esteban Córdova T.¹

Primeramente, deseo agradecer al Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), la oportunidad que se me brinda de participar en este importante seminario. •

Se me ha pedido referirme al desarrollo de las exportaciones frutícolas en Chile en los últimos años y la estrategia seguidas para conseguir los auspiciosos resultados producidos.

Es importante destacar que las exportaciones agrícolas de Chile en los últimos 10 años han crecido a una tasa anual superior al 10%. Es el producto de una serie de factores, que en lo fundamental son las siguientes razones:

- Mantención de políticas claras de largo plazo de apertura al comercio exterior y de desarrollo de ventajas comparativas.
- El tener un tipo de cambio alto.
- Al cambio de mentalidad logrado en el sector agrícola, al lograr introducir el concepto de agricultura moderna, lo que ha hecho que el agricultor invierta en tecnología, recursos humanos y bienes de capital.

Ahora bien, para lograr un desarrollo armónico es necesario que exista un marco macroeconómico adecuado con políticas de fomento adecuadas. Estas medidas corresponde tomarlas al Estado por su naturaleza de orden jurídico y al sector privado le corresponde "usarlas" de la mejor forma posible a objeto de optimizar el proceso exportador. Política básica para el desarrollo agrícola y por ende sus exportaciones, es el respeto y el resguardo a la propiedad privada y el pleno respeto a la libertad de comercio.

Dentro de ese contexto, es que se procedió a diseñar políticas generales en los ámbitos arancelarios, aduaneros, cambiarios, tributarios, laborales, de transporte, etc., que tuvieran características netas de promoción de exportaciones con la consiguiente flexibilidad para permitir un proceso dinámico. A continuación describiremos estas políticas:

¹ Consultor privado. Chile.

Arancelaria y aduanera:

A partir de 1974, se comenzó con la eliminación de los controles al comercio con tarifas altas y diferenciadas.

En materias arancelarias se ha hecho una desgravación progresiva que ha llevado los aranceles de un nivel cercano al 100% con variadas excepciones, al actual de 20% que se aplica en forma pareja salvo escasísimas excepciones.

En aspectos cambiarios, como se dijo, se mantiene un tipo de cambio relativamente alto con un nivel de equilibrio congruente con las tendencias de mediano plazo de la balanza de pagos.

Devolución de impuestos indirectos:

Otra política que ha sido fundamental en el crecimiento de nuestros envíos al exterior es la devolución de impuestos indirectos que afecta a las exportaciones a través de algunos mecanismos como:

- Permitir que un exportador obtenga un crédito fiscal por los gravámenes aduaneros correspondientes a los insumos incorporados en la producción de bienes finales exportados.
- Permitir que se suspenda el pago de derechos de aduana de los insumos importados incorporados a una exportación.
- Permitir a los exportadores recuperar el impuesto al valor agregado (IVA), pagado por los insumos que se incorporan a una exportación.
- Permitir, diferir y finalmente no cancelar derechos de aduana a bienes de capital importados para producir.

Junto a las políticas antes mencionadas, también a partir de 1974 se inició un sinnúmero de reformas administrativas que modernizaron el Estado y la economía, en especial al sector exportador las cuales enunciaremos a continuación

Laborales

En un país como Chile con abundancia de recursos naturales y disponibilidad de mano de obra el funcionamiento del mercado laboral adquiere especial importancia para el desarrollo del sector exportador. La existencia de normas que rigidicen este mercado en forma artificial, impiden el desarrollo armónico de actividades intensivas en mano de obra.

La modernización de esta legislación ha incidido en forma importante en el desarrollo de las exportaciones, en especial por su incidencia en el sector portuario.

Portuarias

Se hicieron regulaciones que permitieron mayor participación e inversión de la iniciativa privada. Con el fin de reducir los costos de embarque y desembarque, se racionalizaron operaciones y se modificaron tarifas con el objeto de incentivar el uso de las infraestructuras y se efectuó un proceso estricto de evaluación socioeconómica de las inversiones.

Transporte

En estas materias se ha modernizado la legislación promoviendo la competencia y permitiendo un mayor poder de negociación entre los agentes involucrados, entre ellos los exportadores. Para ello se modificó la ley de la marina mercante y del transporte aéreo, exigiendo además máxima eficiencia a las empresas estatales que trabajan en el área.

Mercado de capitales

Un mercado de capitales deficiente o mal desarrollado perjudica a la economía en general, por ende, al sector exportador frenando la inversión.

A partir de 1974 se inician profundas reformas que pese a la crisis financiera de 1982, han transformado a nuestro mercado de capitales en uno de los más dinámicos y sofisticados de la plaza creándose una infraestructura financiera de excelente nivel para la inversión y la exportación.

Promoción de exportaciones

Como una forma de potenciar nuestro país en pos de una economía exportadora se creó la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, PROCHILE. Esta institución mantiene cuatro Direcciones que cada cual en lo suyo promueven y acrecentan nuestra presencia en los mercados mundiales estas son:

Dirección de Asuntos Económicos Multilaterales:

Que participa en todos los foros internacionales de carácter multilateral, promoviendo el libre comercio e impulsando las políticas contra el proteccionismo.

Dirección de Asuntos Económicos Bilaterales:

Como su nombre lo dice, su tarea es la relación económica país - país, las negociaciones en el marco de ALADI y representa la posición de nuestro país en los SGP de los países desarrollados.

Dirección de Coordinación:

Encargada de realizar estudios especiales, análisis de las medidas de fomento a las exportaciones para sugerir cambios o mejoras a la autoridad económica y por último de todo lo relacionado con la cooperación técnica internacional a través de los diversos acuerdos bi o multilaterales en que Chile participa.

Dirección de Promoción de Exportaciones:

La cual tiene contacto directo con los exportadores agrupados en 51 comités sectoriales por rubros afines. De estos comités 13 pertenecen al sector agrícola agrupando alrededor de 200 empresas exportadoras. La labor que desarrollan los privados es elaborar y poner en marcha ini

ciativas conjuntas con PROCHILE como misiones comerciales, adopción de normas de calidad, etc. Además se contactan con las 26 oficinas comerciales con que se cuenta en el mundo, para ofrecer sus productos, conocer características y normas de esos mercados etc.

La estrategia de promoción ha sido aplicada en forma muy pragmática, con una buena participación del sector privado aunado en asociaciones gremiales y en estos comités por rubro, que funciona bajo el patrocinio de la Dirección de Promoción de PROCHILE.

Comité de Exportadores:

Los comités de exportación que son asociados de hecho (no de derecho), fueron implementados a partir de 1983, al principio la tarea no fue fácil, ya que los exportadores de un mismo rubro trabajan dentro de un marco de fuerte competencia; sin embargo, paulatinamente se ha generado confianza y los exportadores han llegado al convencimiento que existen intereses comunes en los cuales pueden trabajar conjuntamente sin perder su individualidad. La idea es que en el futuro algunos de estos comités pudieran llegar a formar consorcios exportadores, hecho que ya se ha logrado en algunos sectores no agrícolas.

Cada comité a cargo de un sectorialista decide la estrategia a seguir de acuerdo a sus posibilidades y a las necesidades más apremiantes para mejorar la posición en aquellos mercados prioritarios. PROCHILE apoya las actividades programadas por cada comité, seleccionando aquellas en las que es evidente que existe un beneficio social importante, y no solamente benefician a unos pocos exportadores.

Actualmente funcionan 13 comités para las exportaciones agropecuarias, los que agrupan a un alto porcentaje de la oferta exportable en cada rubro, según se muestra a continuación:

COMITES DE EXPORTACION DEL SECTOR AGROPECUARIO DE PROCHILE - 1986

Comites	Número de empresas	% de export. por rubro	Exportaciones Us\$ mill - 1986
Vinos	8	82	13.3
Peltes	4	100	4.0
Frutas frescas	52	90	486.8
Manzanas deshidrat.	6	60	2.9
Hortalizas secas y conservas	5	88	10.7
Legumbres secas	19	90	41.0
Pelo angora	8	70	10.5
Lácteos y quesos	4	95	3.7
Flores	3	88	1.1
Hongos	9	70	0.9
Hortalizas frescas	18	75	12.0
Frutas secas y conservadas	12	55	29.9
Apícola	9	100	1.7

Fuente: PROCHILE

Las principales acciones que realizan estos comités se pueden caracterizar en las siguientes:

- Misiones Comerciales
- Asesorías de especialistas extranjeros.
- Participación en ferias internacionales y congresos.
- Campañas promocionales.
- Invitación a importadores y técnicos.
- Mejoramiento de calidad.
- Embarques de prueba.

Las acciones desarrolladas por estos comités son múltiples y en muchos países. En su programación diseño y ejecución participa el sector privado en forma preponderante. El financiamiento también proviene del sector privado con eventuales apoyos de PROCHILE.

Una de las acciones más destacadas ha sido la campaña de promoción del consumo de fruta fresca fuera de temporada en el mercado de Estados Unidos y Canadá. Esta ha incluido publicidad en diversos medios masivos, contactos por correo, apoyo a la comercialización en el terreno, producción de materiales colaterales y puntos de venta. En esta campaña se gastó en el último año u\$s. 1.8 millones, que fueron financiados por los miembros del comité correspondiente. El resultado fue bastante positivo, ya que este mercado recibió entre 1983 y 1986 más de un 20% de fruta chilena.

Acciones de otras empresas e Instituciones no estatales.

Además del esfuerzo desarrollado por estos comités, cabe destacar el de muchas empresas y organizaciones privadas que prestan diversos tipos de servicios para la exportación.

Los exportadores se han organizado contratando barcos charter, reduciendo el costo de transporte; muchos han instalado sus propios frigoríficos, plantas y empaque, algunas empresas lo han hecho como un negocio de prestación de servicios. Los productores, que incluyen predios de todo tamaño, han aprendido a estar atentos a introducir nuevas tecnologías, ya que la mayoría se ha convencido que es rentable y a veces indispensable para lograr productos de calidad, con un mejor precio. Han enfrentado las inversiones en nuevas plantaciones y siembras. Es frecuente ver productores interesados en ensayar nuevos productos, nuevas variedades para exportación. Han contado con el apoyo del Instituto de Investigaciones Agropecuarias del Ministerio de Agricultura en aspectos de producción, y del Servicio Agrícola y Ganadero en aspectos de sanidad. En estos aspectos hay que mencionar que se ha contado con el valioso aporte de organismos internacionales, entre ellos IICA.

Otras organizaciones privadas han proporcionado sellos de calidad, que son contratados voluntariamente por el productor, el exportador o a veces por el importador extranjero. Entre estas organizaciones, destacan la labor realizada por Fundación Chile, que inició este servicio para embarques de fruta fresca en 1982, las universidades, la Corporación de Fomento y diversas instituciones privadas, existiendo además una Asociación Chilena de Control de Calidad (ASCAL).

Las universidades han dirigido esfuerzos a investigar en rubros de exportación, apoyando la transferencia de tecnología. Los medios de comunicación masiva se preocupan de informar del tema de las exportaciones que ha llegado a ser un tema de interés del público en general.

Los Bancos han estado atentos a financiar la producción y las operaciones para la exportación. Las empresas de seguros también realizan importantes operaciones en este campo; cabe destacar el seguro a la producción frutícola que ofrecen empresas particulares.

Evolución de las exportaciones agrícolas:

Ahora bien, como resultado de la aplicación de estas políticas y medidas de fomento las exportaciones silvoagropecuarias han experimentado en los últimos 14 años un incremento que se puede calificar de espectacular, de la misma forma que se han disminuido las importaciones en forma importante, lo anterior ha hecho que pasáramos de una Balanza Comercial deficitaria, en casi u\$s 550 millones en 1973 a una superavitaria de más de u\$s 900 millones en 1986.

Año	Exportaciones	Importaciones	Saldo
1973	62.5	607.0	(544.5)
1974	188.9	603.0	(414.1)
1975	265.9	510.2	(244.3)
1976	311.0	427.8	(116.8)
1977	410.1	434.6	(24.5)
1978	491.2	498.4	(7.2)
1979	716.4	579.3	137.1
1980	974.1	787.7 (*)	186.4
1981	798.1	766.0	32.1
1982	711.8	564.5	147.3
1983	656.4	510.8	145.6
1984	813.1	462.9	350.2
1985	845.0	250.4	594.6
1986	1,102.0	178.4	923.6

Fuente: Elaborado por ODEPA con antecedentes del Banco Central y Aduana.

Exportaciones:

Incluye papel, celulosa y derivados, descontando impresos.

Importaciones:

Considera productos de origen agropecuario e industrial alimenticio.

(*) : Importaciones efectivas desde 1980 en adelante; antes corresponde a registros de importación.

NOTA:

Los productos que se consideran en este balance comercial, se muestran en el Cuadro 1 con cifras de los tres últimos años.

Por otra parte hay que destacar que las exportaciones sectoriales que en 1973 constituían el 5% del total de nuestros embarques, en 1986 este porcentaje fue superior al 26%.

También es importante destacar que del total de las exportaciones los productos frutícolas fueron en 1986 el 12,5% del total y de ello casi el 50% fue de uva de mesa y un 25% de manzanas, lo que demuestra la importancia de este rubro. Le siguen en importancia las peras y los duraznos y nectarines rubros que en conjunto exportaron alrededor de u\$s 50 millones en 1986.

En lo que se refiere a volumen exportado el primer lugar lo ocupa la manzana con más de 310 mil toneladas, seguido de la uva con 230 mil toneladas y las peras con 45 mil toneladas (ver cuadro 2).

Otro aspecto que es relevante es la importancia que reviste Chile en las exportaciones frutícolas del hemisferio sur que es de un 31% en manzanas, un 23% peras, un 80% en uva de mesa y un 92% en duraznos y nectarinas. Con una presencia también importante en las transacciones mundiales de estos productos tal como se puede apreciar en el Cuadro N 3.

Los principales mercados para nuestra fruta lo constituyen en uvas frescas, Estados Unidos, con un 70% seguido de Europa con un 18% y después Medio Oriente (Cuadro N 4.)

En tanto en manzanas el principal demandante es la CEE con más de un 50% seguido por el Medio Oriente con alrededor de un 20%. (ver Cuadro N 5).

En cuanto a las peras es Europa nuestro principal mercado (58%), seguido de Estados Unidos con un 30%.

Se puede constatar en las especies analizadas la poca importancia que representan los envíos a América Latina que está demostrando estancamiento en la compra de nuestros productos, debido principalmente a los problemas de disponibilidad de divisas provocadas por la agobiante deuda externa.

En síntesis, podemos mencionar que nuestros mercados son EE.UU., Europa, Medio Oriente, Lejano Oriente y Latinoamérica, los cuales adquieren porcentajes diferentes de nuestros productos dependiendo del nivel de desarrollo que haya alcanzado el rubro en cada uno de ellos y a situaciones de mercado a veces coyunturales, como el valor de la moneda y su abastecimiento interno, entre otras.

Hay que destacar que nuestros principales mercados (EE.UU. y Europa) están insinuando peligrosas medidas proteccionistas como es el caso de la uva en los EE.UU. y las manzanas en la CEE, situaciones que no sólo afectarían a Chile sino a todo el hemisferio sur.

Nuestros dos mercados alternativos y que estamos empeñados en desarrollar, los constituyen el Lejano y el Medio Oriente, sin embargo, debido a problemas de volumen, los fletes representan una limitante importante por su alto costo ya que la frecuencia de las naves de línea que efectúan este recorrido en forma rápida son casi inexistentes.

Futuro de las exportaciones hortofrutícolas de Chile

Para acrecentar y expandir nuestras exportaciones se hará necesario acrecentar algunas medidas ya existentes, perfeccionar otras y crear nuevas de acuerdo a la dinámica propia del mercado mundial.

1. En primer lugar hay que reiterar que el mantener reglas claras de la economía que permitan e impulsen al sector privado a desarrollar nuevas inversiones para desarrollar los rubros en que el país tiene efectivas ventajas comparativas, en especial en frutas y hortalizas off season respecto al hemisferio norte.
2. Diversificar la producción, como dijimos anteriormente la producción y exportación frutícola se encuentra muy concentrada en algunos productos ello obliga a buscar otras alternativas, tanto en especies y variedades como en nuevos usos agroindustriales (jugos, congelados, deshidratados y conservas).

Para lo anterior la acción coordinada de los organismos de investigación y promoción es fundamental en el sentido de desarrollo de rubros con un buen mercado, a objeto de diversificar la oferta exportable sectorial.

3. Mercados, una de las tareas básicas y apremiantes en la actualidad es la consolidación, mantención y defensa de los mercados actuales, contra las crecientes medidas proteccionistas que imponen o tratan de imponer los países desarrollados. Esta labor la hemos abordado de dos formas, la primera, es imponiendo nuestros productos por la calidad de tal forma que para el consumidor extranjero sea importante contar con el producto y la segunda, es una defensa del libre comercio y de nuestro derecho a exportar en todos los foros multilaterales en que nosotros participamos, especialmente el GATT.

Tan importante o más que lo anterior es el abrir nuevos mercados, como podemos apreciar en los cuadros N 4 y 5, nuestros envíos al Oriente son aún bajos y deben adquirir una mayor importancia.

Para lo anterior, PROCHILE intensificará en conjunto con los exportadores privados sus esfuerzos (misiones, ferias, etc.) de penetración de esos mercados, tratando de solucionar a través de acciones conjuntas el principal escollo para acceder a ellos y que no es otro que el costo de transporte que en algunos casos llega a constituir más del 50% de precio CIF.

4. Calidad, otro aspecto de especial relevancia para el incremento de las exportaciones es el envío de productos de cada vez mejor calidad. En el último tiempo los exportadores se han ido convenciendo cada vez en mayor medida de la importancia de lo antes dicho. Hay que recordar que nuestro país no impone controles de calidad obligatorios, haciéndole sólo en aspectos sanitarios, a modo de ejemplo de la seriedad con que los exportadores abordan los aspectos de calidad, podemos mencionar que la Asociación de Exportadores de Chile dio inicio en la temporada 1986/87 al "Convenio de Control de Calidad en uva de mesa", estableciendo requisitos mínimos de acuerdo a los mercados demandantes.

La adhesión -que fue voluntaria- a este convenio, incorpora más del 90% de la uva exportada.

En estas materias el accionar del Estado a través de PROCHILE es el promover al interior de los comités de exportación la adopción de requisitos mínimos de calidad, los cuales son adoptados voluntariamente por los privados, quienes a su vez ejercen un auto-control de las normas auto-impuestas.

También, para esto se cuenta con expeditos sistemas de información sobre los requisitos mínimos de calidad que cada producto deba cumplir según cual sea su mercado de destino, con esto se apoya directamente al exportador para su decisión mercado/precio.

En síntesis, y para concluir, hay que tener presente el desafío que involucra el mantener y acrecentar nuestras exportaciones. Lo anterior requiere una decidida y coordinada acción entre productores, exportadores y las instituciones de gobierno en su rol subsidiario. Ello es lo único que puede asegurar que nuestros envíos al exterior mantengan e incrementen su ritmo de crecimiento y continúen su cada vez más alta contribución al desarrollo del país.

CUADRO 1
BALANCE COMERCIAL
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES PRIMARIOS
E INDUSTRIALES
Monto Millones US\$ FOB (Moneda de cada año).

	1983	1984	1985	1986
1. Primarios				
1.1 Agrícolas				
Frijoles	13,0	10,5	25,9	25,2
Lentejas	2,6	2,3	8,2	13,6
Fruta fresca	220,4	293,6	357,3	476,0
(uva)	125,8	164,7	215,5	249,0
(manzanas)	62,9	74,5	74,3	126,4
(peras)	9,2	11,4	12,6	25,2
(duraznos y nectarines)	8,6	18,8	21,6	31,6
(otros)	13,9	24,2	33,3	44,6
Mortalizas frescas	S/L	S/L	6,5	12,0
Otros	17,7	39,2	33,2	36,6
TOTAL AGRICOLA PRIMARIO	253,7	345,6	433,1	563,8
1.2 Pecuarias				
Pelo Conejo Angora	0,4	1,1	3,9	10,5
Lana	15,5	16,5	12,6	14,8
Pielés sin curtir	3,4	3,9	4,2	4,4
Cera y miel	3,3	1,8	2,4	1,7
Animales vivos	1,8	2,5	1,6	2,3
Otros	2,0	3,3	2,1	4,7
TOTAL PECUARIO PRIMARIO	26,4	29,1	26,8	38,4
1.3 Forestales Primarios				
Rollizos (pino insignis) a.3	36,0	30,0	40,2	39,0
Otros primarios	2,3	1,6	1,3	1,0
TOTAL FORESTAL PRIMARIO	38,3	31,6	41,5	40,0
2. Procesados				
2.1 Alimenticios				
Carnes y despojos	3,1	2,4	3,2	9,3
Conservas de frut. y leg.	9,4	15,2	16,2	26,1
Frutas secas	9,3	10,3	13,8	22,3
Afrecho	4,6	2,1	2,0	1,2
Cebada Malteada	8,3	9,7	6,8	4,8
Otros	7,9	12,7	11,4	25,8
TOTAL ALIMENTICIOS	42,6	52,4	53,4	89,5
2.2 Bebidas	10,8	13,2	13,6	16,7
SUBTOTAL	371,8	471,9	568,4	748,4
2.3 Forestal Industrial				
Maduras Elaboradas	80,4	86,7	73,3	98,4
Celulosa cruda	64,3	79,5	54,7	81,9
Celu.blan.y semibland.	92,1	116,4	85,8	110,7
Papel para periódicos	34,0	39,8	48,6	51,8
Otros	13,8	18,8	14,2	10,8
TOTAL FORESTAL INDUSTRIAL	284,6	341,2	276,6	353,6
TOTAL GENERAL	656,4	813,1	845,0	1.102,0

CUADRO 1(cont.)
IMPORTACIONES AGROPECUARIAS Y AGROINDUSTRIALES
Monto Millones USA FOB (Moneda de cada año).

