

06324



PROYECTO DE DESARROLLO DE PARQUES INDUSTRIALES  
Provincia de Santa Fe - C. F. I.

INFORME PRELIMINAR SOBRE EL  
MERCADO DE HORTALIZAS DESHI-  
DRATADAS

Preparado por: Daniel HOPEN

Diciembre de 1965

## OBJETIVOS

1. El presente estudio está orientado a estimar, en términos generales, el potencial del mercado de Hortalizas Deshidratadas, con el objeto de evaluar las posibilidades de instalar plantas industriales dedicadas a ese tipo de elaboración.
2. De acuerdo al esquema metodológico del proyecto de Parques Industriales, los análisis de mercado se realizarán en dos etapas:
  - la primera etapa consistirá en una caracterización general del mercado estudiado. Tendrá por objeto sistematizar la información necesaria para permitir definir la utilidad de realizar el estudio técnico y de factibilidad económico-financiera de un determinado proyecto.
  - la segunda etapa, a desarrollarse en el caso de que el resultado del análisis preliminar fuera positivo, consiste en sistematizar la información correspondiente al conjunto de variables relativas a la faz comercial, que tendrá que tenerse en cuenta para asegurar un satisfactorio funcionamiento del proyecto industrial estudiado.
3. De acuerdo con lo expuesto, el presente informe es una caracterización preliminar de la situación del mercado de Hortalizas Deshidratadas, al que se ha dedicado de acuerdo con la planificación general del estudio del proyecto de Desarrollo de Parques Industriales alrededor de un mes de trabajo, constituyendo el mismo el resultado de esa labor.

## REFERENCIAS METODOLOGICAS:

1. A los efectos de una mejor comprensión del presente informe, se señalarán sintéticamente las limitaciones metodológicas que surgen de la estructura de la información disponible sobre este tema y a las que necesariamente debió adaptarse el trabajo.
2. La información estadística internacional sobre las Hortalizas Deshidratadas está sistematizada de tal forma que es imposible discriminar entre los vegetales secos y deshidratados, comprendidos genéricamente en un rubro denominado vegetales frescos y secos.
3. Los anuarios nacionales de comercio exterior señalan los siguientes rubros de clasificación para las importaciones.
  - a) Rubro N° 140: legumbres y hortalizas conservadas.
  - b) Rubro N° 141: legumbres y hortalizas frescas en general.
  - c) Rubro N° 142: legumbres y sustancias alimenticias vegetales no especificadas.

Esta clasificación no permite una identificación del volumen de hortal-

zas y legumbres deshidratadas.

Análogamente, en la clasificación de las exportaciones, las discriminaciones no son menos ambiguas:

- a) Rubro: granos elaborados, legumbres y hortalizas; clasificados en frescos o secos y conservados.

Es evidente que esta información puede prestar poca o ninguna utilidad para el análisis de los productos deshidratados.

4. En cuanto a las estadísticas de comercio exterior de países extranjeros, con excepción de los Estados Unidos, Holanda y Alemania Federal, no se le presta ninguna atención particular al rubro de deshidratados.

En la escasa información de comercio exterior que logró recopilarse, las limitaciones tienden a multiplicarse dada la falta de una mínima homogeneidad en las denominaciones. En efecto, el carácter de deshidratado le es adjudicado a productos agrícolas que han experimentado procesos muy distintos de industrialización con destino a consumos muy dispares. Así es posible encontrar clasificados como deshidratados a vegetales procesados mediante métodos de deshidratación convencional y a otros que fueron industrializados con destino a la obtención de productos farmacológicos. Esta situación surge de la reciente incorporación al mercado de ese tipo de productos, lo que ha restado homogeneidad a las designaciones.

5. En cuanto a la información relativa al mercado interno, se halla limitada por las reservas de las empresas productoras y consumidoras de este tipo de productos, a dar una información precisa de los aspectos cuantitativos y cualitativos del mercado.

### ESQUEMA ANALITICO

Con el objeto de evaluar el potencial del mercado y determinar las características de su funcionamiento, se analizará la situación actual de la oferta y la demanda en nuestro mercado interno, respondiendo el estudio al siguiente esquema:

1. Descripción de la evolución y situación actual de la oferta.
2. Descripción de la evolución y situación actual de la demanda.
3. Conclusiones.
4. Fuentes de información utilizadas.