	A Ñ O S			
	1983	1984	1985	1986
PRODUCTOS ALIMENTICIOS				
Trigo	198,3	154,1	67,8	19,3
Maíz (cons.y siemb.)	22,4	8,5	1,0	5,2
Arroz elaborado	10,7	3,3	1,0	8,3
Harina de trigo	2,9	0,8	0,1	0,0
Azúcar refinada	48,1	41,4	1,1	3,0
Azúcar cruda	0,1	0,7	0,1	0,0
Aceite de soya	54,3	63,9	51,6	15,3
Aceite de maravilla	3,6	5,4	1,5	1,2
Residuos de soya	8,0	6,3	5,2	6,8
Carne de bovinos	2,7	7,3	6,3	3,3
Carne de porcinos	0,2	1,0	0,1	0,0
Carne de ave	0,2	0,1	0,1	0,0
Leche en polvo	20,2	17,8	3,1	8,0
Suero de leche	1,1	1,4	0,9	0,4
Queso	1,6	1,3	0,6	0,3
Mantequilla fresca	4,7	2,6	0,6	0,0
Margarina	2,4	1,6	0,1	0,0
Café crudo	8,7	10,4	9,6	12,9
Té	15,0	21,3	16,0	9,5
Yerba mate	8,0	5,9	6,3	6,5
Platanos	9,5	10,1	8,3	9,9
Pina en conserva	2,1	0,9	1,1	1,6
Whisky	7,9	5,6	3,4	5,1
Sustit.lacteos(ter.)	1,9	2,2	1,6	1,5
Otros alimentos	42,3	47,5	30,0	28,1
Subtotal Alimentos	476,9	421,6	217,9	138,8
NO ALIMENTICIOS AGRICOLAS				
Algodón en rama	21,1	31,0	25,0	30,0
Lana sucia y lavada	0,5	0,4	0,3	0,4
Pelo de conejo	0,5	0,6	0,3	0,1
Tabaco en rama	4,0	0,8	1,0	1,8
Semillas forrajeras	0,5	1,2	0,6	0,6
Sem.remolacha azúc.	3,9	2,1	0,8	1,2
Otros no alimenticios	1,7	2,9	2,5	3,2
Subtotal No Alimentos	32,2	39,0	30,5	37,3
Animales Reproductores	1,7	2,3	2,0	2,3
TOTAL GENERAL	510,8	462,9	250,4	178,4

Fuente: Elaborado por ODEPA con cifras del Banco Central.

CUADRO 2

EXPORTACIONES DE FRUTA FRESCA
(toneladas)

	1974	1976	1978	1980	1982	1983	1984	1985	1986
Uva de mesa	17.152	30.774	51.055	49.848	109.244	150.161	176.404	231.527	231.294
Manzanas	29.203	73.575	116.122	165.083	181.661	179.296	208.370	202.862	312.807
Peras	5.372	13.485	15.828	22.461	25.630	20.062	27.822	30.523	45.024
Nectarines	-	2.508	4.991	6.550	8.524	13.462	18.360	26.913	29.940
Duraznos	2.685	3.306	2.501	3.206	2.806	2.879	4.938	6.714	9.215
Ciruelas frescas	1.080	2.386	2.075	3.383	3.048	5.801	8.835	16.544	19.187
Otras	2.905	12.689	7.876	10.820	8.887	7.381	8.405	17.811	18.547
TOTAL	58.397	138.723	200.448	261.351	339.800	379.042	453.134	532.894	666.014

Fuente: ODEPA.

CUADRO 3
PRESENCIA DE CHILE EN EL COMERCIO MUNDIAL
EXPORTACIONES EN TONELADAS 1985-1986

HEMISFERIO SUR	Manzanas	Peras	Uva de mesa	Duraznos y nectarines
Argentina	215 000	70 000	1 200	1 000
Australia	25 000	30 000	5 000	-
Nueva Zelanda	130 000	2 500	50	1 500
Sudáfrica	200 000	45 000	50 000	500
(Otros*)	3 000	1 000	1 500	-
CHILE	260 000	45 000	230 000	35 000
% del Hemisferio Sur	(31%)	(23%)	(80%)	(92%)
SUBTOTAL	833 000	193 500	287 750	38 000
% del total	(24%)	(30%)	(20%)	(6%)
HEMISFERIO NORTE (c/s)				
Francia	650 000	90 000	30 000	30 000
Italia	380 000	120 000	500 000	400 000
Holanda	160 000	65 000	-	-
EE.UU.	220 000	30 000	110 000	24 000
Grecia	-	-	-	64 000
España	-	30 000	-	20 000
Polonia	190 000	-	-	-
TOTAL MUNDIAL	3 500 000	650 000	1 400 000	620 000

* Colombia, Uruguay, Brasil.

DEL VOLUMEN TOTAL COMERCIALIZADO
MUNDIALMENTE, DURANTE EL PERIODO
DE EXPORTACIONES DEL HEMISFERIO SUR:

Se transan:	Chile participa con:	
Manzanas	24%	31 %
Peras	30%	23 %
Uvas de mesa	20%	80 %
Duraznos y Nectarines	6%	92 %
TOTAL	22%	42 %
4 especies		

Fuente: FAO. Cifras elaboradas por ODEPA.

CUADRO 4

CHILE: EXPORTACIONES DE UVAS FRESCAS POR AREA GEOGRAFICA
ENTRE LOS AÑOS 1983 Y 1987

(Cifras en Cajas y en Porcentajes)

AREA	1983		1984		1985		1986		1987*		TASA DE CRECIMIENTO
	VOLUMEN	%	PROMEDIO ANUAL								
NORTEAMERICA	14.250.886	69,2	17.331.254	73,6	21.898.456	70,5	21.682.701	71,4	25.680.053	70,7	16
LATINOAMERICA	192.688	1,0	219.027	0,9	246.804	0,8	396.370	1,4	292.226	0,8	11
EUROPA	3.333.069	16,2	2.248.065	9,5	4.699.368	15,1	5.476.245	18,0	7.887.164	21,7	24
MEDIO ORIENTE	2.600.810	12,6	3.578.263	15,2	3.713.098	12,0	2.333.366	7,7	2.216.398	6,1	-4
LEJANO ORIENTE	207.753	1,0	190.572	0,8	493.306	1,6	461.341	1,5	270.793	0,7	7
AFRICA	-	-	-	-	800	0,0	-	-	1.050	0,0	7
TOTAL	20.583.206	100	23.543.161	100	31.047.832	100	30.370.023	100	36.347.686	100	13

Fuente: ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G.

NOTA: *Cifras al 31.07.87 y sujetas a revisión

CUADRO 5

CHILE: EXPORTACIONES DE MANZANAS FRESCAS POR AREA GEOGRAFICA
ENTRE LOS AÑOS 1983 Y 1987

(Cifras en Cajas y en Porcentajes)

AREA	1983		1984		1985		1986		1987*		TASA DE CRECIMIENTO
	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%	PROMEDIO ANUAL
NORTEAMERICA	828.184	9,4	1.409.092	73,6	1.143.280	70,5	1.645.631	10,5	2.280.164	13,2	29
LATINOAMERICA	834.798	9,4	662.901	0,9	676.099	0,8	1.118.668	7,1	1.199.389	6,1	10
EUROPA	4.400.707	50,0	5.532.518	9,5	4.772.401	15,1	8.560.495	54,7	9.029.487	52,4	20
MEDIO ORIENTE	2.419.724	27,5	2.745.387	15,2	3.146.526	12,0	3.408.957	21,8	3.393.124	19,7	9
LEJANO ORIENTE	328.145	3,7	349.238	0,8	561.186	1,6	921.249	5,9	1.480.593	8,6	46
TOTAL	8.801.558	100	10.699.134	100	10.299.492	100	15.654.600	100	17.382.757	100	15

Fuente: ASOCIACION DE EXPORTADORES DE CHILE A.G.

NOTA: *Cifras al 31.07.87 y sujetas a revisión

**LA EXPERIENCIA BRASILEÑA CON LA PRODUCCION,
INDUSTRIALIZACION Y EXPORTACION DE JUGO DE NARANJA:
UN DESTACADO CASO DE DESARROLLO**

Dr. Andrés Troncoso Villas¹

INTRODUCCION.

La primera industria de jugo de naranja concentrado y congelado del país comenzó a funcionar en 1962. Hoy Brasil saca 750.000 toneladas de JNCC a 65 Brix (65% de sólidos) y excede la producción de Florida en mucho más de 100.000 toneladas y la diferencia continúa aumentando. La producción de naranja de Brasil de 170 millones de árboles está creciendo rápidamente, mientras que la de Florida continúa declinando. Florida tenía 267.000 hectáreas de naranjas en 1970 y actualmente posee 50 millones de árboles en 233.000 hectáreas.

Las urbanizaciones en Cabo Cañaveral y Walt Disney World reemplazaron los naranjales, elevando el precio de la tierra. Los productores de naranja en Florida no pueden soportar mantener su tierra con cítricos, mientras que en Brasil se mantuvo plantando. En cualquiera de los casos, la industria mundial JNCC tiene ahora dos importantes áreas productivas (una en Florida 28°N 82°W y la otra firmemente ubicada en San Pablo, Brasil a 22°S 48°W) y una principal área de consumo: Norte América.

La industria JNCC brasileña se caracteriza por abundancia de naranjas; la determinación para aumentar la producción de naranja; un sector de procesamiento eficiente, bien equipado con las últimas maquinarias; un alto grado de apoyo e intervención por parte del Gobierno en promover y estabilizar la industria; y una fuerte confianza en el mercado exportador, 90% de la producción de la JNCC brasileña se exporta a Europa y a los Estados Unidos. El mercado exportador ha sido sujeto a grandes fluctuaciones de precios debido a heladas en Florida y super producción en Brasil.

Así, el reto que ahora encara la industria de JNCC brasileña es ser capaz de mantener sus productores y la industria próspera durante años de buenas cosechas de naranjas tanto en Brasil como en Florida y que también aporte el máximo de ventaja de precios altos cuando se dañen, por heladas, los naranjales de EE.UU. Brasil desea un precio mínimo de US\$ 1,100/tn por su JNCC pero los mercados actuales no están capacitados para absorber toda su producción anual a precios elevados.

¹ Consultor regional en Comercialización y Agroindustria del INCA

1. ACCION GUBERNAMENTAL Y PRIVADA.

El desarrollo de la industria del JNCC en Brasil es el resultado de varios factores, entre los cuales se incluye frustraciones climáticas en países productores competidores. Sin embargo la acción conjunta desarrollada por el Gobierno brasileño y la de empresarios y productores, principalmente en el Estado de San Pablo, tiene mucho que ver con este éxito.

1.1 Acción gubernamental

La acción gubernamental se ha concretado a través de una eficiente política cambiaria, con frecuentes mini-devaluaciones del cruzado, que ha permitido mantener una importante competencia del JNCC brasileño en el exterior. Además un fuerte apoyo crediticio, con financiamientos a largo plazo, fue muy importante principalmente en la expansión de la citricultura brasileña, cuando incluso se utilizaron recursos de programas de forestación para estimular el plantío de citrus. Otro importante apoyo gubernamental ha sido el desarrollo científico-tecnológico del país que ha permitido avances con la tecnología del cultivo y de la industria procesadora del jugo de naranja. El desarrollo de la infraestructura portuaria y de carreteras también ha aportado una importante contribución para que el país se volviera un importante exportador.

En esta área fue fundamental el apoyo de la Cartera de Comercio Exterior del Banco de Brasil y del Ministerio de Relaciones Exteriores con acciones de promoción de exportaciones que ha posibilitado una gran expansión en el comercio exterior del JNCC brasileño.

La única limitación en esta expansión espectacular, fue determinada por el propio Gobierno Federal. En 1980, período de gran capitalización de los citricultores, dejó de financiar nuevos plantíos, estableció un impuesto sobre el JNCC de U\$S 210/tn, canceló los subsidios de exportación al JNCC y requirió a los industriales que almacenasen 50% de toda la producción del JNCC para evitar grandes reducciones del precio internacional. Todos aquellos programas que se habían iniciado para ampliar la producción, fueron limitados.

Obviamente, el Gobierno Federal piensa que Brasil está produciendo todo el jugo de naranja que puede ser vendido con ganancia. De hecho, cuando Florida y Brasil tiene super producciones, los actuales mercados no absorben toda la producción, almacenar una gran cantidad de JNCC entre heladas en Florida y encontrar nuevos mercados para JNCC y sus subproductos.

El Gobierno ha intervenido para obtener las dos primeras metas además de permitir que fuerzas de mercado conduzcan al mismo fin. Se espera evitar disturbios en industria, manteniendo precios mínimos de exportación en tiempos de excedentes a través del almacenaje del JNCC para mercados saturados. Las heladas de los últimos años en Florida facilitaron la venta de los excedentes del Brasil, pero condiciones similares podrían no ocurrir nuevamente durante varios años. Por supuesto, Brasil no puede almacenar grandes cantidades de JNCC por mucho tiempo, ni tampoco puede impedir su producción. Más naranjas, JNCC y subproductos deben ser comercializados, para ello, el Gobierno sigue apoyando fuertemente el sector privado en la promoción de exportaciones, buscando nuevos mercados y desarrollos tecnológicos que permitan reducciones de costos garantizando una excelente calidad del JNCC.

1.2 Promoción de exportaciones

Un importante elemento que ha permitido al país usufructuar las ventajas del comercio exterior y obtener saldos significativos en las cuentas comerciales ha sido el vigoroso esfuerzo del Gobierno brasileño para perfeccionar e incrementar las actividades de apoyo a la comercialización externa de bienes y servicios. Esta acción gubernamental ha sido coordinada por el Ministerio de Relaciones Exteriores en articulación con las demás entidades gubernamentales y particulares que desarrollan acciones en el área de comercio exterior. Ella ha contribuido a la importante participación de Brasil en los mercados internacionales y ha permitido la consolidación de posiciones generalmente obtenidas con dificultades en un área donde presencia, constancia y tradición son atributos tan importantes como competencia en precios y calidad.

1.2.1 La acción de Itamaraty

Estos servicios han sido prestados por intermedio del Departamento de Promoción Comercial del M.R.E. en Brasil y de los Sectores de Promoción Comercial -SECOM, instalados en las misiones diplomáticas y reparticiones consulares en el exterior. Tales servicios no implican interferencias en las operaciones de comercio, pero implican participación de apoyo permanente en el proceso de comercialización externa.

La expresión promoción comercial alcanza un espectro diversificado de servicios prestados a empresas y entidades vinculadas al esfuerzo nacional de exportación, tales como informaciones comerciales, publicaciones especializadas, documentación comercial, informaciones sobre ferias y exposiciones, apoyo a exportadores e importadores, apoyo a misiones comerciales, captación de inversiones y también estudios e investigaciones de mercado.

Este esfuerzo se realiza en los terrenos organizacional y operacional, alcanza varias instituciones y utiliza todos los instrumentos de promoción comercial susceptibles de contribuir para mayores exportaciones brasileñas: estudios e investigación de mercado; información sistemática sobre oportunidades de ventas; divulgación constante de datos y técnicas de interés para el exportador brasileño; información de los potenciales compradores sobre la capacidad de oferta nacional; apoyo directo e individual a través de las Embajadas y Consulados, al empresario interesado en exportación; contactos con las comunidades de negocios en todo el mundo; ferias y exposiciones; misiones comerciales y preparación de recursos humanos para la exportación.

1.2.2 El apoyo de CACEX

Además, el Departamento de Promoción de Mercados de la Cartera de Comercio Exterior del Banco de Brasil (CACEX), ha apoyado fuertemente al sector citrícola con la divulgación de informaciones y oportunidades de comercio exterior, con asistencia y orientación a los exportadores brasileños y a los importadores extranjeros, y también con la coordinación y acompañamiento de ferias y exposiciones, en las cuales mantienen un equipo de atención a las empresas participantes.

La promoción de exportación se realiza en base a diversas modalidades, desde la asesoría directa al exportador, hasta la viabilización del contacto de éste con el importador extranjero, pasando por el suministro de catálogos, manuales o informaciones sobre potenciales compradores a empresas nacionales que produzcan mercaderías para las cuales haya demanda externa.

A través del "Exporte Profile", formulario llenado en inglés por la firma interesada en exportar, a CACEX, valiéndose de su catastro de importadores, divulgan en el exterior a las empresas nacionales que de-

sean ingresar en nuevos mercados. Ese catastro es útil también para abrir caminos, indicando nombres y direcciones de importadores de productos de varias líneas de comercialización, CACEX, a través de DEPEM, realiza el seguimiento de esos servicios consultando a los importadores sobre la concreción de negocios basados en los informes preparados por ella.

DEPEM suministra también el aporte necesario a las agencias de CACEX en el país, contribuyendo para que éstas puedan atender bien a los exportadores de sus regiones. Del mismo modo mantienen estrecho contacto con la dependencia del Banco do Brasil en el exterior, con miras a la actualización de datos e informaciones sobre la legislación del comercio internacional. Además DEPEM mantiene colaboración con organismos internacionales que actúan en el área de comercio exterior, a través de contactos y reuniones para análisis y elaboración de normas y acuerdos de validez internacional.

1.3 Apoyo a la generación y transferencia de tecnología.

La conquista de mercados en el exterior para productos brasileños es resultado también de los avances del país en el campo tecnológico y de su capacidad de reaccionar con creatividad a oportunidades de mercado. En el campo de la generación y transferencia de tecnología agropecuaria ha sido fuerte el apoyo gubernamental y el país ha acumulado una cantidad de conocimientos capaces de mantener un crecimiento sostenido, en la producción tanto de alimentos como de productos para la exportación, por ejemplo, jugo de naranja.

Creadas con el objetivo de apoyar la producción, principalmente a través de aumentos en la productividad y reducción de costos, la empresa brasileña de Investigación Agropecuaria (EMBRAPA) y a la empresa brasileña de Asistencia Técnica y Extensión Rural (EMBRATER) constituyen hoy un sistema bien estructurado de generación y transferencia de tecnología. EMBRAPA cuenta con 18 centros nacionales de investigación, cada uno dedicado a un producto agropecuario; 5 centros regionales de investigación; 10 unidades de ejecución de investigación de ámbito estadual y 3 servicios especiales de ámbito nacional: estudio y análisis de suelos, producción de semillas básicas y producción de recursos genéticos. Cuenta además con el apoyo de programas integrados de investigación en los Estados y con 14 empresas estaduais de investigación. Por otro lado, EMBRATER coordina el sistema brasileño de transferencia de tecnología, con Empresas Estatales de Extensión Rural en todas las unidades territoriales brasileñas y con cerca de 13.000 técnicos extensionistas dedicados al tema de la promoción agropecuaria.

Entre los productos y actividades a que se dedica el complejo EMBRAPA/EMBRATER están algodón, arroz y porotos, caprinos, coco, ecotoxicología, florestas, frutas (incluyendo citrus), ganado de corte, ganado lechero, hortalizas, mandioca, maíz, sorgo, gomero, dendé, soja, suinos y aves, trigo, tecnología industrial de alimentos y jugos, uva y vinos. La aplicación de recursos en investigación agropecuaria y transferencia de tecnología agrícola, en 1986 alcanzó 280 millones de dólares. EMBRAPA se ha dedicado igualmente a conquistas en el campo genético y al empleo de tecnologías alternativas que pueden representar menor dependencia de las importaciones, mayor producción, menor costo y mayor preservación del medio ambiente, por ejemplo el control biológico de plagas. EMBRAPA y EMBRATER están también transfiriendo a los productores brasileños importantes avances tecnológicos en el sector de la biotecnología, en tres áreas básicas que el gobierno brasileño está estimulando: aumento de la producción de alimentos, con técnicas modernas para obtener mayor productividad, uso de la genética para alterar la estructura de las plantas como forma de incrementar la producción agrícola exportable y obtención de material genético con excelencia en sanidad vegetal.

El apoyo gubernamental al desarrollo tecnológico agrícola también se concreta a través de la acción de varios Institutos de Investigación Agrícola y en San Pablo se destaca la acción del Instituto Agronómico

de Campinas con innumerables, pioneros y relevantes trabajos en por de la citricultura en aquel Estado. En complementación, allí se desarrolla también la importante acción de promoción y de transferencia tecnológica de la Coordinadoría de Asistencia Técnica Integral, con una amplia red de técnicos apoyando a los productores agrícolas, por supuesto también a los citricultores, en todo San Pablo. En el área de procesamiento, se destacan también allí el Instituto de Tecnología Alimentar y el Instituto de Pesquisa Tecnológica, organismos gubernamentales que han promovido importante apoyo técnico al sector agroindustrial de San Pablo.

1.4 Acción privada

En el desarrollo de la citricultura y de la industria del JNCC en Brasil, la iniciativa privada ha jugado un rol fundamental, tanto en el sector de producción como en los de procesamiento y de comercialización, tomando riesgos significativos en distintos momentos.

1.4.1 El rol de empresas procesadoras y exportadoras.

Considerándose al atípico caso de los pioneros que en 1962 acreditaron en el negocio de las naranjas y empezaron los primeros plantíos, seguidos también por los innovadores empresarios que decidieron construir la primera industria procesadora de jugos cítricos en Bebedouros, en San Pablo. Más recientemente, tómese el caso de la Sra. Iolanda Bassit, viuda con hijos adolescentes, que sin ninguna experiencia, tuvo que seguir con el millonario negocio de producción de naranjas de fallecido esposo. Ella con mucha visión, pionerismo y capacidad amplió el referido negocio invirtiendo por cuenta propia U\$S 6 millones, en una industria procesadora de jugos, cuyo proyecto vino de California y que hoy sigue siendo la más moderna de Brasil. Sin duda, éstos y otros empresarios desempeñaron un papel trascendente en el desarrollo del sector.

Por otro lado, sigue siendo muy importante el rol de los grupos de exportadores del JNCC brasileño, considérese por ejemplo las importantes acciones desarrolladas por ellos en la promoción comercial del jugo en el exterior, la conquista de nuevos mercados, además de los tradicionales en EE.UU. y la CEE y las cooperaciones empresariales que han sido importantes en estas conquistas.

1.4.2 El rol de las asociaciones gremiales

Además, las adquisiciones de grandes terminales para el JNCC a granel en Bélgica y Holanda, por los industriales brasileños asociados, la relativamente reciente compra de cinco navíos graneleros para el transporte de jugos y las ampliaciones portuarias específicas y propias en los puertos de Santos y Newark, para abastecer los EE.UU y el Canadá, son evidencias de su importante acción en pro del sector.

También importa indicar que el poder de grupo de ABRASSUCOS (Asociación Brasileña de las Industrias de Jugos Cítricos) y de ANIC (Asociación Nacional de las Industrias Cítricas) en determinadas negociaciones, ha sido demasiado grande contra intereses de productores relativamente menos organizados. Sin embargo, en éstas oportunidades el gobierno brasileño ha jugado un rol de árbitro muy importante, tratando de obtener más equidad, por lo menmos en términos de precios de referencia.

Más recientemente la asociación de los productores, industriales y gobierno ha posibilitado la creación de FUNDECITRUS (Fondo Paulista de Defensa de la Citricultura) que deberá jugar un importante

rol en el apoyo del programa de investigación para la citricultura en San Pablo y promover la campaña estadual de prevención al cancro cítrico.

2. PRODUCCION Y TECNOLOGIA AGRICOLA

2.1 Producción cítrica

Desde 1540 se ha cultivado naranjales en Brasil; sin embargo, la producción comercial no llegó a realizarse hasta el final del Siglo XIX. Portugal tenía fruta cítrica propia y también podía conseguirla de España; así era pequeña la demanda por citrus brasileño. Consecuentemente, las exportaciones de naranja fresca desde Brasil recién empezaron en 1916 y crecieron hasta 1939 cuando Brasil embarcó 5.6 millones de cajas. La Segunda Guerra Mundial frenó este crecimiento e incluso se revirtieron las exportaciones de naranja fresca luego de la guerra, debido a la competencia en los mercados europeos desde el Mediterráneo y Sud Africa.

El negocio del citrus se mantuvo lento durante los años de 1950 y los primeros de 1960, ya que dependía principalmente de la demanda local y de exportación de la naranja fresca. De todos modos, los cultivadores de naranjas en las regiones de Bebedouro, Araraquara, Limeira, Pirassununga y San José de Ríó Preto en el Estado de San Pablo, estuvieron siempre ansiosos por reemplazar la ganadería por la citricultura que aparentaba ser más rentable.

Como anticipo al mercado exportador del JNCC, se contruyó una pequeña planta de concentrado y comenzó a concentrar jugo de naranja en Bebedouro en el año 1962, cuando Brasil poseía 20 millones de árboles produciendo 850.000 toneladas de naranjas, cifra ya significativa. Pero en 1970, la demanda de la JNCC ya se había vuelto efectiva y el número de árboles se duplicó, alcanzando 50 millones y la producción creció a 2 millones de toneladas de fruta fresca. En 1980, existían más de 140 millones de naranjos, produciendo 7 millones de toneladas de naranjas y el JNCC se tornó el octavo rubro de exportación para el país. Se estima que en los últimos seis años se ha plantado más de treinta millones de nuevos naranjos en San Pablo. En 1986, según la estimación divulgada por FAO sobre la producción mundial de naranjas, Brasil era el mayor productor con 27.5%, seguido por Estados Unidos con 16.4% e Italia en tercer lugar, con 5.3% de la zafra global de 936.1 millones de cajas.

2.2 Zafra 87/88

Para la zafra brasileña 87/88, las estimaciones iniciales, ante cualesquiera frustraciones climáticas, era que la producción del Estado de San Pablo debería llegar a las 230 millones de cajas. El excelente consumo interno de fruta fresca alcanzado el año pasado, estimado en 50 millones de cajas, que representa un expresivo salto en relación a los habituales 20 millones, difícilmente se repetirá, como consecuencia de efectos positivos del Plan Cruzado, en febrero 1986. El atípico consumo interno de fruta in natura, en 1987, deberá disminuir frente a la actual recesión de la economía.

Según las últimas estimaciones de las empresas productoras de JNCC, el procesamiento de la próxima zafra podrá superar 200 millones de cajas, lo que representa algo en torno de 750 mil toneladas de jugo concentrado.

2.3 Tecnología agrícola, productividad y costos

Los productores brasileños de citrus se benefician también con programas gubernamentales de asistencia técnica y de protección sanitaria para sus naranjos. Además cuentan con la existencia de laboratorios de cuarentena para la introducción de material vegetativo, laboratorios de micro-injertía para limpieza de virus de las variedades comerciales, Banco de germoplasma para atender la demanda de los principales estados productores, ambientes propicios a la realización de test de virosis y otros patógenos, además de la producción y preservación de plantas matrices proveedoras de brotes con sanidad vegetal óptima.

Además, en San Pablo funciona un programa gubernamental de cuarentena para impedir la entrada o suprimir, cuando son constatadas, enfermedades importantes al cultivo citrícola. El programa también dedica atención a la prevención de enfermedades existentes en países de la región, como el cancro cítrico, la tristeza, el declinio, marchitamiento repentino, etc.

Los cultivadores brasileños son optimistas acerca del futuro de su industria, existiendo proyectos de ampliación dentro y cerca de las áreas actuales de cultivo. También, se estima que crecerá la productividad, ya que se han instalado sistemas de riego en los naranjales. El rendimiento promedio actual por árbol es de 2.5 cajas (40,8 kg/caja). Se prevé que este promedio se elevará a tres cajas y con la producción de millones de árboles nuevos, ahora comenzando a sostenerse, el doble de naranjas se producirá en Brasil en 1987 comparado con 1980 en general, ha manifestado preferencia por el plantío de naranjos tipo "pera", "natal" y "valencia", o sea de la especie de Citrus Sinensis.

Actualmente, el precio del JNCC es alto y se espera una fuerte demanda de las naranjas brasileñas hasta tanto la producción de Florida siga siendo afectada por eventuales problemas climáticos. Los cultivadores brasileños se han puesto a esperar una helada regular en Florida para alzar sus precios de naranja. Los naranjales de Brasil raramente se ven afectados por heladas; sin embargo, sus cultivos algunas veces son dañados por prolongadas sequías, ya que la mayoría del citrus brasileño depende solamente de las lluvias. Pero, sistemas de irrigación han sido instalados en muchos lugares de cultivo, a fin de suplementar el agua de lluvia, facilitar la fertilización y aumentar la productividad.

Los agricultores han invertido en sus cultivos, ya que ellos les han dado buenas ganancias. El costo para establecer naranjos oscila en U\$S 1.500/hectárea. Esto incluye todos los costos de plantar árboles durante los primeros cuatro años no productivos, excepto costos de tierra, cuyo promedio es de U\$S 2.000/hectáreas para suelos mejores. Costos de operación durante los años de implantación son cerca de U\$S 650/hectárea, de modo que cuando el precio por caja es más de U\$S1.50, los agricultores reciben significativas ganancias y por lo tanto invierten en más árboles.

Los costos de algunos importantes factores de producción, como tierra y mano de obra son indicados en los Cuadros en Anexo, para permitir eventuales comparaciones. Según informaciones de las Asociaciones de Productores, en la Zafra 1986/87 el costo promedio de la caja de naranjas en el interior de San Pablo se estimó en Cz\$30.00.

2.4 El caso de un importante productor

El caso del médico Abell Toller es un interesante ejemplo de lo que ocurre en la citricultura en Sao Paulo. Su padre fue uno de los primeros citricultores de la región de Bebedouro y su suego llegó a ser el mayor plantador de citrus del país, produciendo anualmente 1.5 millones de cajas.

Nueve años atrás, cuando asumió la administración de tres propiedades de su suegro, con plantación de naranja, Toller no tuvo dificultades y rápidamente se adecuó a la función de empresario rural, procurando mantener el mismo ritmo y la línea de trabajo de sus antecesoras. Tanto es así, que además de las actividades diarias propias de un productor, pudo dedicarse a la política gremial agrícola. Dispuesto a cumplir su papel en defensa de la citricultura local, Toller ejerció funciones como Vice-Presidente de la Comisión de Citricultura de la Federación de Agricultura del Estado de Sao Paulo, fue miembro del Consejo de Citricultura del Ministerio de Agricultura y actualmente es el presidente del Sindicato Rural de Bebedouro.

Toller recuerda como empezó la citricultura en el municipio: "mi suegro comenzó plantando citrus alrededor de 1955, cuando comenzaron a ser instaladas en la ciudad las "packing house" que preparaban la fruta para el consumo interno. Recién a partir de 1960 surgieron aquí las industrias de jugo de naranja". Hoy, Toller tiene alrededor de 120 mil naranjos, teniendo 50 mil de 27 a 30 años, que son los más viejos. Los otros 70 mil árboles varían entre 4, 6, 10 y 14 años. La productividad de los naranjos viejos alcanzaba de 3,5 a 4 cajas, pero en los últimos tres años ha disminuído a 2 cajas por árbol, lo que resulta inviable la conservación del mismo. Por esa razón, Toller ya está procediendo a reformar el naranjal, replantando, cada año, 20 por ciento del área total de la propiedad. En los naranjos nuevos la productividad varía de año a año, dependiendo del clima. En esta última zafra, por ejemplo, el clima no ha sido muy generoso para el cultivo; faltó lluvia en la época de la floración, aparte de haber aparecido plagas y enfermedades".

"En los cultivos nuevos, estamos reevaluando las plantas y aquellas que no alcanzaban a 2,5 cajas por naranja fueron erradicadas. Hoy, la citricultura está tan sofisticada que sólo van a sobrevivir los naranjales que tengan buena productividad. Las mudas nuevas tiene porta-injertos resistentes a enfermedades que evolucionan muy rápido. Anteriormente usaba como porta-injerto el limón-cravo, pero ahora, empleo la tangerina-cleopatra, que es mucho más resistente al deterioro".

Preocupado con los cambios constantes, Toller está siempre en contacto con la Facultad de Agronomía de la Universidad Estatal Paulista, de Jaboticabal. Especialmente un ítem que le interesa en investigación es la creación de nuevas variedades para porta-injertos resistentes. Todos los años, Toller hace un análisis de suelo y de ser preciso, usa calcáreo. En las últimas tres zafras, realizó encalado sistemáticamente. Para controlar las hierbas, gradea los espacios entre las plantas, generalmente en otoño e invierno, aprovechando la falta de lluvias. En primavera, con pulverizaciones, procura mantener las plantas invasoras a una altura que no perjudique el naranjal. Esporádicamente, pulveriza con herbicidas las coronas de los árboles. Para combatir las plagas aplica insecticidas y fungicidas para las enfermedades frecuentes, como el ácaro de la roya y el ácaro de la leprose. Para otras enfermedades secundarias, el tratamiento es regionalizado y específico por área infestada. En la aplicación de defensivos, siempre usa atomizadores y los productos son los más variados.

Ya la fertilización se realiza con productos de su propia industria - la Ferticitrus. Antes de abonar, Toller siempre realiza análisis foliar y de suelo. La fertilización en sus cultivos es extremadamente específica, pues existen muchas características diferentes por parcela. La distancia utilizada en su naranjal es de siete metros por ocho, y él intenta hacerlo cada vez más denso. "En la próxima zafra, haré más densamente el plantío para dar mayor productividad por área, con este nuevo tipo de cultivo trataré de aumentar en hasta 50% el número de árboles por hectáreas, las plantas de este cultivo tendrán su espacio de 3.5 x 8.0. Eso me va a obligar a adoptar cambios de manejo, como podas frecuentes y más aplicaciones con productos químicos".

La totalidad de la producción de Toller es vendida a las industrias locales y a veces, en las entre zafras al mercado internacional. La gran ventaja de la citricultura en Bebedoure es el hecho de que la región

es una de las más nobles para este cultivo, con muy buenas facilidades operacionales. Sin embargo, Toller considera que el cultivo afronta también desventajas por ser bastante dependiente del clima y con fuerte inestabilidad comercial.

Mientras tanto, Toller acredita en buenas perspectivas para las regiones de Bebedouro, Araraquara y Limeira. "Los productores locales no deberán tener problemas, ya que el mercado mundial actualmente es comprador y se está expandiendo. Nuestro parque industrial también es el más eficiente en todo el mundo. Lo que necesitamos es mejorar nuestros naranjales para tener una rentabilidad mayor. El que está en el ramo debe continuar", aconseja.

3. AGROINDUSTRIA DEL JNCC

La severa helada en el centro productor de los naranjales de Florida, ocurrida en Diciembre de 1962, causó una merma de naranjas en la floreciente industria de JNCC de aquel Estado. La subsecuente abrupta suba en el precio del JNCC motivó a los compradores a buscarlo en el exterior. La naciente industria en operación en Brasil pudo proveer algún JNCC y contrató para más. El negocio cítrico brasileño se expandió para abastecer esta nueva demanda de sus naranjas y desde entonces creció vigorosamente. En 1963, Brasil exportó 735 toneladas de JNCC a los EE.UU. y varios cientos de toneladas hacia otros países desde su única planta de concentrado en Bebedouro. En ese mismo año, se construyó en Araraquara una planta mayor y más moderna, a 285 kilómetros al noroeste de la ciudad de San Pablo.

Hoy en día existen 22 plantas de procesamiento en el Estado de San Pablo, una de las cuales posee el evaporador más grande del mundo, con capacidad para evaporar 80.000 kilogramos de agua en una hora. La mayoría del equipo usado en estas plantas, es de origen americano. Los extractores de jugo son contratados de compañías americanas y gran cantidad de otros equipos se venden e instalan por las mismas compañías que han estado suministrando equipo de JNCC a Florida. En suma, a excepción de dos, las plantas procesadoras de Brasil han instalado el equipo necesario para cubrir y producir la línea completa de subproductos cítricos.

3.1 Procesamiento

Para lograr JNCC, el jugo de naranja es separado previamente de la cáscara exprimiéndolo, luego es filtrado para remover semillas, pulpa y otros materiales extraños y puesto en un evaporador a vacío que concentra el jugo fresco de naranja de 12° Brix hasta 70° Brix.

Para mantener un producto uniforme pues toda la producción de Brasil se exporta a 65° Brix cada tanda de concentrado se combina con concentrado de cada período de cosecha y variedad de naranja para corregir diferencias en proporciones de azúcar y ácido. Todo concentrado debe también sazonarse con sabor de jugo fresco de naranja no concentrado y alguna esencia de naranja y pulpa, para realzar el sabor perdido en el proceso de evaporación.

Una gran cantidad de JNCC de Brasil es almacenada y transportada en tambores de polietileno congelada, pero, el transporte a granel en camiones y barcos tanques reemplaza el transporte por tambores. Cuando llega a EE.UU. el JNCC de 65° Brix se rebaja a 41.8° Brix que es el padrón americano del JNCC a venta a detalle, siendo entonces el producto, enlatado o congelado. En Europa, el JNCC brasileño es reconstituido antes de ser vendido congelado o reconstituido.

Cien kilogramos de naranjas frescas, produce alrededor de 4 kilogramos de JNCC, a 65° Brix, lo que es casi 25:1. Sin embargo, JNCC no es la única fuente de ingreso de los naranjales.

3.2 Sub-productos cítricos

Existen cuatro subproductos principales de la industria JNCC; D-limonene, aceites esenciales, esencias y granulado de pulpa de citrus. El primero es un líquido con gusto y fragancia a limón que está recubierto de melaza cítrica, la cual se hace de azúcar de cáscara. Se usa en muchos productos incluyendo solventes, agentes humedificantes, agentes de dispersión, perfumes y resinas. También se coloca dentro del jugo concentrado de naranja para realzar el sabor.

Aceites esenciales se obtienen de la cáscara de la naranja y recuperados del vapor de agua producido en el proceso de evaporación. Estos aceites se usan para alimentos y dar sabor a bebidas como así también en sopas y en la industria textil y de plástico. Un subproducto de relativa importancia extraído también de la cáscara de la naranja es esperdina el cual se utiliza para detener hemorragias.

Granulados de pulpa de naranja usados como ración para ganado, se obtienen de los residuos de la producción del jugo de naranja -cáscaras, pulpa, semillas- con melaza cítrica adicionada para mejorar la palatabilidad. El residuo es secado primeramente a 12% de contenido de humedad y luego prensado en granos. 100 kilogramos de naranjas frescas produce alrededor de 5 kilogramos de granulado, agregado a 4 kilogramos de JNCC. Estos granos se venden alrededor de U\$S 120/tn en los mercados europeos, los cuales adquieren cerca de 500.000 tn anuales procedentes de Brasil.

3.3 Almacenaje y transporte.

En casi todas las industrias, se utilizan tanques para almacenar en frío, de 400.000 litros de capacidad, para mezclar jugo disponible de varios períodos de cosecha. Más aún, ellas permiten procesamientos a más bajos costos mediante la sustitución del tambor de polietileno tradicional de 200 litros utilizado en el transporte tradicional, favorecido por la modalidad a granel, preferida tanto por tierra como por mar.

En los últimos años cambió mucho el transporte de las exportaciones brasileñas de JNCC; gran parte de las mismas se envían a granel, en vez de bidones de 200 kg. Así, el JNCC semilíquido se transporta en buques especiales con una capacidad de 9.000 a 12.000 tn con descarga directa en las zonas de almacenamiento de los puertos, en depósitos de acero inoxidable de 1.000 tn, donde se mantiene a una temperatura constante de -10°C. La manipulación del concentrado a granel permite un ahorro estimado de 80 a 100 dólares EE.UU por tonelada y además reduce la contaminación y pérdidas provocadas por calor. Los cuatro principales exportadores brasileños efectúan envíos a granel a Bélgica y los Países Bajos y a los Estados Unidos y desde donde se reexporta el JNCC a otros países.

3.4 Control de calidad

Para garantizar la presencia competitiva de los productos y servicios brasileños en el mercado internacional, el Gobierno de Brasil ha promovido varios servicios de control calidad de interés para las empresas exportadoras y a la industria en general. Así, además de contribuir al aumento de la competencia de su industria, el Gobierno trata de garantizar un avanzado grado de calidad de los productos exportados por el país.

En un momento en que la industria brasileña compite en situación de una creciente competencia en el mercado externo, la calidad del producto contribuye para eso de manera significativa, como sucedió con la venta del JNCC. Es dentro de esta preocupación con la calidad de los productos fabricados por Brasil que el Ministerio de Industria y Comercio, a través de la Secretaría de Tecnología Industrial, lanzó el Programa de Calidad y Productividad. El mercado externo es el principal objetivo de este programa, que apoya el esfuerzo nacional para una participación cada vez mayor en el comercio internacional.

Hoy, la industria brasileña posee cerca de cinco mil normas técnicas en el Sistema Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial. En 1977, el país poseía apenas mil normas. Este crecimiento dio básicamente en función de la concientización de los empresarios de los beneficios que la normalización trae a través de la reducción de los costos de producción y de la mejora de la calidad de los productos industrializados.

Fue a partir de 1968 que aumentaron las iniciativas para la implantación del control de calidad en las empresas brasileñas. En 1973, con la creación del Sistema Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial, aumentó el apoyo del gobierno en ese sector. De ahí en más, creció el número de empresas que también optaron por el Círculo de Control de Calidad, basada en el sistema original, el japonés.

Actualmente, el sistema de normalización está plenamente estructurado en Brasil. El Inmetro, órgano ejecutivo del Sistema Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial, fue creado por Decreto Ley Nº 5966 del 11 de diciembre de 1973 y continúa siendo fundamental el control de calidad de los productos brasileños. Su objetivo es ejecutar en todo el país la política de metrología legal, científica e industrial, de normalización y de certificación de calidad de productos industriales, de acuerdo con las normas internacionales.

4. MERCADO INTERNO

4.1 Estructura del mercado brasileño

Existen en Brasil grandes negocios de jugos de naranjas, pero cuatro grandes firmas concentran más del 90% de la exportación del JNCC. Sucocítrico Cutrale es la más importante y se ha mantenido en el liderazgo por más de diez años. Citrosuco Paulistay Citrosuco Limeira son cercanamente las segundas. Frutesp, gobernada por la Cooperacitrus Cooperative de Productores de Café y Citrus que controla el 11% de la producción de citrus de Brasil, está aumentando rápidamente la producción del JNC, con 87.500 tn en 1986, más cerca de 100.000 tn en granulado de pulpa cítrica. Cargill Ind. Ltda. y Cargill Agric. S.A. juntas exportan 10 a 13% de la producción del JNCC de Brasil estando en el cuarto lugar y también manejan una gran cantidad del granulado de pulpa cítrica. Cargill fue la pionera en el embarque marítimo a granel del JNCC con tanques.

La industria del JNCC está localizada principalmente en San Pablo; además, de las 553 mil toneladas exportadas en el año marco de 1984, 549 mil salieron por el Puerto de Santos. La supremacía viene desde la producción de la fruta: 84% de los naranjos brasileños están en San Pablo, distribuyendo lo restante entre Sergipe, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Río Grande do Sul y Bahía. Esto se explica, en parte, por el liderazgo del importante grupo empresarial que comanda el sector industrial del JNCC en San Pablo y por las facilidades de carreteras, puertos, servicios, mercados de insumos, redes bancarias, industrias procesadoras, etc., en aquel Estado.

De cualquier forma, es innegable que en Brasil cuatro grandes firmas más antiguas dominan el 90% de este segmento exportador, contando con modernísimas instalaciones que incluyen el embarque a granel por medio de enormes jugoductos, en un entorno que da poco espacio para los pequeños y medianos industriales, aunque algunos estén actuando y creciendo.

Se trata de un sector complejo y altamente capitalizado donde los compradores son en número relativamente limitado. En Estados Unidos, por ejemplo, la mayor parte del jugo es vendida para algunas industrias de Florida, sea para mejorar la calidad de su producto con mezclas o para complementar oferta y llenar espacios de entre-zafra. En Europa el negocio de reexportación está concentrado en algunos pocos países.

Para Abrassucos, todo esto resulta naturalmente en un pequeño número de productores/exportadores que trabajan eventualmente con ociosidad de 40%. Actualmente las posibilidades para la pequeña y mediana empresa son razonables puesto que el mercado es comprador, pero en una época de competencia mayor, los costos financieros terminan enviabilizando los negocios carentes de recursos y de capital circulante. Conforme Abrassucos, sus asociadas funcionan básicamente como procesadoras, con apenas 5% de la producción originada de sus propios campos. Pequeños y medianos productores proveen aproximadamente 95% de la naranja utilizada.

Los cítricos importados en grandes cantidades son parcialmente comprados a través de agentes o importadores, más una porción mayor es adquirida directamente por industriales, varias firmas asociadas o por usuarios finales. Los jugos de frutas tropicales y otros jugos, vendidos en pequeñas cantidades son obtenidos a través de agentes o importadores especializados.

Cuando el usuario final necesita de cantidades mayores, usualmente compra directo de la fuente. Los productores de ingredientes, esencias y aromatizantes desempeñan un importante rol en proveer materia prima a la industria de bebidas como por ejemplo bases para mezclas. Con pequeñas excepciones, notablemente para el consumo nacional, el comercio minorista no embotella ni embala bebidas que contienen jugos de frutas, pero importan cantidades variables de jugos ya envasados para el consumidor, directamente o a través de agentes de intermediación.

4.2. Conducta del Mercado de JNCC en Brasil.

4.2.1 Regulación de exportaciones

Para evitar la manutención de existencias en el exterior perjudiciales a la valorización del JNCC brasileño, el Gobierno desde 1982 ha establecido la contingencia trimestral de las exportaciones de jugo, fijando cuotas porcentuales para las empresas productoras, con base en su capacidad instalada y su eficiencia comercial. Las normas de CACEX estipulaban la siguiente distribución:

EMPRESAS	%
Sucocítrico Cutrale S.A.	34.65
Citrosuco Paulista S.A.	30.69
Cargill Industrial Ltda.	13.86
Frutesp S.A. Agroindustrial	10.79
Citrovale S.A.	3.46
Frutopic S.A.	2.28
Branco Perez Citrus S.A.	1.19
Citromojjana S.A.	1.19
Brascitrus S.A. Ind. y Com.	0.89
Otros	1.00

El esquema de regulación de oferta prevé la liberación de extra-cuotas para las ventas a mercados nuevos y de producto pronto para consumo directo. Abrassucos entiende que la contingencia funciona apenas de derecho, una vez que el sistema ya fue superado a través de liberaciones de ventas de existencias remanecientes por encima de cuotas previstas para cada empresa, así como por el anticipo de cuotas para atender las necesidades del mercado. Según la entidad, la industria hoy día está dividida entre los que defienden la mantención del sistema de cuotas y los que propugnan la liberalización total del mercado.

4.2.2 Arbitrajes de precios

Durante 11 años, el Gobierno de Brasil ha ejecutado una política de relativa intervención en la comercialización del sector arbitrando precios a pagos por materia prima, cuando no se llegaba a un acuerdo entre las industrias y los productores, y establecía un precio mínimo de registro para la exportación de JNCC. El argumento para la interferencia gubernamental es la existencia de un sector oligopsonio donde trece empresas adquieren la zafra de casi 20 mil productores. Apenas dos de ellas -Sucocítrico Cutrale e Citrosuco Paulista- más sus filiales, son responsables por casi el 70% de la comercialización de la zafra.

A partir de esas empresas inclusive se formaron dos asociaciones de clase. De un lado está ABRASUCOS, en la cual Cutrale se reúne con Branco Peres, donde tiene 49% de participación; la Central Citrus, la Suvalan, el grupo Souza Crus y Montecitrus, formadas por citricultores que procesan su zafra y comercializan el jugo. Por otro lado, en ANIC, Citrosuco reúne su filial Bascitrus, donde tienen participación de un 49%, Cargill Citrus que es la tercera del sector y Citropectina. Fuera de las asociaciones, están Frutesp, empresa perteneciente a asociados de Coopercitrus Industrial y la independiente Frutropic. En Sergipe, están aún dos exportadoras de jugo de naranja: Frutene y Frutos Tropicales.

4.2.3 Servicios de comercialización.

Actuando con distribuidores y despachantes locales e internacionales y con compañías de entrepuerto, los exportadores de JNCC obtienen una amplia gama de servicios entre los cuales se incluyen:

- a) **Flete** que puede ser pago en el local de embarque o después de recibir la mercancía por la compañía almacenadora que actúa en nombre del exportador extranjero. Empresas especializadas juegan un rol importante en la obtención de mejores fletes para el JNCC y del más conveniente sistema de transporte para sus clientes.
- b) **Seguro** que puede ser cubierto por el embarcador o por la compañía almacenadora en su valor total, incluyendo los costos de almacenaje, con descuentos negociados en casos de grandes cantidades de jugo.
- c) **Recibimiento/almacenaje.** Las mercancías asignadas a las almacenadoras en tanques o acondicionadas de modo convencional, son recibidas y transportadas para el almacén y si fuera el caso, recondicionadas.
- d) **Manejo.** Procesamiento y servicio industrial en almacenes aduaneros sujetos a los reglamentos americanos o europeos cuanto a identificación, retirada de muestras, re-embalaje, pesaje, limpieza, rotulaje, etc. Además las empresas de entrepuertos poseen licencias especiales para realizar mezclas y otros servicios similares.
- e) **Financiación de existencias,** por bancos de países americanos o europeos con aceptación de "warrants" emitidos por otras compañías de entrepuerto calificadas. Contra el depósito de los "warrants", se obtienen anticipos de hasta 80% del valor de las mercancías con el reembolso garantizado por compañías de entrepuertos en base a acuerdo con el vendedor.
- f) **Entrega a los compradores,** en general, efectuada mediante instrucciones sencillas, pudiendo el comprador elegir las condiciones "ex-warehouse" ó incluso la entrega en destino.
- g) **Supervisión, pesaje, retiro de muestras, inspección y tests** que hacen parte de los servicios aunque puedan ser efectuadas a través de compañías o superintendencias del comprador del JNCC.
- h) **Alquiler de entrepuerto,** pago mensualmente o en períodos más largos incluyendo tarifas fijas para recibir y entrepostar, definidas en función de peso, dimensión y espacio fijo.
- i) **Documentos comerciales** y otros expedidos en nombre de clientes específicos con conocimiento de embarque, certificados de garantía, certificados de origen, notas de consignación, manifiestos, guías, documentos aduaneros, orden de entrega, etc.
- j) **Facturación de ventas** que puede ser hecha por la compañía de entrepuerto para efecto de formalidades aduaneras, con costos de tales servicios relativamente bajos, si comparados a los costos de manutención de una oficina y de personal en el exterior.

- k) **Formalidades de exportación, importación y tránsito, por contacto directo con despachantes aduaneros, con liberalización más fácil de documentos y productos en aduanas, con representación de clientes extranjeros en lites con las autoridades aduaneras o reembolso de impuestos sobre ventas o derechos.**
- l) **Otros Servicios, como contratación de flete, corretaje marítimo, estiva, distribución, descarga en puerto de destino, intervención de apuntes, transportes y otros, con operadores con larga experiencia y habilitados en el manejo de varios tipos de procedimientos y equipos para carga y descarga del JNCC a granel.**

4.3 Desempeño del Mercado Interno en 1987

Las buenas condiciones del mercado externo, que según la previsión del sector industrial no indica importantes limitaciones, deberán ser transferidas de alguna forma a los citricultores. Por lo tanto, ellos deberán tener el precio de la caja de naranja ligado al mercado internacional. Una parte de esos productores, puede ahora ser beneficiada por el nuevo sistema de compra utilizado por las industrias en la zafra actual, un contrato participativo en el cual el precio de la naranja es la resultante de una cotización media en doce meses del jugo en la Bolsa de Nueva York.

Sin embargo, los productores argumentan que el contrato tiene una serie de puntos desventajosos para el sector productivo y que los riesgos de las cotizaciones externas acaban siendo ahora compartidos por las industrias, que ya aseguran su lucro en las cláusulas del documento. Por otro lado, el apuro de las industrias para comprar la zafra 1987/88 que aún estaba verde, no tuvo el resultado esperado. Según alegan las dos asociaciones, que estuvieron unidas en la decisión de elaborar el referido contrato, puesto que lograron comprar 180 millones de cajas en cuarenta días. La propuesta presentada al citricultor fue de pagar anticipadamente Cz\$ 39 por caja, siendo Cz\$ 12 a la vista y tres cuotas de Cz\$ 9 en octubre de 1987 y enero y abril de 1988. El valor final de la caja de naranja será definido al término de la zafra en junio de 1988, una fórmula que prevé un descuento nominal de Cz\$ 39 y una media de las cotizaciones de jugo, luego de retirados los costos industriales, previstos en U\$S 1.296 la tonelada.

El reclamo de los citricultores es que la propuesta industrial fue oportunista, y presentada a un productor descapitalizado que bajo ninguna hipótesis rechazaría la seña para comprometer su zafra. Sin embargo, se ha comercializado una significativa parcela de la zafra, descartando la negociación que hasta 1985 existió entre las partes, con arbitraje del Gobierno. Desde la zafra pasada, la interferencia gubernamental disminuyó. En 1986, el precio de la caja de naranja fijado por las industrias en Cz\$ 14, no agradó a los citricultores y luego de varias gestiones de las autoridades de los Ministerios de Agricultura, Economía y de CA-CEX se logró definir un valor de Cz\$ 18 la caja, que tampoco fue cumplido. Al fin, el valor del registro para la exportación del jugo, en 1986, pasó a ser establecido sobre la media de las cotizaciones de la Bolsa de Nueva York, en los 20 días anteriores a la emisión de las licencias para exportación.

Como referencia, las cotizaciones de naranja de mesa, en el mercado interno brasileño, en los meses de julio a diciembre de 1986 y 1987 son indicadas en el cuadro siguiente:

CUADRO 1
PRECIOS MEDIOS RECIBIDOS POR LOS PRODUCTORES, ESTADO DE SAO PAULO
JULIO A DICIEMBRE 1986 - ENERO A JULIO 1987

Producto	Unidad	1986					
		Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Aguacate	Caja kg	59,6	51,0	97,2	205,3	264,0	-
Ananá	Ciento	491,3	378,4	476,0	379,0	403,6	448,1
Banana	Torito	22,3	20,1	28,6	38,1	39,1	31,3
Higo de mesa	Caja 3,5 kg	9,0	-	-	-	74,3	30,6
Guayaba de mesa	Caja 3,5 kg	22,2	13,8	23,3	28,6	33,4	42,5
Naranja de mesa	Caja 40,8 kg	29,7	19,6	23,4	20,8	26,1	39,1
Limón	Caja 40,8 kg	47,8	43,1	68,5	138,6	206,4	181,3
Papaya	Caja doble	64,5	43,0	49,5	60,2	88,2	105,0
Sandía	kilogramo	-	-	0,5	1,4	1,1	1,0
Frutilla	Caja 4,0 kg	83,8	47,6	61,2	83,2	58,7	47,2
Durazno de mesa	Caja 2,5 kg	-	-	32,1	26,9	31,7	29,4
Tangerina	Caja 40,8 kg	47,8	39,2	79,2	83,1	109,4	113,9
Uva común de mesa	Caja 8,0 kg	-	-	-	-	-	132,0
Uva fina de mesa	Caja 8,0 kg	-	-	188,7	207,4	224,4	224,0

Producto	Unidad	1987						
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Aguacate	Caja kg	136,6	97,5	76,5	59,7	49,9	58,6	103,7
Ananá	Ciento	432,7	612,5	777,2	1.062,0	849,7	904,2	865,5
Banana	Torito	22,6	21,5	19,5	26,0	24,4	32,6	60,2
Higo de mesa	Caja 3,5 kg	16,9	31,1	17,8	-	-	-	-
Guayaba de mesa	Caja 3,5 kg	33,9	33,2	26,4	39,6	20,1	29,0	53,1
Naranja de mesa	Caja 40,8 kg	38,1	29,2	31,6	60,9	75,3	60,3	72,5
Limón	Caja 40,8 kg	80,1	36,0	41,5	72,8	62,8	82,0	103,5
Papaya	Caja doble	84,1	111,6	116,7	110,3	73,5	119,8	339,0
Sandía	kilogramo	1,2	2,0	2,1	2,7	-	0,8	3,2
Frutilla	Caja 4,0 kg	-	-	-	-	217,1	149,1	145,0
Durazno de mesa	Caja 2,5 kg	28,4	25,6	27,1	-	-	-	-
Tangerina	Caja 40,8 kg	102,1	-	123,1	96,1	57,6	57,3	134,0
Uva común de mesa	Caja 8,0 kg	48,2	24,1	82,1	105,4	88,4	123,8	-
Uva fina de mesa	Caja 8,0 kg	113,3	81,1	170,3	245,9	219,8	-	-

5. MERCADO INTERNACIONAL³

El JNCC representa un 85% de las exportaciones de todos los tipos de jugos concentrados y naturales y durante los dos últimos decenios, las exportaciones de JNCC aumentaron espectacularmente, pasando de 53.000 toneladas a algo más de un millón. La demanda de jugos concentrados aumentó en Europa como consecuencia del fuerte aumento del consumo de hectáreas de cítricos y bebidas de frutas gaseosas y no gaseosas que tienen como base los concentrados. Además, los JNCC se beneficiaron de su empleo cada vez mayor en el sector hotelero.

5.1 Principales mercados

Parte de esta demanda fue satisfecha por el enorme aumento de los suministros de JNCC brasileño en el mercado internacional. La parte de Brasil en las exportaciones mundiales ascendió del 33% en 1970 y alcanzó el 84% en el año record de 1984. Este rápido aumento de su participación en el mercado mundial reflejaba la capacidad de la industria brasileña de cítricos para aprovechar las oportunidades de mercado. En un principio, la industria brasileña se creó para responder a la creciente demanda de JNCC en Europa e introducir en este mercado los jugos de naranja reconstituídos, favorecida por las ventajas económicas y arancelarias que presentaba frente a la importación de jugos de concentración natural.

El JNCC de Brasil penetró también en otros mercados, como en Australia, Canadá, USA, Israel, Japón, Venezuela y muchos otros países. Inicialmente, el Brasil era un abastecedor relativamente pequeño de los Estados Unidos. A raíz de la helada de 1977 en Florida y luego tras las heladas sucesivas de 1981, 1982, 1983 y 1985, aumentaron fuertemente los envíos brasileños a aquel país alcanzando cifras sin precedentes y el mercado de los Estados Unidos pasó a ser para el Brasil, el principal mercado de exportación de JNCC.

Actualmente llegan a 50 los países que anualmente negocian jugo de naranja con Brasil; sin embargo, son apenas 7 aquellos cuyas compras superan las 10 mil toneladas. De esos, EE.UU y la C.E.E representan casi el 89% de total exportado por las industrias brasileñas. La comercialización de la zafra brasileña depende, por lo tanto, de las condiciones de demanda impuesta por estos países. Hasta 1980, las industrias brasileñas embarcaban más del 50% de su producción para la C.E.E. Con las heladas que ocurrieron en 1981, 1982 y 1984 en Florida, el consumo de los EE.UU demandó una aceleración en las importaciones de aquel país, al mismo tiempo que elevó las cotizaciones del producto.

5.2 Exportaciones brasileñas de JNCC

Fue un período excelente vivido por la citricultura y la industria brasileña, los ingresos de divisas para el complejo de la naranja, que engloba jugo concentrado, pellets y esencias, prácticamente doblaron de U\$S 338 millones en 1980 a U\$S 659 millones de 1981 (Cuadro 2). En el mismo período, las compras de los EE.UU. que representaban hasta entonces cerca del 20% de los embarques totales de Brasil, subían para un 40%. El incremento continuó en los años siguientes y en 1984, cuando la entrada de divisas alcanzó U\$S 1,4 billones, los EE.UU absorbieron 62,7% de los embarques brasileños.

³ Basado en análisis y estadísticas de CACEX, FAO y USDA.

CUADRO 2
EXPORTACION DEL JUGO CONCENTRADO DE NARANJA. BRASIL (1983-87).

Año	Cantidad (tn)	Valor precio medio	
		u\$s 1000	FOB u\$s/tn
1975	180.903	82.204	454,40
1976	209.858	100.900	480,80
1977	213.524	177.026	829,06
1978	335.644	332.642	991,06
1979	292.200	281.414	963,08
1980	401.026	338.652	844,46
1981	639.143	659.206	1.031,39
1982	502.034	552.284	1.100,00
1983	553.110	607.931	1.099,00
1984	904.805	1.414.500	1.563,00
1985	484.782	748.925	1.545,00
1986	850.034	780.087	917,71
1987(*)	750.000	850.000	1.133,34

FUENTE: CACEX

(*) Previsión.

En la misma proporción en que crecía la importación norteamericana, las ventas brasileñas de jugo para la CEE iban perdiendo vigor. Luego de llegar a importar el 50% de la producción de jugo de Brasil, las compras de la Comunidad caerían en 1984 a apenas el 25%. Los altos precios que el JNCC entonces alcanzaba, superando U\$S 1.500 la tonelada, retrayeron al consumidor europeo, que buscó la opción de jugos más baratos y disponibles, como el de manzana.

La reversión de esta situación comenzó a sentirse en 1986, con el retorno de compras de la CEE. Se estima que fueron importadas casi 380 mil toneladas de jugo, cifra importante en relación a las 138 mil adquiridas en 1985. Con ello, la participación de aquel mercado volvió a aproximarse a los mejores porcentajes alcanzados anteriormente. Las compras de la CEE ya superaron el 36% del total embarcado por Brasil el año pasado a los EE.UU que disminuyeron del 59% en 1985 para cerca del 50% en 1986. La recuperación del mercado europeo fue facilitada por la devaluación del dólar frente a las monedas de aquel continente, como así también, la real reducción del precio del JNCC brasileño.

5.3 Cotizaciones del JNCC del brasileño.

Después de alcanzar el nivel de 1.560 dólares la tonelada FOB, las cotizaciones del JNCC entraron en declive, determinadas también por la lenta recuperación de los naranjales de Florida; al mismo tiempo que en Brasil la producción crecía a ritmo acelerado. En seis años, a partir de 1980, más de 30 millones de

nuevos naranjos fueron plantados en Estado de San Pablo. Al entrar a producir nuevos naranjales con una zafra que se desarrolla sin frustraciones productivas, los productores deberán enfrentar el desafío de comercializar una producción que avanza hacia los 250 millones de cajas.

La seguridad de abastecer el mercado de jugo por parte de Brasil provocó una baja en los precios, que oscilaron el año pasado alrededor de U\$S 850 la tonelada. Considerada una de las peores de la década desde el punto de vista comercial, la zafra pasada comenzó con excedentes que superaban las 200 mil toneladas de jugo. Sin embargo, el panorama actual es otro. El ingreso obtenido en 1986 fue de U\$S 780 millones, con una exportación de 850 mil toneladas de jugo. Según evaluación de las industrias, el volumen a ser embarcado este año debe quedar prácticamente estable, pero el ingreso podrá superar los U\$S 850 millones, ya que las cotizaciones actuales están alrededor de los U\$S 1.100 la tonelada.

La expectativa de las industrias es de cerrar el actual año-zafra, prácticamente sin excedentes, quedando apenas con una existencia estratégica de 70 mil toneladas. En contrapartida, las previsiones más recientes de la zafra norteamericana divulgadas por el USDA apuntan a 129 millones de cajas, menor que la evaluación anterior de 149 millones. Esto ya se ha reflejado en las cotizaciones de la Bolsa de Mercancías de Chicago, conforme lo indicado en la gráfica a continuación, con contratos de jugo de naranja aumentando de 132 a 144 centavos de dólares, al inicio de noviembre pasado.

5.4 Otros exportadores

Las exportaciones de JNCC de otros grandes exportadores han aumentado también, pasando de unas 70.000 toneladas en los primeros años '70 a casi 200.000 toneladas en la actualidad. Después de Brasil, los principales exportadores son los Estados Unidos, Israel, México e Italia. Mientras que las exportaciones de JNCC efectuadas desde 1980 por los Estados Unidos fluctuaron entre las 60.000 y 70.000 toneladas, aumentaron las exportaciones de Italia, Israel, México y algunos países exportadores menores como Marruecos y Belice. Los principales mercados de exportación para los Estados Unidos son Canadá, México y los Países Bajos. Hay también mercados menores en muchos otros países en la Europa Occidental, Asia y el Pacífico, América Latina y El Caribe. Por su parte, México y Belice exportan JNCC sobretodo a los EE.UU. Entre las exportaciones de Israel figuran una cierta cantidad de subproductos de naranja utilizados sobretodo en los países de la CEE para la producción de bebidas con sabor a naranja. La mayoría de las exportaciones italianas de JNCC se destinan a la Rep. Federal de Alemania, Reino Unido y Suiza. Europa Occidental es también el principal mercado del JNCC precedente de Marruecos y de España, aunque ambos países venden también cantidades menores a algunos países de África.

5.5 Reexportaciones

En el comercio internacional de JNCC y de otros cítricos son frecuentes las reexportaciones desde Bélgica-Luxemburgo, la Rep. Federal de Alemania y los Países Bajos. Como en varios países de Europa, las industrias de bebidas se abastecen a través de grandes importadores y empresas asociadas que están asentadas en los tres países mencionados y las reexportaciones tienden a crecer y hoy día alcanzan un 20% de todas las exportaciones primarias.

En los últimos años ha disminuido mucho el comercio del jugo de naranja de concentración natural, por los avances técnicos en materia de transporte y la consiguiente reducción de los costos, previéndose que el intercambio internacional de JNCC se reducirá a cantidades muy pequeñas en el futuro. En la actualidad,

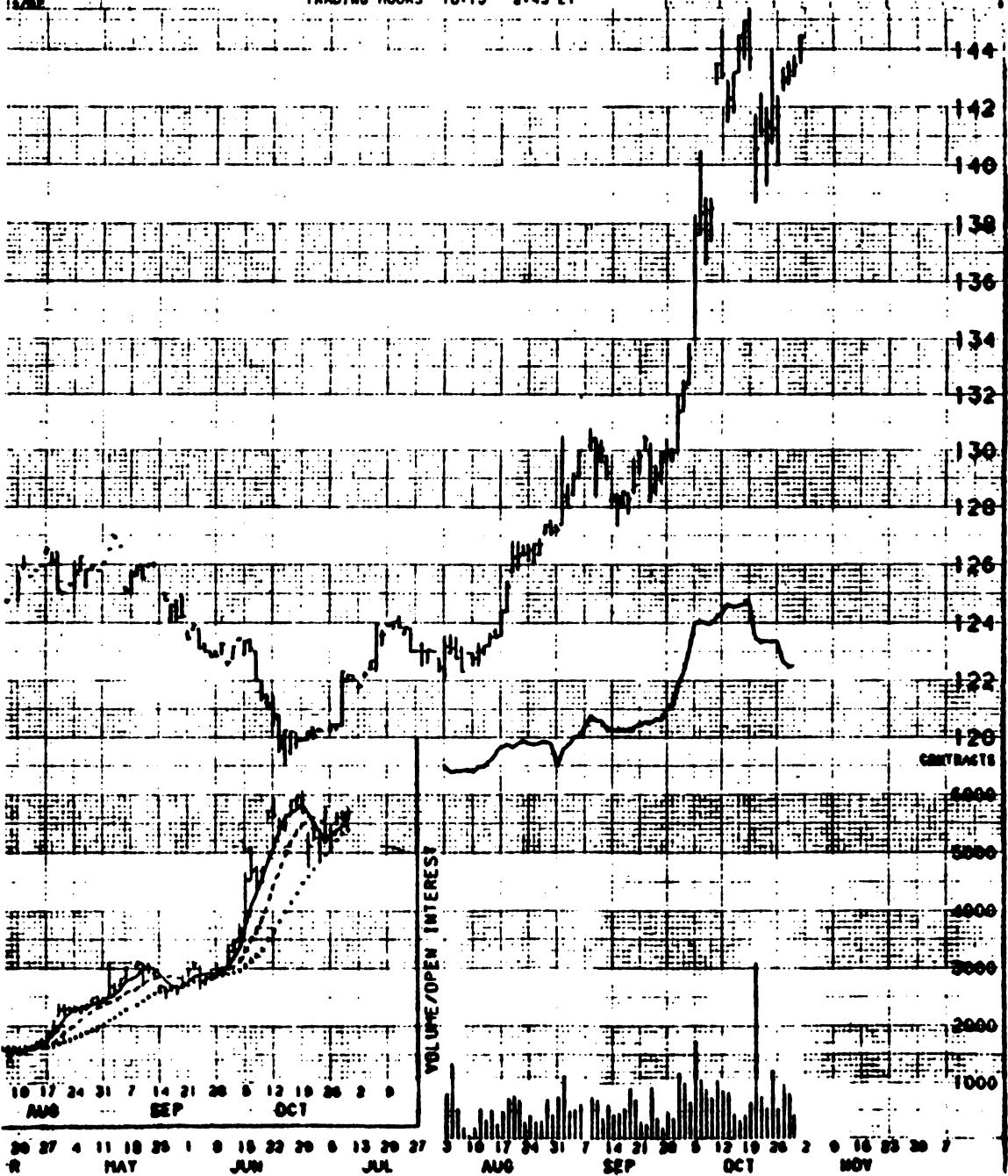
88 10/18/88
 278 : : 923
 88 : 28:33
 12:00

ORANGE JUICE

JANUARY 1988

NEW YORK COTTON EXCHANGE
 TRADING HOURS 10:15 - 2:45 ET

CONTRACT SIZE 15,000 LBS
 MIN TICK 02 CENTS
 VALUE 07.50/CONTRACT
 EACH ORID 02 CENTS
 030/CONTRACT
 DAILY LIMIT 3 CENTS
 0700/CONTRACT



los EE.UU. e Israel son los dos principales exportadores. El primero exporta sobre todo a Francia, Canadá, Arabia Saudita y la República de Corea, mientras que el segundo exporta a Francia, la Rep. Federal de Alemania y el Reino Unido.

5.6 Importaciones

Las importaciones de JNCC se centran principalmente en los países desarrollados. Entre los países en desarrollo el principal importador es Arabia Saudita. Pequeñas cantidades de JNCC son importadas por Malasia, Singapur y Rep. de Corea más recientemente. Por supuesto hay varios otros países en desarrollo que importan cantidades menores de JNCC, como Hong-Kong, Venezuela y Chile.

Las importaciones de JNCC experimentaron un fuerte incremento en los diez últimos años y en 1984 alcanzaron la cifra de 1.3 millones de toneladas. El mayor aumento se verificó en las importaciones de Estados Unidos. A mediados del decenio de los '70, Estados Unidos necesitaba importar entre 20 a 30.000 toneladas de JNCC, principalmente para mezclas. La mayor parte de esta cantidad se reexportaba y en los primeros años 80 las necesidades de importación aumentaron fuertemente llegando a una cifra sin precedentes de 500.000 toneladas en 1984. Estados Unidos importa JNCC principalmente de Brasil pero también de México y en menor cantidad del Caribe. Las importaciones de JNCC por Canadá se estabilizaron en los años 80 después de un rápido incremento en el decenio anterior. Inicialmente las importaciones procedían principalmente de proveedores estadounidenses, pero poco a poco Brasil fue logrando una participación cada vez mayor en este mercado hasta llegar al 50%. Sin embargo, un pequeño volumen de las importaciones es originario de México y de Bélgica.

Europa Occidental es el siguiente mercado en importancia para el JNCC. El total de las importaciones netas de la CEE pasó de unas 240 mil toneladas en 1980 a 350 mil toneladas en 1984, siendo el principal importador neto el Reino Unido, cuyo mercado ha experimentado un rápido crecimiento, aunque allí el consumo de néctares y de JNCC ha experimentado un aumento constante principalmente por el producto oriundo de Israel. Las importaciones netas por Francia también han aumentado significativamente mientras que en la Rep. Federal de Alemania, Bélgica-Luxemburgo y los Países Bajos son principales mercados del JNCC de Brasil.

En lo que respecta a otros mercados, Australia se ha revelado como importante comprador de JNCC. Las importaciones en gran escala comenzaron en 1974, como consecuencia del fuerte aumento del consumo y de la escasez de JNCC nacional y de la reducción de los costos del producto importado. Aunque hayan variado en función de la oferta nacional, las importaciones han presentado una tendencia creciente, llegando al 40% del consumo nacional de JNCC. Las importaciones del JNCC por Israel se mezclan, reelaboran y luego se reexportan. Las importaciones de concentrado de naranja por Japón aumentaron gradualmente hasta 1984 en que descendieron y no se llegó a utilizar por completo el contingente de importaciones establecidas.

Los países de Europa Oriental y la URSS constituyen importantes mercados potenciales para los productos cítricos, puesto que desde los años 70 importan jugos de naranjas de concentración natural principalmente Grecia y otros países mediterráneos. Polonia y la Rep. Democrática Alemana fueron pioneros en la importación de JNCC de Brasil en los años 70. Grecia sigue siendo el principal abastecedor mediterráneo de jugos cítricos a esta zona, aunque se importan pequeñas cantidades de JNCC desde otros países de América y de Asia.

6. PERSPECTIVAS DE LOS CITRICULTORES BRASILEÑOS

6.1 Creciente competencia

Hasta ahora, un importante triunfo internacional del jugo de naranja concentrado, el mejor precio, está en manos de las industrias brasileñas. Sin embargo, los empresarios del sector se preocupan por el surgimiento de nuevos países productores y por la expansión de naranjales en el Caribe, estimulados por un período de elevados precios del jugo en el exterior. Luego de sucesivas heladas que redujeron los naranjales en Florida, principal región de plantío de citrus para la industria norteamericana, las cotizaciones llegaron en 1984 a superar U\$S 1.500 la tonelada FOB para el producto brasileño, en cuanto su valor histórico oscilaba en U\$S 1.000. Como resultado, por ejemplo, la Compañía Coca Cola ha realizado fuertes inversiones en plantaciones de citrus en el Caribe, que cuenta con menores fletes por la proximidad con los Estados Unidos y la exención de impuestos para entrar en aquel mercado.

En Europa, la más reciente reacción contra la concurrencia brasileña viene de Italia, que responde por cerca del 12% del jugo consumido en la región y pretende imponer barreras a la importación de jugo de naranja del Brasil, con algún tipo de impuesto. La preocupación italiana se explica por reciente diagnóstico del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, que prevé una zafra 3% mayor que la anterior en aquel país, sumado a las exportaciones de fruta fresca en baja. Así, Italia tendría un excedente disponible de cerca de 30 mil toneladas de naranja para transformar en jugo en los próximos dos años.

Además, Marruecos mantiene su programa de expansión de capacidad de procesamiento de 140 mil a 250 mil toneladas de materia prima, lo que equivale casi a 3,5 millones de cajas. Para vender a la CEE, las industrias marroquíes disponen de una cuota de 10 mil toneladas de jugo libres de cualquier impuesto. Lo que exceda a esa cuota pagará un impuesto del orden del 70% sobre la tasación usual, que es en pago por la importación del jugo de Brasil, de 19%.

En las ventas a los Estados Unidos el jugo brasileño recibe su mayor carga fiscal. Con la tasación actual, el producto llega al importador norteamericano a U\$S 492 la tonelada. La sobretasa más reciente fue decidida en abril último, cuando el Dpto. de Comercio resolvió el cobro de 1,96% por doce meses, resultado de una acción anti "dumping" promovida hace un año por la Florida Citrus Mutual (FCM), la mayor asociación de citricultores de los Estados Unidos, alegando que los precios practicados por Brasil eran inferiores a los costos industriales y por lo tanto causaban daños económicos y agroindustriales locales.

6.2 Mercados de BRASIL

Además del gran mercado estadounidense, Canadá, Europa, Japón y Venezuela se han convertido en buenos clientes del JNCC brasileño, mientras que Europa compra grandes cantidades de subproductos cítricos. Los mercados de México y cercanos a Sud América, están ganando también importancia y se han hecho tentativas para vender JNCC a la Unión Soviética y varias naciones de Africa.

Las industrias del sector, en Brasil, consideran que pueden desarrollar más mercados para el JNCC brasileño y una mayor cantidad puede ser vendida en los mercados tradicionales. En EE.UU, JNCC es considerado un alimento básico y casi dos kilogramos per capita se consumen anualmente. Los brasileños mismos probablemente beberán en el futuro mucho más JNCC si se realizan con éxito las campañas de desarrollo del actual mercado. Hoy, una población de 136 millones de personas en Brasil consume sólo 20.000 toneladas del JNCC anualmente.

**JNCC, BALANCE DE OFERTA Y DEMANDA
FLORIDA -1980/81 - 1985/86**

Año Stock Producción (*) Oferta Demanda Stock

	inicial	total	final		
		(en miles de galones)			
1980/81	57.1	249.6	306.9	237.5	68.8
1981/82	69.0	214.9	283.9	230.5	53.3
1982/83	53.3	228.4	281.8	238.9	42.8
1983/84	42.8	239.9	282.7	228.3	54.4
1984/85	54.4	209.6	264.0	215.8	48.2
1985/86	48.3	215.1	263.4	276.7	36.7

FUENTE: Florida Citrus Processors Association

(*) Incluye importaciones y procesamiento.

De todos modos, los problemas de los citricultores de Brasil así como los de Florida, conforme indicado en el Anexo, en la mayoría de las veces, son demasiadas naranjas. Para deshacerse de ellas, los brasileños deberán bajar sus expectativas de precios o promover futuros mercados.

6.3 Nuevos mercados

En este entorno, donde la competitividad brasileña estimula acciones proteccionistas por parte de los países del Hemisferio Norte y el cultivo de naranjas en regiones del Caribe, la industria del JNCC busca compensaciones en aumentos de productividad y expansión de nuevos mercados.

Para la Asociación Nacional de Industrias Cítricas, el rendimiento promedio de los naranjales paulistas, donde se concentra casi el 90% de la producción de cítricos del país, no puede permanecer en 2 cajas de 40.8 kgs. por planta, mientras ya agricultores más tecnificados logran 5 cajas por naranjo. En la opinión de ANIC "a través del mejoramiento de los naranjales, con corte de árboles viejos y mejor trato y manejo cultural, es que se podrá estimular la competitividad frente a países con ventajas tarifarias". Por otro lado, la Asociación Brasileira de Industrias de Jugos Cítricos propone mayor agresividad en la búsqueda de nuevos mercados, para disminuir la dependencia de compra de los EE.UU., luego de adversidades climáticas en aquel país y pretende crear nuevos espacios para el jugo brasileño.

Los mercados divisados son Japón y Unión Soviética, dos naciones con gran capacidad de consumo, donde el comercio de jugo está apenas en su inicio. En el caso de Japón, la intención es ampliar la importación, que se realiza hoy a través de cuotas. De enero a octubre de 1986, se había exportado para aquel país 16,97 mil toneladas, o sea, casi el 2% del volumen total embarcado por Brasil en ese mismo período.

Para el mercado soviético, la perspectiva de comercio empezó a ser discutida hace ya más de un año, a nivel de embajadas. Los contactos evolucionaron en el segundo semestre de 1986, cuando representantes de las industrias se encontraban participando de una feria en Moscú. A mediados de febrero último, logra-

ron avanzar en la elaboración de un proyecto de cooperación empresarial, en el cual las empresas brasileñas tendrían una participación del 49% de capital; la intención es instalar una fábrica en territorio soviético, para dilución del JNCC, embalaje y distribución. Actualmente, el poco jugo de naranja consumido en aquel país proviene de Cuba.

6.4 Compras del JNCC a granel

En muchos mercados los importadores están interesados casi únicamente en la adquisición a granel de jugos de frutas en formas de líquido, concentrado, pulpa o puré dependiendo del producto en cuestión y del comprador individual o del usuario final. La falta de interés de los países en desarrollo por los jugos envasados en embalajes dirigidos al consumidor, sea en latas, botellas o envases de cartón, tiene origen en los altos costos tanto del flete como del propio envase en esos países. Además, las leyes y reglamentos para productos alimenticios y las exigencias sobre envases y etiquetas, generalmente ponen una serie de dificultades a los exportadores. Apenas una pequeña cantidad de jugos de frutas en envases para el consumidor, destinadas principalmente a confiterías y casas especializadas es importada por grandes mercados.

En Medio Oriente, todavía, los jugos envasados para el consumidor son importados en cantidades significativas, pero en esos mercados, que son bastante disputados, existen proveedores ya solidamente establecidos y además algunas fábricas para embotellamiento fueron instaladas recientemente en la región, para producir jugos con tecnología extranjera y materia prima importada a granel. Los exportadores brasileños que lograron entrar en estos mercados con envases para el consumidor, trataron de hacerlo manteniendo una cooperación empresarial con un importador local. Esto ha facilitado el cumplimiento de las disposiciones legales sobre productos alimenticios y la aceptación del producto en cuanto a su presentación y calidad.

6.5 Jugo de naranja y concentrado natural

En lo que respecta a las importaciones de otros jugos cítricos, la mayor partida en volumen corresponde al jugo de naranja de concentración natural. Las importaciones de este producto han ido en descenso, aunque los envíos a los Estados Unidos, sobretudo desde México, aumentaron en 1983 y 1984. Prescindiendo a este incremento temporal en los EE.UU., las importaciones del JNCC están disminuyendo rápidamente en la mayoría de los demás mercados, con excepción de Arabia Saudita que sigue siendo un gran importador de este tipo de jugo.

6.6 Otros jugos

Los jugos y concentrados cítricos son los principales items del mercado mundial de jugos, en el cual el de naranja totaliza mayores negocios. Sin embargo, las importaciones de estos jugos deberán crecer moderadamente, principalmente por que Brasil y EE.UU., por disfrutar de sólida posición en el mercado, dejarán pequeños márgenes de crecimiento a los demás países exportadores.

Buena perspectiva presentan también otros jugos de frutas, apreciados por su sabor, valorizados por el tenor vitamínico que están conquistando varios mercados. En la base de este éxito están la calidad técnica obtenida por el sector productivo, el padrón cualitativo obtenido por el sector agroindustrial y los precios. Los jugos de naranja, ananá y "pasionaria", dominan ampliamente las exportaciones con porcentajes de crecimiento exponenciales. Si el comportamiento excepcional del JNCC estuvo condicionado por facto-

res climáticos que perjudicaron bastante la producción norteamericana en el pasado, el salto realizado por el jugo del "maracuyá o pasionaria", se debió a su aprovechamiento por los europeos en los jugos de fruta mezclados y a los jugos de multifrutas, explorando las calidades atractivas como: aroma fuerte y agradable, coloración vivaz y gusto sabroso.

No menos de 50 países importan jugos brasileños, pero los principales negocios se concentran fuertemente en mercados de gran poder adquisitivo, como EE.UU, RFA, Países Bajos y Reino Unido, responsables por casi el 90% de las importaciones. Nuevos mercados siguen ampliando la geografía comercial de los jugos del Brasil, principalmente en el Este Europeo y Medio Oriente, sin embargo productos novedosos como "umbu", "graviola", "tamarindo" y "cajá" pueden ampliar la oferta brasileña con éxito por ser también exóticos y demandados por mercados sofisticados. Las posibilidades del comercio mundial son de un crecimiento ascendente con importaciones considerables en varios mercados, principalmente para el jugo de ananá que ofrece las perspectivas más promisorias para proveedores originarios de países en desarrollo.

Las cantidades comercializadas todavía no son muy grandes pero el interés por estos jugos es creciente como resultado de las actividades promocionales de las industrias de bebidas y por el número cada vez mayor de viajeros que consumen tales productos en los trópicos. Un obstáculo a su expansión sigue siendo el precio relativamente elevado, en comparación con los jugos cítricos y otros jugos tradicionales.

Los jugos de manzanas y uva corresponden a una importante porción del mercado mundial, pero las perspectivas para ellos, cuando originarios de países en desarrollo son relativamente limitadas, puesto que sus consumidores tradicionales, como la CEE, se abastecen localmente a excepción de los EE.UU. y Canadá que consumen grandes cantidades de concentrados de manzanas.

6.7 Principales tendencias del sector en los EE.UU.

La producción total de frutas ha aumentado significativamente desde 1970 debido al alza importante en la producción de non-citrus, conforme indicado en el Anexo. El tonelaje de procesamiento de toda la fruta se ha elevado con un 41% en fruta no-cítrica utilizada para procesamiento. Aunque el mismo se ha mantenido relativamente estático, han habido variaciones en la importancia relativa de diferentes tipos de procesamiento. En contraste, la proporción de cosecha de citrus en EE.UU utilizada para procesamiento, ha caído moderadamente reflejando la brusca reducción de la producción de naranja de Florida en los años '80. Ha aumentado moderadamente la demanda de fruta procesada, con el mayor incremento en los items de citrus procesado. El incremento de la producción de fruta alrededor del mundo, ha creado una aguda competencia por fruta procesada de Estados Unidos en los principales mercados. Con actividades promocionales, y la debilitación del dólar, mejoraron los mercados de exportación para la mayoría de la fruta procesada. El avance de la tecnología de procesamiento y nuevos productos va a aumentar en el futuro la demanda de items de fruta procesada.

PERSPECTIVAS DE LA FRUTICULTURA NORTEAMERICANA ⁴

La producción de citrus, árboles frutales y viñedos se ha desarrollado ampliamente durante los últimos 17 años (1970-1986), debido principalmente a las condiciones climáticas. Sin embargo, el total utilizado de la producción aumentó de un promedio anual de 21.4 millones de toneladas durante 1970-72 a 24.4 millones durante 1984-86. Este incremento se atribuyó a una elevación de 41% en la producción no-cítrica

⁴ Síntesis del trabajo "Fruit situation and outlook yearbook", USDA, 1987.

que resultó, en parte de una baja anormal en el período base 1970-72, causada por la helada en la primavera del '72 en California, que dañó significativamente los cultivos, en particular viñedos y ciruelas. La producción cítrica, como resultado de las recientes heladas en Florida y Texas, bajó un 9% del promedio anual, de 11.8 millones la tonelada en 1970-72 a 10.8 millones en 1984-86. Consecuentemente, la participación de frutas no cítricas aumentó de 45 a 56%. Las heladas también redujeron el área total de citrus a 805,100 en 1986, el más bajo nivel en 17 años o sean un descenso del 28% desde 1970. En contraste, la producción no cítrica se acercó casi a los 2 millones en 1986, es decir, un aumento del 11% desde 1970.

La sustancial disminución en la producción de frutas cítricas en EE.UU. desde 1970-72, se debió primeramente a la significativa baja en la producción de naranjas, resultado también de las recientes heladas en Florida y Texas, sin embargo, la producción cítrica se recuperó gradualmente en estos Estados. Durante los últimos 17 años (1969/70-1985/86), la producción de naranja en EE.UU ha fluctuado desde un alza de 11.8 millones de toneladas en 1970/80 a una baja de 6.7 millones en 1984/85. Florida ha sido el Estado líder de la producción de naranja desde 1945/46. Su producción llegó al más alto nivel (9.3 millones de toneladas) en 1979/80, cuando cultivos extensivos estaban en plena producción. Sin embargo, a causa de varias heladas de los años 80, la producción de naranja de Florida cayó a 4.7 millones de toneladas en 1984/85, la cosecha más pequeña desde 1967/68. Comparando 1970/72 con 1984/86, la producción de naranja de Florida bajó 19% y su participación en la cosecha de EE.UU cayó de 77 a 71%. Para 1986/87, la producción de naranja de Florida continuó subiendo a 5.4 millones de toneladas.

En contraste, la producción de naranja de California aumentó significativamente desde los comienzos de 1970, por los nuevos plantíos en el centro de California, aumentando un 30% desde 1970/72 a 1984/86 y su participación en el total de EE.UU. aumentó del 18 al 27%.

Arizona y Texas producen menos del 5% de la recolección de naranja de EE.UU. y la tendencia de la producción es a la baja. La helada de Diciembre de 1983 redujo la producción de naranja de Texas a 107.000 toneladas en 1983/1984, la recolección más pequeña desde 1967/68 y ninguna cosecha comercial se logró en la producción de 1984/85. Desde entonces, la producción de naranja de Texas se recobró gradualmente, con una estimación para 1986/87 de 37.000 toneladas, superior al 164% del año anterior. La producción de naranjas de Arizona bajó a 68.000 toneladas en 1983/84, el nivel más bajo desde 1962/63. Comparando 1970-72 con 1984-86, la producción de Arizona bajó un 50%.

Debido a los daños causados por heladas, los precios de las naranjas recibidos por los agricultores, han sido elevados. La naranja en el campo americano generó ganancias promedio de US\$ 7,41 la caja en 1984/85, el nivel más alto durante los últimos 17 años. Las ganancias generadas por las naranjas frescas fueron excelentes, con un promedio de US\$ 10,14 la caja en 1984/85. En general ganancias para todas las ventas fueron de \$5,85 en el período 1984-86, más del 257% desde 1970-72.

Aunque las exportaciones de citrus frescos a mediados de los años 80 hayan aumentado en comparación con los comienzos de los años 70; la tendencia de exportación no ha sido clara en los últimos 17 años. Las exportaciones de naranjas frescas fluctuaron desde un bajo nivel de 236,806 toneladas métricas en 1970/71, a uno alto de 478,889 en 1974/75; las de naranja subieron casi un 50% entre 1970-72 y 1984-86. Las exportaciones de pomelo fresco casi se duplicaron y las de limones frescos subieron un 5% desde 1970-72 a 1984-86, con un máximo en 1976/77.

Las importaciones de jugos de naranja concentrado y congelado (JNCC), que alcanzaron un record de 597 millones de galones (concentración natural) en 1984-85, han sido grandes en los recientes años debido a las heladas en Florida. Sin embargo, las importaciones en 1985/86 cayeron moderadamente debido

principalmente al aumento de la oferta en Florida. Importaciones desde Brasil han significado aproximadamente un 95% del total de JNCC importado en los últimos años.

No obstante la mayor producción, el índice de precios recibido por los agricultores para fruta fresca y procesada, aumentó significativamente del promedio anual de 66 durante 1970-72 a 183 durante 1984-86 (1977 = 100). Este aumento fue causado, en primer lugar a los precios elevados de los citrus luego de las heladas en Florida y Texas. La reducción de las demandas de citrus también reforzó los precios de las manzanas y las peras. Durante el mismo período, el precio al por menor de las frutas fue más del triple.

El total de las ventas de fruta, fresca o para procesar, fluctuó en un estrecho margen durante los años 70, pero cayó en los comienzos de 1980 cuando las heladas dañaron los citrus tanto en Florida como en Texas. Así, la cantidad de fruta cítrica vendida para procesar en 1984-86 fue un 15% menor que en 1970-72. La proporción de la cosecha de citrus usada para procesamiento bajó de 71 a 66% durante el mismo período, principalmente debido a la fuerte reducción de la producción de naranja de Florida. Este Estado ha dominado el mercado de naranja industrializada, y el uso de procesamiento ha aumentado su lugar en el total de ventas, casi en un 94% durante los recientes años, a causa del aumento de la demanda del JNCC. California ha dominado el mercado de naranja fresca y debido a las heladas en Florida y Texas, su participación en el mercado de las naranjas frescas ascendió a casi 80% en los últimos años, de un 68% en los comienzos del '70.

La proporción de la fruta caduca usada para procesamiento llegó casi al 65%, desde 1970-72 a 1984-86, con cambios en la importancia relativa de envasados, secados, congelados, y otros tipos de procesamiento. El aumento en el consumo de vino levantó la producción de uvas, lo cual llevó a que la industrialización pasara a tener una participación más grande de la fruta no cítrica. El procesamiento ahora representa casi un tercio de la fruta no cítrica, comparado con 28% en los comienzos de 1970. El aumento del uso de jugo de manzana también sumó significativamente a la participación del jugo en la industrialización de no cítricos. En contraste, la reducida participación de fruta caduca usada para enlatado ha estado asociada con fuerte disminución en el uso de duraznos y peras. Corrientemente, el enlatado representa el 26% del procesamiento de no cítricos, con una reducción de casi un tercio en los principios de 1970.

El consumo per cápita de fruta varió desde una baja de 173 libras en 1970 a una alza de 213 libras en 1977. Desde 1970, el consumo per cápita en EE.UU. ha crecido de 1,3% por año, llegando a 212 libras en 1986. La mayoría del aumento desde 1970 ha sido en fruta procesada, principalmente jugos cítricos. El aumento en el consumo se debió a varios factores: mejor distribución y disponibilidad, nuevas formas del producto, mejor almacenaje, mayor ingreso personal disponible, mejores técnicas de comercialización, más marcas, incremento en la propaganda y la promoción, cambios y preferencias en los gustos del consumidor. El consumo fresco per cápita aumentó de 13 libras a 92 libras desde 1970-72 a 1984-86, debido a casi exclusivamente a incrementos fuertes en el consumo de frutas no cítricas, bananas, avocados, uvas y frutillas. Por otro lado, a causa de los daños de las heladas en Florida y Texas, la producción cítrica no se ha recuperado y, como resultado, el consumo de fruta fresca per cápita cayó 4 libras, desde 1970-72 a 1984-86 llegando a 24 libras.

Aunque el consumo per cápita de fruta fresca disminuyó, el consumo de citrus procesados subió significativamente. Para 1984-86 llegó a 87 libras de las 68 en 1970-72. El incremento fue promovido por una participación ascendente de jugo congelado, llegando al record de 81,2 libras en 1985. El jugo cítrico enfriado está aumentando popularmente, en particular jugo enfriado de naranja, cuyo consumo se estima en base a la información del jugo de naranja procesado solamente con naranjas de Florida.

ANEXOS

CUADRO 1
EXPORTACION DE PRINCIPALES PRODUCTOS
BRASIL 1985/1987

	1000 u\$s		1000 toneladas	
	1985	1986	1985	1986
1 TOTAL GENERAL	25639011	22393343	146351383	131898374
2 PRODUCTOS				
BASICOS	8537929	7348967	116688466	106867731
Azúcar rubia	166284	137999	1047871	873843
Granos de Cacao	360614	272834	172246	134474
Café en granos	2369178	2062741	1033611	539899
Farelo y torta de soja	1174857	1180579	8588020	6542234
Hojas de Tabaco	437427	395944	169544	149078
Mineral hierro	1481640	1305673	88813799	77333513
Mineral de Aluminio	93914	79249	3317341	3113433
Grano de soja	762683	243218	3491476	1200151
3 PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS	16821268	14866958	28282829	23837487
a) Semifabricados	2738487	2480642	7826020	6861058
Azúcar Cristal	33421	46226	308053	303937
Hierro	2285641	2151406	10038700	9274461
Vigas de Hierro	226448	194578	--	--
Manteca cacao	203390	198761	42764	43576
Peanut oil	45897	3863	56431	7176
Aceite castor	57359	50052	94977	95577
Aceite de soja	271124	66743	433087	168206
Pieles y cueros	1118	--	1047	--
b) Manufacturados	14062781	12386316	20456809	16976429
Azúcar refinada	168250	183656	1192104	1153104
Café Indust.	263293	296756	47639	46206
Calzados	886178	935517	57939	60779
Carne Indus.	306717	--	141	--
Hilos algodón	156295	114681	65114	47785
Máquinas y aparatos eléctricos	580920	794279	74716	87250
Máquinas, calderas, etc.	1589983	1422704	332244	300098
Mat. transporte	1694157	1567708	412778	375705
Productos siderúrgicos	1205939	999289	--	--
Jugo de naranja	748925	635987	484782	751034
4 Operaciones diversas	6407259	4931206	10489108	6868444

Fuente: Departamento de Comercio Exterior - CACEX.

CUADRO 2
NARANJAS. PRODUCCION POR ESTADOS,
1969/70 - 1985/86

Cosecha	Florida	California	Texas	Arizona	EE.UU.
	(en miles de toneladas)				
1969/70	6,197	1,463	189	174	8,023
1970/71	6,402	1,406	263	134	8,205
1971/72	6,165	1,627	261	184	8,237
1972/73	6,636	1,579	332	190	9,737
1973/74	7,461	1,516	281	128	9,386
1974/75	7,799	2,063	193	186	10,241
1975/76	8,154	1,980	259	100	10,493
1976/77	8,406	1,699	293	148	10,546
1977/78	7,551	1,599	260	136	9,546
1978/79	7,380	1,399	272	109	9,160
1979/80	9,302	2,228	171	131	11,832
1980/81	7,758	2,447	184	98	10,487
1981/82	5,661	1,572	252	115	7,600
1982/83	6,282	2,854	241	142	9,519
1983/84	5,252	1,819	107	68	7,246
1984/85	4,676	1,965	(2)	93	6,734
1985/86(1)	5,355	2,056	14	87	7,512

(1) Preliminar

(2) Debido a severas heladas de diciembre 1983, no se cosechó ninguna demanda comercial para la recolección 1984/85.

FUENTE: Citrus Fruits Annual and Crop Production, NASS, USDA.

CUADRO 3
PRODUCCION PRINCIPALES PRODUCTOS ALIMENTICIOS,
BRASIL, 1975/1987
(en miles de tn)

PRODUCTO	1975	1977	1979	1981	1983	1985	1987
Arroz	7782	8994	7595	8261	7741	9019	10399
Banana(*)	364	428	409	446	441	500	...
Papa	1655	1896	2154	1911	1818	1989	1834
Cacao	282	250	336	304	380	419	...
Café	2545	1951	2666	4075	3331	3763	...
Caña de Azúcar	91525	120082	138899	155571	216534	245905	249277
Cebolla	346	488	691	777	725	637	635
Poroto negro	2283	2290	2186	2339	1587	2547	2221
Naranja(**)	31566	35823	42226	57127	58661	70996	99600
Mandioca	26118	25929	24962	24803	21569	23073	25542
Maíz	16335	19256	16306	21098	18744	22017	20510
Tomate	1050	1298	1501	1442	1522	1932	1838
Trigo	1788	2066	2927	2209	2236	4247	5433
Uva	581	659	704	580	575	718	...

Fuente: IBGE, Ministerio de Agricultura.

(*) Millones de cachos.

(**) Millones de frutas

CUADRO 4
CANTIDAD RECOGIDA POR HOMBRE/DÍA. PAGO DE COSECHA DE NARANJA
ESTADO DE SAN PABLO, JUNIO 1987

División Regional Agrícola	NARANJAS (cajas/día)			NARANJAS (*) (Cz\$/caja)		
	Cant.	Cant.	Cant.	Precio	Precio	Precio
	Menor	Mayor	Media	Menor	Mayor	Medio
San José dos Campos	60.0	60.0	60.0
Sorocaba	20.0	70.0	52.0	2.50	5.00	3.30
Campiñas	30.0	80.0	54.0	2.00	8.00	3.60
Ribeirao Preto	30.0	100.0	63.0	2.60	5.70	3.60
Bauru	15.0	70.0	33.0	3.00	7.00	5.00
San José do Rio Preto	25.0	80.0	57.0	1.50	7.00	4.00
Aracatuba	20.0	65.0	46.0	4.00	5.00	4.60
Presidente Prudente	20.0	50.0	35.0	3.00	3.00	3.00
Marília	25.0	40.0	32.0	3.50	3.50	3.50
ESTADO	15.0	100.0	48.0	1.50	8.00	3.80

FUENTE: Instituto de Economía Agrícola y Coordinadora de Asistencia Técnica Integral

(*) Cotización "no oficial" US\$ 1,00=Cz\$ 50,00

CUADRO 5
VALOR DE LA TIERRA NUA (en 1000 Cz\$/ha)
ESTADO DE SAN PABLO, JUNIO 1987

División Regional Agrícola	TIERRA DE CULTURA DE PRIMERA			TIERRA DE CULTURA DE SEGUNDA(*)		
	Precio	Precio	Precio	Precio	Precio	Precio
	Menor	Mayor	Medio	Menor	Mayor	Medio
Registro	20.7	82.6	45.5	8.3	62.0	22.8
San José dos Campos	33.1	289.3	103.1	20.7	165.3	64.6
Sorocaba	41.3	330.6	117.4	33.1	247.9	88.2
Campiñas	74.4	495.9	188.5	53.7	413.2	146.8
Ribeirao Preto	41.3	206.6	93.1	33.1	165.3	76.2
Bauru	28.9	144.6	84.4	24.8	103.3	64.2
San José do Rio Preto	28.9	103.3	52.7	24.8	82.6	42.4
Aracatuba	20.7	82.6	51.4	16.5	74.4	43.5
Presidente Prudente	24.8	82.6	49.8	20.7	70.2	39.2
Marília	33.1	144.6	58.9	20.7	103.3	45.5
ESTADO	20.7	495.9	84.0	8.3	413.2	63.3

Fuente: Instituto de Economía Agrícola y Coordinadora de Asistencia Técnica Integral

*Cotización "no oficial": US\$ 1.00=Cz\$ 50.00

CUADRO 6
PRECIOS PAGADOS POR LA AGRICULTURA, CIUDAD DE SAN PABLO
Julio a Agosto, 1987 (en cruzado)

ITEM	UNIDAD	Cz\$
Máquina, vehículo e implemento:		
.Arado de 3 discos 26" fijo, liso, MF	Unidad	50456.00
.Camión FORD F1000, diesel	Unidad	950000.00
.Carreta 4t c/carrocera, sin cubiertas y sin freno	Unidad	66507.00
.Cosechadora de maíz más de 40HP -CLM- 350	Unidad	199121.00
.Cosechadora de poroto	Unidad	477603.00
.Cosechadora p/arroz-MF1630	Unidad	897461.00
.Cosechadora p/granos-MF3640	Unidad	985694.50
.Rastra de discos, 26 discos de 18"	Unidad	36037.00
.Pick-up F-1000, motor alcohol, 4 cil. c/volcadora	Unidad	680000.00
.Motor eléctrico 3HP trifásico 4 p. blindado	Unidad	5431.25
.Pulverizador mochila 7 a 8 Kgs. de polvo	Unidad	3067.50
.Pulverizador mochila, 18 litros	Unidad	1875.00
.Tractor Massey Ferguson, 61 CV	Unidad	426878.40
Fertilizantes y calcáreo		
.Clorato de Potasio	Tonelada	8844.00
.Termofosfato	Tonelada	6536.00
.Nitrocalcio	Tonelada	6146.66
.Urea	Tonelada	10089.00
.Sulfato de Amonio	Tonelada	7054.80
.MAP-granulado	Tonelada	17691.17
.Superfosfato simple-granulado	Tonelada	7022.00
.Superfosfato triple-granulado	Tonelada	12351.00
.Calcarío dolomítico	Tonelada	600.00

FUENTE: Instituto de Economía Agrícola (IEA)

CUADRO 7
JUGOS DE FRUTA ENVASADOS Y ENFRIADOS
(Excluyendo congelados)
CONSUMO PER CAPITA SINGLE STRENGTH BASIS,
1970 A LA FECHA (1)

Año	C I T R U S			N O C I T R U S		
	Naranja	Pomelo	Limón/ lima	Frutas de néctar	Uvas	Ciruela
	Envasado					
	Libras					
1970	1.75	2.99	0.10	0.68	0.58	1.09
1971	1.65	3.24	0.10	0.67	0.71	1.07
1972	1.51	3.25	0.10	0.56	0.53	.66
1973	1.74	3.42	0.10	0.50	0.56	.97
1974	1.48	3.49	0.10	0.52	0.67	.72
1975	1.52	3.34	0.12	0.77	0.59	.91
1976	1.37	3.33	0.08	0.76	0.56	.99
1977	1.46	3.13	0.08	0.67	0.45	.88
1978	1.74	3.50	0.06	0.75	0.92	.93
1979	2.04	3.35	0.05	0.56	0.68	.80
1980	1.98	2.92	0.05	0.67	0.65	.86
1981	2.28	2.45	0.06	0.70	0.69	.93
1982	1.74	2.07	0.03	0.51	0.64	.78
1983	1.24	1.58	0.07	0.36	0.91	.61
1984	1.47	1.20	0.07	0.27	0.75	.66
1985	.84	1.30	0.07	0.40	0.52	.63
1986(2)	.82	1.13	0.07	0.39	0.50	.63

(1) Base de año calendario excepto para los jugos cítricos que estén en una base de año-industria comenzando con anterioridad al año indicado.

(2) Preliminar

Fuente: Commodity Economics Division, ERS.

CUADRO 8
NARANJAS. UTILIZACION DE PRODUCCION POR ESTADOS,
1969/70 - 1985/86

COSECHA	FLORIDA		CALIFORNIA		ARIZONA		TEXAS		EE.UU	
	Fresca	Proc.	Fresca	Proc.	Fresca	Proc.	Fresca	Proc.	Fresca	Proc.
1969/70	597	5,600	994	469	90	83	108	81	1,789	6,233
1970/71	628	5,775	949	439	49	84	142	138	1,768	6,436
1971/72	505	5,660	1,028	599	76	108	117	145	1,727	6,511
1972/73	550	7,086	904	675	108	82	136	195	1,698	8,039
1973/74	499	6,962	1,099	416	79	49	102	179	1,778	7,606
1974/75	603	7,196	1,335	728	111	76	102	91	2,151	8,090
1975/76	528	7,626	1,283	698	46	54	131	128	1,987	8,506
1976/77	400	8,006	1,221	477	87	62	145	148	1,852	8,694
1977/78	448	7,103	1,080	518	99	37	135	125	1,762	7,781
1978/79	527	6,853	930	469	62	47	89	183	1,607	7,552
1979/80	495	8,807	1,481	747	83	49	88	83	2,146	9,686
1980/81	372	7,386	1,411	1,036	63	35	121	63	1,968	8,519
1981/82	343	5,318	1,253	319	80	35	141	111	1,817	5,783
1982/83	464	5,818	1,622	1,232	95	47	142	99	2,323	7,196
1983/84	544	4,907	1,409	411	57	11	59	48	1,868	5,377
1984/85	300	4,376	1,515	450	70	20		(1)	1,885	4,846
1985/86	400	4,955	1,643	413	70	17	(3)		2,125	5,386

(1) Debido al redondeo, algunas cifras pueden no igualar la suma de los componentes.

(2) Preliminar

(3) Debido a las severas heladas de Diciembre 1983, no se cosecharon demandas comerciales para la recolección de 1984/85.

Fuente: Citrus Summary, Florida Agriculture Statistics and Citrus Fruits Annual. NASS, USDA.

CUADRO 9

INDICES MENSUALES DE PARIDAD, ESTADO DE SAN PABLO

Agosto 1986 a agosto 1987

(Base 1961-62 = 100)

Año y Mes	Indice General de Precios recibido por Agricultores en San Pablo (IPR)	Indice General de Precios pagos por agricultores en San Pablo (IPP)	Indice de Paridad IPR:IPP (x 100)
1986	19625000	15785226	126,35
Agosto	19933390	16679710	119,00
Setiembre	21025500	17431660	120,62
Octubre	20224010	17533670	115,34
Noviembre	21363230	18692339	114,29
Diciembre	22376050	21238206	105,36
1987			
Enero	21432080	24250455	88,37
Febrero	19842220	25148610	78,90
Marzo	19823020	27488910	72,11
Abril	21890000	31258110	70,03
Mayo	28117320	37809550	74,36
Junio	30535760	43608780	70,02
Julio	33230740	46615300	71,28
Agosto	37242880	49206000	75,68

FUENTE: Instituto de Economía Agrícola (IEA).

CUADRO 10

JUGO DE NARANJA CONCENTRADO Y CONGELADO

EXISTENCIAS, PROCESAMIENTO, OFERTA, CONSUMO, FLORIDA

1969/70-1985/86

Cosecha 1/	Existencias iniciales	Procesamiento	Oferta	Consumo	Existencias finales
	Millones de Galones 2/				
1969/70	17.4	126.4	143.8	121.2	22.6
1970/71	22.6	133.7	156.3	128.6	27.7
1971/72	27.7	145.9	173.6	126.3	47.3
1972/73	47.3	180.2	227.5	178.7	48.8
1973/74	48.8	176.4	225.2	178.7	46.5
1974/75	46.5	184.9	231.4	180.7	50.7
1975/76	50.7	203.5	254.2	200.6	53.6
1976/77	53.6	181.8	235.4	210.0	25.4
1977/78	25.4	200.4	225.8	195.1	30.7
1978/79	30.7	216.5	247.2	210.0	37.2
1979/80	37.2	256.4	293.6	236.5	57.1
1980/81	57.1	249.6	306.7	237.9	68.8
1981/82	68.8	214.9	283.7	230.5	53.2
1982/83	53.2	228.4	281.6	238.8	42.8
1983/84	42.8	239.9	282.7	228.3	54.4
1984/85	54.4	209.6	264.0	215.8	48.2
1985/86	48.3	215.1	263.4	226.7	36.7

1/ La estación comienza el 1 de diciembre.

2/ Comienza 81/82.....

FUENTE: Florida Citrus Processors Association.

CUADRO 11
JUGO DE NARANJA ENLATADO:
EXISTENCIAS, PROCESAMIENTO, OFERTA Y CONSUMO
Florida 1969/70 - 1985/86 1/

Cosecha 2/	Existencia inicial	Procesamiento	Oferta	Consumo	Existencia final
Millones de cajas (24 Nro.2's) 3/					
1969/70	1.9	11.2	13.2	12.1	1.1
1970/71	1.1	11.7	12.8	11.5	1.3
1971/72	1.3	10.9	12.2	10.4	1.7
1972/73	1.7	13.6	15.4	12.5	2.8
1973/74	2.8	10.8	13.7	11.1	2.6
1974/75	2.6	10.7	13.3	11.3	2.0
1975/76	2.0	10.6	12.6	10.7	1.9
1976/77	1.9	10.7	12.6	10.5	2.0
1977/78	2.0	11.6	13.7	11.6	2.0
1978/79	2.0	13.2	15.2	12.6	2.6
1979/80	2.6	13.8	16.4	13.9	2.5
1980/81	2.5	13.0	15.5	13.0	2.4
1981/82	2.4	11.5	13.9	11.5	2.4
1982/83	2.4	9.8	12.2	10.7	1.4
1983/84	1.4	9.0	10.4	9.3	1.1
1984/85	1.1	7.4	8.6	7.7	---
1985/86	---	7.5	8.4	7.4	---

1/ Single strenght.

2/ Estación comienza octubre.

3/ Comienza 76/77 incluye jugo de naranja reconstituido.

FUENTE: Florida Citrus Processors Association.

CUADRO 12
FRUTA CITRICA FRESCA:
EXPORTACIONES DOMESTICAS, ESTADOS UNIDOS
1969/70 - 1985/86

Cosecha 2/	Naranjas	Pomelos	Limonos
1000 toneladas métricas			
1969/70	258.2	104.4	123.6
1970/71	236.8	95.0	131.9
1971/72	291.5	177.5	155.8
1972/73	272.1	192.1	192.5
1973/74	312.1	235.0	188.9
1974/75	478.8	227.6	206.1
1975/76	440.1	284.7	189.7
1976/77	397.7	274.3	240.9
1977/78	334.9	265.1	206.3
1978/79	300.2	278.4	210.9
1979/80	459.4	271.4	167.9
1980/81	417.8	295.1	178.5
1981/82	354.0	260.5	142.4
1982/83	461.0	308.3	146.5
1983/84	367.6	262.0	152.9
1984/85	407.4	198.8	149.0
1985/86	394.2	269.5	130.0

1/ El año comienza en noviembre para las naranjas; en setiembre para los pomelos y en agosto para los limones.

FUENTE: Foreign Agricultural Service, USDA

CUADRO 13
JUGO DE NARANJA CONCENTRADO Y CONGELADO:
IMPORTACIONES EE.UU.
1969/70 - 1985/86

Cosecha 1/	Brasil	Otros	EE.UU.

1000 galones 2/			
1969/70	1.3	0.1	1.4
1970/71	15.4	3.9	19.3
1971/72	29.2	8.8	38.0
1972/73	12.9	7.3	20.2
1973/74	12.6	5.5	18.2
1974/75	28.2	4.8	33.0
1975/76	29.7	1.6	31.4
1976/77	33.7	14.1	47.9
1977/78	139.4	11.2	150.7
1978/79	152.3	7.7	160.0
1979/80	97.6	2.3	100.0
1980/81	203.1	11.1	214.2
1981/82	373.9	22.0	396.0
1982/83	337.1	27.6	364.7
1983/84	510.0	23.4	533.5
1984/85	578.1	18.4	596.6
1985/86	500.5	45.6	546.1

1/ La estación comienza el 1o. de diciembre.

2/ Concentración simple

FUENTE: Foreign Agricultural Service,
 USDA and Bureau of Census, US
 Department of Commerce.

CUADRO 14
CONSUMO DE FRUTA CITRICA PER CAPITA
PRECIO FRESCO EQUIVALENTE, 1970 A LA FECHA 1/

Año	Fresco 2/	Jugo 2/ Enlatado	Jugo 2/ Enfriado	Jugo Congelado	Total
1970	28,84	10,52	9,24	41,08	89,67
1971	29,14	10,76	9,54	47,53	96,97
1972	27,45	10,37	10,39	54,54	102,76
1973	27,43	11,17	10,47	53,59	102,66
1974	27,41	10,74	10,37	58,02	106,54
1975	29,67	10,60	11,31	67,69	119,26
1976	29,02	10,35	12,24	65,60	117,22
1977	35,52	9,91	11,39	67,69	124,50
1978	26,25	11,10	12,18	57,83	107,36
1979	24,69	11,21	10,96	61,68	108,54
1980	28,85	10,25	11,75	61,81	112,66
1981	24,99	9,87	8,32	61,49	104,67
1982	24,73	7,90	7,04	69,90	109,57
1983	29,30	6,03	8,30	76,60	120,23
1984	23,89	5,70	7,39	65,85	102,84
1985	23,44	4,61	6,46	81,15	115,65
1986 3/	26,00	4,24	7,61	79,13	116,98

1/ Excluye cantidades consumidas como comida infantil.
 salvo otras especificaciones, los datos representan
 un año calendario (los ajustes al año calendario
 cuando fue necesario, se hicieron combinando partes
 proporcionales de cada año de empaque involucrado).

2/ Año de cosecha y de empaque comienzan en octubre
 y noviembre previo al año indicado.

3/ Preliminar.

FUENTE: Commodity Economics Division, ERB, USDA.

CAPITULO V

**PROMOCION DE
EXPORTACIONES FRUTIHORTICOLAS
EN ARGENTINA**

SEMINARIO INTERNACIONAL
ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACION DE LAS EXPORTACIONES AGRICOLAS ARGENTINAS
"EL COMPLEJO FRUTIHORTICOLA"
15 y 16 de Diciembre de 1987. Buenos Aires - Argentina

**PROGRAMA DE PROMOCION DE
EXPORTACIONES FRUTIHORTICOLAS**

✓
*Lic. Claudio Sabsay*¹

A fin de implementar una política frutihortícola nacional que permita obtener:

- el incremento de las exportaciones frutihortícolas;
- la diversificación de la oferta frutihortícola exportable; y
- el desarrollo del sistema innovativo para incrementar la rentabilidad por unidad de superficie y de los ingresos regionales;

se ha hecho un desarrollo en base a una estrategia que comprende dos cursos de acción diferentes y complementarios: las propuestas tendientes al desarrollo de enclaves frutihortícolas y las propuestas orientadas a un desarrollo global del sector.

El concepto central en el cual se basa el primer curso de acción, consiste en especializar determinadas áreas o grupos y/o asociaciones de productores -que tengan o no experiencia en la exportación pero sí con firme decisión de hacerlo de acá en más- con el fin de generar un desarrollo puntual de las exportaciones de productos frutihortícolas seleccionados.

Se trata de desarrollar enclaves que por condición agroclimáticas y de perfil empresarial y de voluntad asociativa de productores, permitan obtener una rápida respuesta para aumentar la oferta exportable.

Este desarrollo permite esperar un efecto demostrativo de la capacidad potencial del subsector generando así un efecto multiplicador.

El segundo curso de acción consiste en desarrollar políticas que permitan no sólo potenciar algunos productos y regiones, sino generar un desarrollo más amplio, global y armónico de toda la producción frutihortícola en su conjunto, con la finalidad que este desarrollo productivo global del subsector, tenga como destino prioritario el mercado internacional.

¹ Coordinador del Programa de Promoción de Exportaciones Frutihortícolas. Convenio BAGyP/NCA. Argentina.

A. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN PARA ENCLAVES

Las políticas que a continuación se enumeran resumidamente constan de dos tiempos, corto y mediano plazo.

De corto plazo

- i. Disponer de líneas de crédito apropiadas para aquellos proyectos cuyo destino de la producción sea fundamentalmente la exportación, para la incorporación de tecnología de producción, ampliación, racionalización y construcción de nuevas plantas de empaque y conservación.**
- ii. Reintegro del 100% del impuesto al valor agregado que rige para los productos de terapéutica vegetal.**
- iii. Incorporación de los productos frutihortícolas seleccionados al programa especial de exportaciones hasta la formulación de un programa especial más acorde con las condiciones del subsector.**
- iv. Ampliar los productos frutihortícolas seleccionados al régimen de admisión temporaria de insumos.**
- v. Listado de Bienes de capital que puedan importarse con pago diferido del arancel respectivo en la medida que ellos sean destinados a actividades para incrementar la oferta exportable.**
- vi. Mejorar el cuadro tarifario del transporte marítimo y aéreo por medio de bonificaciones diferenciales de acuerdo al volumen exportado por ese medio por cada exportador o grupo de exportadores que consoliden carga en común.**
- vii. Crear un comité de exportadores integrado por los beneficiarios de este programa para desarrollar una estrategia conjunta con la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, Secretaría de Industria y Comercio Exterior y el Banco Central, para la promoción de sus ventas en el exterior y la cobertura de los requerimientos financieros.**
- viii. "Guía del Exportador Frutihortícola" cuyo objetivo es concentrar información para orientar al productor y/o exportador en la operatoria de la tramitación aduanera, bancaria y de comercialización externa.**
- ix. Programa de tipificación de productos frutihortícolas seleccionados y de envases para exportación.**
- x. Autorización para que compañías privadas de control de calidad puedan emitir los certificados correspondientes para la mercadería a exportar.**

De mediano plazo

- i. Circuito integrado de comercialización para eliminar etapas de intermediación y vincular directamente cadenas de supermercados o grandes centros de abastecimiento en los países desarrollados con los productores-exportadores argentinos.**
- ii. Iniciativas como base articuladora de los enclaves:**
 - parques frutihortícolas.**
 - mercados concentradores provinciales y/o regionales.**
 - empresas de servicios de empaque y conservación.**
 - proyectos agroindustriales que demanden cultivos específicos y apropiados para su elaboración, o bien puedan absorber los saldos no comercializables en estado fresco.**
- iii. Creación de un "Board" o Consorcio de Exportación. Este ente, que tendría las características de ser mixto, entendería en todo lo relacionado a la fiscalización, conformación de volúmenes, sello de calidad y financiamiento, estudio de mercados y agente de comercialización de los productos frutihortícolas exportables. La incorporación de los productores sería voluntaria y libre.**
- iv. Rediseño de la red de soporte tecnológico para lograr una más dinámica interrelación entre investigación, experimentación y transferencia de tecnología.**

B. POLÍTICAS PARA EL DESARROLLO GLOBAL DEL SUBSECTOR

De corto plazo

- i. Disponer de líneas de crédito apropiadas para mejorar la calidad y la productividad, el acondicionamiento y la conservación de los productos mediante la incorporación de un paquete tecnológico disponible.**
- ii. Desarrollo de un programa fitosanitario nacional, incorporando las acciones provinciales y/o regionales dispersas, junto a todos los actores del proceso -productores, transportistas, acopiadores, mayoristas, etc., para lograr un trabajo integrado de combate y erradicación.**
- iii. Realizar campañas de asesoramiento sobre el correcto uso de plaguicidas, a fin de modificar el cuadro actual que supera los niveles máximos de tolerancia de residuos de plaguicidas, afectando así el ingreso de los productos frutihortícolas en los mercados compradores.**
- iv. Desarrollo de una estrategia técnica y comercial que incluya la formación de una base de datos frutihortícola nacional con información internacional, negociaciones internacionales, en los organismo multilaterales y en las comisiones mixtas bilaterales; tarifas promocionales y sistemas de transporte específico, etc.**

v. Fortalecimiento Institucional

En este tema tres son las áreas que deben contar con un decidido fortalecimiento para poder cumplir su tarea con un grado de eficiencia que sirva de eficaz apoyo a la exportación:

a) Fortalecimiento institucional fitosanitario.

Reestructuración y desarrollo de las estructuras existentes en la Subsecretaría de Agricultura, creando nueve delegaciones regionales y veinticinco subregionales con el fin de obtener una especialización de los técnicos por cultivo frutihortícola predominante en la región.

Creación de un "Centro Nacional de Entrenamiento y Diagnóstico" para la capacitación local de técnicos en distintos aspectos y etapas de la producción y distribución frutihortícola.

Construcción de instalaciones para el desarrollo de las actividades de prevención, control, eliminación o erradicación de agentes perjudiciales y de las actividades de inspección, tratamiento y certificación de productos frutihortícolas.

Fortalecimiento del Sistema Nacional de Información y Documentación Fitosanitaria.

Instalación de una estación de cuarentena vegetal post-ingreso para material de propagación frutihortícola.

Dotación de recursos humanos capacitados, físicos y operativos para el desarrollo de las actividades.

b) Fortalecimiento institucional para la fiscalización de la producción y comercialización.

Creación de un "Centro de Entrenamiento" para la capacitación del personal oficial y privado en las diferentes etapas de producción y comercialización.

Infraestructura y material para llevar a cabo las tareas de fiscalización.

Incremento de dotación de personal oficial.

c) Fortalecimiento institucional en el área de control de residuos de plaguicidas.

Elaboración de un Registro computarizado de empresas de aplicación de agroquímicos aéreos y terrestres.

Elaboración de un Registro computarizado de terapéutica vegetal para conocer con precisión los productos comercializados en la Argentina.

Análisis de principios activos sustitutos.

Fortalecimiento de los mecanismos de fiscalización del comercio, transporte, almacenamiento, aplicación y uso de plaguicidas.

Creación de un sistema computarizado de vigilancia y monitoreo de residuos de plaguicidas en productos agrícolas.

Establecimiento de una red nacional de laboratorios de control de residuos de plaguicidas.

Desarrollo de programas de difusión y capacitación de productos para el correcto uso de plaguicidas.

Creación de un sistema nacional de información y documentación fitosanitaria.

Actualización del "Codex Alimentario Nacional" para vincular los niveles máximos de tolerancia de residuos de plaguicidas exigidos en la Argentina, con los de los principales países importadores.

d) Fortalecimiento de las conserjerías agrícolas y económico-comerciales.

Este último aspecto del fortalecimiento institucional está orientado a capacitar a los respectivos consejeros sobre las características y oferta potencial exportable de las frutas y hortalizas argentinas, a fin de que puedan actuar más en forma más decisiva como agentes de promoción y generación de negocios en el exterior.

De mediano plazo

i. Elaborar un sistema de comercialización interna que tenga como objetivos primordiales:

Reducción de los márgenes de comercialización

Estabilización de los precios.

Incrementar el porcentaje de productores que participan de la comercialización directa de su producción.

Mejorar la transparencia de las operaciones comerciales.

Creación de un mercado a término.

ii. Implementación de un sistema de información que brinde al productor la mayor cantidad de datos y tendencias del mercado local y externo.

iii. Desarrollo de industrias procesadoras regionales que permitan incorporar mayor valor a la producción primaria, modificar la perecibilidad de los productos frescos y brindar canales alternativos de comercialización, a tal efecto industrias de deshidratado, congelado, cremogenado, esencias, jugos y pulpas concentrados, etc. se las visualiza como las de mayores perspectivas de crecimiento.

1. IMPACTO DE LAS INVERSIONES A FINANCIAR CON EL PROGRAMA DE CRÉDITO GLOBAL AGROPECUARIO BIRF-BID

A. METODOLOGÍA DE ESTIMACIÓN

El proceso de estimación consiste fundamentalmente en determinar la asignación de los montos de inversión en los principales productos y en segundo término, en especificar las relaciones productivas entre los factores tierra, capital, trabajo, producción, utilización de insumos y destino de la producción. Esto último se realizó en base a los datos compilados para la preparación de los modelos a nivel finca, representativos de las diferentes actividades productivas, elaborados a fin de determinar la rentabilidad relativa de las posibilidades de inversión en distintos productos.

Una primera característica de interés para el análisis es la utilización relativa de capital fijo, sea comparado con el factor tierra o con el valor de la producción. En términos generales se observa que la producción de fruta se desenvuelve con tecnologías de producción más capital intensivo: mientras la relación capital-producción en el caso de frutas se encuentra en el rango 1,7 a 2,7, para hortalizas va de 0,45 a 1,9.

Asimismo, el insumo de capital por unidad de tierra es también significativamente más alto en la producción de frutas, salvo algunas excepciones en horticultura como espárragos.

Estas relaciones permiten suponer que, aunque los niveles de producto bruto de frutas y hortalizas sean más o menos semejantes, los requerimientos de inversión serán mayor en el sector frutícola. A esto se agrega que la proporción de los productores sujetos de créditos es también mayor en el sector frutícola.

Según las estimaciones realizadas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, para la demanda de crédito por parte de cada subsector agropecuario, para el frutihortícola se asignó 44 millones de dólares; por lo que la evaluación del impacto del crédito en la producción y exportación se ha realizado en función de este monto. Un test de la razonabilidad de estas estimaciones de inversión se puede realizar calculando el número de hectáreas que dichos valores pueden atender y comparando estas extensiones con las extensiones usualmente bajo explotación de estos productos.

Los resultados señalan que el crédito cubriría alrededor de un 10% del área explotada por los diferentes frutales, excepto en el caso de uva de mesa donde este porcentaje se estimó en niveles sustancialmente menores por la sobreproducción de uva para vinificar que es el porcentaje mayor de la producción.

El promedio para hortalizas es algo menor aún ubicándose en un 18,8%. Ajustando la importancia relativa que los productos analizados tienen en los totales de cada sector, se arribaría a que el sector frutas quedaría cubierto en un 9% de su área de cosecha usual y el de hortalizas en un 4,8%. Se estima que, del monto total del crédito para el subsector, el 43% de las inversiones se destinen a frutales, el 30% a hortalizas y un 27% a empaque y frío.

B. EFECTOS EN PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD, EXPORTACIONES, IMPORTACIONES Y EMPLEO

El análisis desarrollado permite estimar que el impacto económico de implementar proyectos de inversión en el sector frutihortícola por un monto de 44 millones de dólares son sustanciales.

Aplicando las relaciones de insumo producto obtenidos al elaborar los modelos de los diferentes proyectos de inversión sectoriales, se estimaron los siguientes resultados específicos:

- i. El incremento del producto sectorial en un año de operación a pleno de los proyectos sería de 2,4% en frutas y 0,4% en hortalizas y legumbres. Asimismo para toda la vida útil de los proyectos los incrementos de producto serían respectivamente de 13,1% y 2,5% tomando como base los niveles actuales de los PBI sectoriales.
- ii. La exportación de hortalizas y legumbres aumentarían anualmente en 6,5 millones de dólares (lo que significa un 5% sobre el nivel de 1986) y la de frutas entre 20 y 25 millones (o sea un 14-17% adicional a los valores actuales).

- iii. Las exportaciones acumuladas durante toda la operación de los proyectos alcanzaría 50 millones de dólares en hortalizas y 270 millones de dólares en frutas.
- iv. Las importaciones incrementales, aún incluyendo la importación temporaria de envases significarían flujos mucho menores, estimados en 3,7 millones de dólares anuales, lo que dejaría un saldo positivo en el balance comercial de casi 30 millones de dólares anuales y 173 millones acumulados durante la vida útil de los proyectos.
- v. El efecto sobre el empleo es también significativo, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. En este aspecto se estima la creación de 1480 puestos de trabajo permanentes y la generación de 8686 meses/hombre de empleos transitorios. Ello implicaría en conjunto, un incremento aproximado del empleo de un 0,8% sobre los niveles actuales

2. ESTIMACIÓN DEL COSTO FISCAL GLOBAL DE LAS MEDIDAS DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES FRUTIHORTÍCOLAS

La estimación del costo fiscal se desarrolló en función de las siguientes propuestas enunciadas en el programa de promoción:

Eliminación total de los derechos de exportación de estos productos.

-reducción o eliminación de los aranceles de importación de insumos y el pago diferido de aranceles de importación de bienes de capital.

-reintegro de impuestos indirectos a la exportación de este tipo de bienes.

Con referencia a la primera medida, cabe señalar que a partir de junio de 1985 la política económica ha tendido a la reducción y eliminación de las retenciones, aunque quedan todavía algunos productos frutihortícolas sujetos a retenciones a las exportaciones.

En cuanto a las políticas de abastecimiento de insumos, también las líneas de política han sido dirigidas a un abaratamiento de los mismos, apuntando a incrementar la competitividad internacional de los productos argentinos.

El costo fiscal total fluctúa entre 28,4 millones de dólares en el caso de una de las dos alternativas planteadas, es decir con la aplicación del 5% de reintegros generalizado para toda la producción frutihortícola; y en la otra alternativa (5% de reintegros sólo a los productos frutihortícolas que exportan menos de 5 millones de dólares anuales) sería de 13,5 millones de dólares. Por lo tanto en la primera alternativa la aplicación de reintegros generaría un costo fiscal de casi 16 millones de dólares y en la segunda alternativa no llegaría al millón de dólares.

La otra fuente significativa de pérdidas fiscales sería la eliminación de derechos de exportación con un monto de 10,2 millones de dólares.

PROGRAMA DE CREDITO PARA EL DESARROLLO SECTORIAL

Lic. Jesús Leguiza 1

I. INTRODUCCION

1.1 Modernización y crecimiento agropecuario

En la IX Conferencia Interamericana de Ministros de Agricultura realizada en Ottawa en 1987 y organizada por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) se ha abordado al tema de la modernización y crecimiento del sector agrícola, conviene, a modo de introducción, resaltar los puntos sobresalientes de dicha conferencia:

La agricultura, en su sentido amplio, puede constituirse en uno de los principales ejes del crecimiento económico mediante la aplicación de medidas de política que favorezcan la modernización, mejoren la eficiencia, posibiliten la diversificación y potencialicen las vinculaciones del sector, tanto las existentes como las potenciales, con otros sectores de la economía a nivel nacional e internacional.

La difícil situación económica y financiera por la que atraviesan la mayoría de los países de América Latina, y en particular la crítica evolución del sector agropecuario dadas las condiciones pasadas del mercado internacional, puede revertirse si se adoptan estrategias de desarrollo que focalicen su atención, aunque no de manera excluyente, en el sector agropecuario. La idea de modernización como elemento dinamizador será posible mediante la aplicación de políticas sectoriales y macroeconómicas con un fuerte acento en las inversiones, tanto públicas como privadas.

La descapitalización del sector agropecuario y la baja rentabilidad constituyen un círculo vicioso posible de quebrar con la aplicación de claras y permanentes reglas de juego complementadas con incentivos económicos y planes coherentes de inversión por parte de los productores agropecuarios y los industriales que deseen extender sus actividades hacia el sector mediante la implementación de proyectos agroindustriales. El logro de estas acciones también depende de la movilización de recursos financieros, sobre todo de largo plazo, a través de las entidades bancarias que habitualmente operan muy de cerca con el agro, tanto públicas como privadas.

Una respuesta parcial a los problemas de la crisis, desde la percepción de los estados nacionales y de los organismos públicos multilaterales de financiamiento, son las políticas macroeconómicas y sectoriales; estas últimas juegan un papel importante en la reactivación económica agropecuaria. Dichas políticas se materializan mediante los denominados programas de ajuste estructural (PAE) y programas de ajuste sectorial (PAS) los cuales están siendo aplicados en varios países de la región y financiados por los organismos internacionales de crédito.

La actual situación de endeudamiento externo de los países de Latinoamérica ha tenido su origen en momentos en que los sistemas financieros de los países de mayor desarrollo contaban con abundantes fondos provenientes del boom petrolero y que, en la búsqueda de beneficios financieros, brindaban amplias facilidades para la colocación de recursos en países en desarrollo. Este hecho ha sido reforzado por la poca participación de la banca pública internacional, los países no han querido o no han sabido aprovechar toda su experiencia para elaborar y/o participar en el desarrollo de mecanismos de cooperación que permitieran un uso adecuado de los recursos financieros.

Justamente los programas de ajuste estructural y los programas de ajuste sectorial conllevan el objetivo de mejorar las articulaciones de las diferentes políticas macroeconómicas con las decisiones de inversión y financiamiento de carácter sectorial. A diferencia de los programas de estabilización (PE), que con el propósito de frenar los precios (equilibrio interno) y disminuir los déficits de la balanza de pagos (equilibrio externo), tienden a comprimir la demanda agregada, los programas de ajuste estructural, en cambio, si bien constituyen una segunda etapa, enfatizan por la mayor eficiencia económica y la aceleración del crecimiento. El ajuste macroeconómico en este sentido, está dado por el aumento de la oferta agregada mediante una adecuada y suficiente asignación de recursos en sectores que poseen posibilidades ciertas en los mercados.

Los programas de ajuste sectorial, por su parte, enfocan solamente actividades o subsectores particulares y consideran cierto tipo de políticas, medidas y reformas institucionales que afectan directamente al sector involucrado. Los créditos de ajuste sectorial poseen bastante similitud con los programas de ajuste estructural, diferenciándose solamente en su alcance el cual, es más acotado y con un impacto más profundo, pero con ambos instrumentos se insiste en la racionalización de los programas de inversiones públicas.

Estos programas necesariamente deberían ir acompañados de actividades de financiamiento destinadas a recomponer y/o incrementar el stock de capital en cada subsector, en este caso el agropecuario, a través de líneas de crédito de largo plazo. Los productores agropecuarios, con un medio propicio para realizar inversiones, podrán acompañar y constituirse en los principales actores del crecimiento económico.

II. FINANCIAMIENTO AGROPECUARIO

2.1 Política crediticia

Desde hace más de 10 años no existen en la Argentina mecanismos adecuados para satisfacer, en forma razonable, los requerimientos de inversión del productor y demás agentes vinculados al sector agropecuario.

En un marco general de estrechez monetaria, en donde la oferta de recursos prestables es significativamente escasa, ha sido muy difícil lograr sistemas de financiación a costos adecuados para el sector y para el resto de la economía, tanto para el corto como para el mediano plazo. Las razones que explican este fenómeno están vinculadas al endeudamiento externo, a la política antiinflacionaria, al déficit fiscal y a la insuficiencia del ahorro interno.

El sector agropecuario ha recibido, durante los últimos años un porcentaje del total de créditos otorgados por el sistema financiero (saldos de cartera) equivalente a su participación en el PBI; esta participación es levemente inferior a la media histórica, aunque existen desvíos significativos en la serie de datos considerados desde el año 1970.

El crédito bancario destinado al sector agropecuario ha absorbido más del 90% del crédito institucional otorgado por el sistema financiero argentino. A su vez, las entidades bancarias oficiales, tanto nacionales como provinciales, han concentrado más de las 3/4 partes del crédito bancario, considerando datos de los años 1986 y 1987; pero el crédito se ha caracterizado por ser eminentemente de corto plazo y destinado a financiar las necesidades del giro productivo de las exportaciones. En vista de las restricciones financieras comentadas han surgido en el país diferentes sistemas de financiación no convencional, en algunos casos promocionados desde el sector público y en otros como respuesta de los mismos fabricantes y proveedores con el objeto de mantener niveles mínimos de ventas. Ejemplos de ello constituyen los planes de financiación para insumos y los círculos de ahorro previo para la adquisición de maquinarias.

El objetivo de la política crediticia es lograr que el crédito actúe como una efectiva herramienta de fomento de la producción y del cambio tecnológico. Las acciones de política crediticia vigentes, y que continuarán en el futuro, apuntan a responder a las prioridades de política económica y sectorial establecidas, tanto de carácter nacional, regional y/o provincial.

En la región pampeana se orientará el crédito de largo plazo hacia aquellas actividades que concurren en forma competitiva al mercado internacional. En cambio, la política crediticia para la región extrapampeana estará dirigida a la recuperación de las economías regionales en crisis, al apoyo a producciones primarias tradicionales y al fomento de los procesos agroindustriales, facilitando además las condiciones de comercialización de los productos de ese origen, y mejorando la infraestructura de la producción.

2.2 El crédito de largo plazo

Una de las características salientes del marco económico en que se insertó el sector agropecuario durante las últimas dos décadas, fue la escasez y, en algunos períodos, la inexistencia de financiamiento de largo plazo. La implementación de este tipo de programas estuvo generalmente ligada al apoyo de la banca pública internacional, y el antecedente más cercano que puede citarse, además de los que actualmente están en marcha, es el Plan Balcarce de 1967.

Esta situación ha provocado que los agentes económicos sustituyeran consumo presente y/o utilizaran fuentes alternativas de financiamiento que muchas veces resultaron onerosas, con el objeto de solventar sus necesidades mínimas de inversión neta y de reposición.

A principios de 1986 se puso en marcha un programa de crédito de inversión, a través del Banco de la Nación Argentina, cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo por un monto de u\$s 150 millones y con un plazo de ejecución de 4 años, del cual ha sido realizado en más del 50%. Se financian a través del mismo la incorporación de maquinaria agrícola, herbicidas, fertilizantes y se apoya el desarrollo ganadero del noreste argentino.

2.3 Programa de crédito global agropecuario

A pesar del déficit cubierto con estos proyectos en materia de financiamiento de inversiones, fundamentalmente en maquinaria agrícola, no se han satisfecho las necesidades de otros rubros del sector como ser la producción pecuaria en general, el almacenamiento y acondicionamiento de granos a nivel intermedio y la actividad frutihortícola, razón por la cual surgió así la necesidad de implementar un nuevo programa que brindara cobertura a los requerimientos de financiamiento global de las inversiones requeridas por el sector.

La Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca con la colaboración técnica del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) ha elaborado un nuevo Programa de Crédito Global Agropecuario, para financiar a través del crédito bancario de largo plazo las necesidades de inversión del sector agropecuario en el ámbito de todo el país. Si bien las gestiones de financiamiento externo requieren por lo menos un año y medio de trabajo, actualmente ya se han cumplimentado todas las etapas de dicha gestión con el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial. Por primera vez en la Argentina ambas entidades cofinanciarán una operación de 400 millones de dólares con una participación equivalente al 80% del Programa. Se espera que para el segundo trimestre del año entrante la línea de crédito esté disponible en ventanilla de los bancos locales. El plazo de ejecución de este programa será de cuatro años y el plazo de financiamiento será de 15 a 18 años.

Los objetivos específicos formulados por el Programa son:

- a) **facilitar la renovación y el aumento del parque de maquinarias e implementos agrícolas;**
- b) **promover la instalación de unidades de almacenamiento de nivel intermedio;**
- c) **expandir el uso de las prácticas conservacionistas para el manejo de los suelos;**
- d) **favorecer una adopción generalizada de insumos y agroquímicos de elevado impacto productivo;**
- e) **promover el aumento de la productividad ganadera y una moderada pero sostenida recuperación de las existencias;**
- f) **expandir la producción de sustitutos a la carne vacuna para liberar excedentes a la exportación;**
- g) **estimular el crecimiento de exportaciones agrícolas no tradicionales;**
- h) **contribuir a la disminución de las diferencias económico-productivas entre las regiones; y**
- i) **promover la diversificación de cultivos.**

Las actividades que recibirán el apoyo del Programa serán:

- **Producción y almacenamiento de granos.**
- **Ganadería vacuna y ovina.**
- **Producción de carnes alternativas o sustitutos.**
- **Producción lechera, y**
- **Producción y acondicionamiento de frutas y hortalizas.**

El reglamento de crédito que regirá el Programa responde a la necesidad de utilizar el crédito de largo plazo como orientador de las inversiones, dentro del marco de las políticas de crecimiento sectorial. En este sentido puede afirmarse que el Programa de Crédito se encuadra dentro de las pautas generales del crédito orientado.

El ejecutor principal será el Banco de la Nación Argentina y lo hará en carácter de banco mayorista, facultado para transferir fondos a otras entidades financieras -públicas y privadas- que intervengan en el Programa. Adicionalmente el Banco de la Nación Argentina operará como ventanilla de crédito para atender a su clientela habitual.

El objetivo de este mecanismo es contribuir a sentar las bases para consolidar un sistema financiero institucional de asistencia al sector agropecuario. Se considera que la participación en este tipo de programas facilitará la modernización, aumentará la eficiencia, y ayudará a crear y mantener una banca especiali-

zada en la atención del sector. Se pretende asimismo crear una sana competencia entre las instituciones financieras que redundará en beneficio del productor.

Todas las consideraciones hasta aquí efectuadas, corresponden a la asistencia financiera de largo plazo para productores agropecuarios con características empresariales e insertas en una economía de mercado que, ciertamente, conforman la gran mayoría del sector agropecuario nacional. Sin embargo también es cierto, que en forma minoritaria y acotada geográficamente, subsisten en Argentina formas no empresariales de producción ligadas al minifundio.

Para estos sectores, la política crediticia debe integrarse dentro de un programa diferente con acciones directas de promoción, capacitación y organización comunitaria.

En este sentido, se encuentra en igual situación que el anterior el "Programa de Crédito Orientado y Supervisado para Pequeños Productores del Noreste Argentino" que será cofinanciado por el FIDA, organismos de las Naciones Unidas, el BID y el Gobierno Argentino.

III EL SUBSECTOR FRUTIHORTICOLA

3.1 Vinculación con el Programa de Crédito Global

Mientras la región pampeana ha ligado históricamente su producción al mercado externo, las economías regionales han producido principalmente para el consumo nacional, lo cual ha determinado frecuentes situaciones de sobreproducción.

Estas características, unidas a la falta de infraestructura y baja capacidad de acumulación de capitales, confieren a estas economías un alto grado de vulnerabilidad que se traduce en una mayor agudización de las crisis económicas.

Dentro de las estrategias planteadas por el Gobierno para superar estas desigualdades se inscribe el proyecto de promoción de exportaciones agrícolas no tradicionales; fundamentalmente de los sectores frutícola y hortícola.

En esta materia el país posee condiciones potenciales significativas como para aumentar su participación en el mercado internacional, salvando una serie de obstáculos como ser, la dualidad cualitativa de los productos, la heterogeneidad de la estructura productiva, el estancamiento tecnológico y la desarticulación entre la producción, la comercialización y la industrialización.

La insuficiente utilización del paquete tecnológico disponible y el desacertado manejo postcosecha ha provocado baja productividad por unidad de superficie, calidad inadecuada, deficiente manejo sanitario, etc.

Superando las deficiencias y logrando continuidad en la colocación de los productos, es posible obtener un crecimiento sostenido de las economías regionales, con una importante generación de empleo, aumento de la demanda de insumos industriales y un fuerte impacto social.

Para la materialización de estos objetivos una de las condicionantes es la disponibilidad de recursos financieros que serán aportados por el Programa de Crédito Global Agropecuario mencionado.

3.2 Actividades a financiar y características del crédito

Las actividades a financiar, aunque de manera no excluyente son:

1. **Plantación y protección de especies perennes**
2. **Reconversión varietal de frutales.**
3. **Instalaciones para sistemas intensivos de producción: riego, cultivo bajo cubierta, reproducción de micropropagación vegetal.**
4. **Agroquímicos para la producción y conservación de productos.**
5. **Maquinaria de clasificación y empaque.**
6. **Construcción de galpones.**
7. **Instalaciones para almacenamiento refrigerado.**
8. **Laboratorios para el análisis de residuos y fitohormonas.**

Si bien el programa de crédito mencionado se encuentra en las últimas etapas de gestión y aun restan algunos pasos de carácter formal, como es la aprobación del crédito por parte de los organismos de crédito internacional y la aceptación del Gobierno Argentino, es posible adelantar las características del sistema de financiamiento sobre todo por el interés del futuro usuario.

Los plazos serán lo suficientemente largos como para permitir una razonable recuperación del capital invertido, los cuales contendrán períodos de gracia para la amortización de los préstamos, los que serán evaluados en función de la capacidad de pago y/o retorno de cada proyecto. Las amortizaciones de los préstamos podrán ser semestrales o anuales dependiendo de las características de cada cultivo.

En cuanto al costo y ajuste del crédito se brindarán opciones al productor a fin de pactar las operaciones en diferentes modalidades: capital fijo y tasa de interés variable, capital ajustable y tasas de interés repactables por períodos semestrales o anuales.

Los sistemas de ajuste considerados serán en base a los índices de precios agregados de carácter general o índices de canastas de productos: ejemplo: precios mayoristas agropecuarios, precios agrícolas, precios pecuarios, los cuales actualmente ya han sido aprobados por el Banco Central de la República Argentina para operaciones de crédito que las entidades financieras requieren formalizar con recursos propios.

También se podrán formalizar operaciones en moneda extranjera, dólares, que brindarán seguridad a los productores que destinen sus bienes al mercado internacional.

BIBLIOGRAFIA

IX CONFERENCIA INTERAMERICANA DE MINISTROS DE AGRICULTURA. OEA/sER.K/11.9.1-lica/Doc. 5/87 Tema 2: "La política de incentivos en la modernización de la Agricultura" 1987.

Documentos del PROGRAMA DE CREDITO GLOBAL AGROPECUARIO. Subsecretaría de Economía Agraria. SAGyP e IICA. Octubre 1987.

**Este trabajo se terminó de imprimir en la
Unidad de Información y Documentación de la
Oficina del IICA en la Argentina
en el mes de agosto de mil novecientos ochenta y ocho**

FECHA DE DEVOLUCION		
26 SEP	1990	
16 MAY	1991	
04 JUN	1991	
18 OCT	1991	
19 MAY	1992	
17 JUL	1992	
05 NOV.	1996	
28 FEB	1997	
05 JUL.	2001	
15/12/03		

IICA
E71
159m
Autor

Título Seminario sobre estraegias de
diversificación de las exportacio-
nes agrícolas argentinas
Nombre del solicitante

Fecha Devolución	Nombre del solicitante
16 MAY 1991	Oslando Solórzano
04 JUN 1991	removed
18 OCT 1991	F. Bor
18 MAY 1992	Luis
17 JUL 1992	M
05 NOV 1996	
05 NOV	



**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA
OFICINA EN ARGENTINA**

DEFENSA 113 - PISO 7 - (1065) BUENOS AIRES - TELS. 34-6127; 34-4967; 34-1375; 34-1435 - CABLE: IICA