#### 1. DESCRIPCION DE LA EVOLUCION ACTUAL DE LA OFERTA

a) Evolución

La oferta de hortalizas deshidratadas se ha caracterizado por su alto grado de inestabilidad. En efecto, de ocho empresas que llegaron a operar sólo existen en la actualidad tres productores.

Esta situación puede ser explicada por la naturaleza de la demanda, constituida en su mayor parte por las compras de la industria de caldos concentrados, donde Knorr Suiza - que se autoabastece de deshidratados ha alcanzado un dominio casi total del mercado, determinando el cierre de tres plantas industriales en los últimos años.

Cuadro N° 1

Nómina de empresas productoras de hortalizas deshidratadas y que han cesado su actividad (a septiembre de 1965)

<u>Empresa</u>	<u>Ubicación</u>	<u>Razón de cesación</u>
COMPALIA imp. exp.	Capital Federal	No se conoce
DESHIDRAT s. a. c. i. f. i.	Capital Federal	Orientará su capacidad productiva a los "liofilizados" (proyecto)
LAS TEJAS s. a. f. a. c. i.	Catamarca, Villa Dolores	Dificultades con la materia prima y con los hornos
BODEGAS GRAFFIGNA	San Juan, Pocito	No se conoce
AURELIO ROLDAN I.	Mendoza, San Rafael	Se estima que por dificultades financieras.

b) Situación actual de la oferta

Con las limitaciones que surgen de la reticencia de las empresas a brindar información sobre sus actividades, describiremos las caracte-

rísticas de la oferta actual.

A los efectos de una mejor comprensión de su situación, es posible clasificar la producción, atendiendo al destino de la misma, en dos grandes rubros:

- a) Oferta tradicional, destinada a la fabricación de caldos y sopas.
- b) Oferta no tradicional, destinada al uso directo por parte del público.

Abastecen el mercado tradicional las siguientes empresas:

Cuadro N° 2

Nómina de las empresas actualmente productoras de hortalizas deshidratadas (a septiembre de 1965)

Empresa	Ubicación	Clientes
PRODICOL	Buenos Aires, Villa Martelli	Nestlé, Maggi Liebig, Liebig. Refinerías, Knorr Suiza.
REFINERIAS DE MAIZ	Mendoza, G. Cruz	Refinería, Knorr Suiza
JUAN MATAS	Mendoza, G. Cruz	?

En cuanto a la oferta no tradicional, es producida sólo por Prodicol, que comercializa bajo la marca "Bayon" trece vegetales deshidratados con destino a los mercados patagónicos, en los que, por carecer de un abastecimiento regular de hortalizas frescas, se ha desarrollado una demanda con buenas perspectivas de futuro.

Es importante destacar que el hecho de que la industria de deshidratados haya dedicado sus esfuerzos al abastecimiento de las fábricas de caldos y sopas ha incidido negativamente sobre el desarrollo de su calidad, debido a que las fábricas que consumen dichos productos como materia prima, no son particularmente exigentes en cuanto al sabor, color y presentación de los mismos.

c) Volumen de la producción

Como referencia informativa, a pesar de que en la circunstancia presente no es posible determinar con exactitud la magnitud de la producción, se incluyen dos estimaciones obtenidas a través del Registro Nacional Permanente de Actividades Industriales y de la empresa Prodicol.

Cuadro N° 3

Año 1964

a) Información del Registro Nacional Permanente de Actividades Industriales:

Producción de dos empresas (excluida Refinerías) 52.800 kgs.

b) Estimación Empresa Prodicol:

Total de la producción del año 64.000 kgs.

Composición: cebolla	40.000 kgs.
zapallo	10.000 kgs.
perejil	2.000 kgs.
zanahoria	2.000 kgs.
otras v.	10.000 kgs.

El tamaño medio de las plantas instaladas en la actualidad es de 50 toneladas anuales y las mismas, debido al abastecimiento estacional de materias primas, trabajan siete meses al año.

Es importante destacar que las cifras anteriores no incluyen lo producido por Knorr Suiza, empresa que se niega a proporcionar información sobre el volumen de su producción. Dado que dicha fábrica, que domina en una forma casi absoluta el mercado de sopas y caldos concentrados se autoabastece en su casi totalidad de hortalizas deshidratadas, es posible suponer que las estimaciones anteriores se refieren a una fracción del mercado que oscila alrededor de una tercera parte del mismo.

d) Precios corrientes de la producción

De acuerdo con la información recogida, el precio medio de las hortalizas deshidratadas oscila alrededor de los 550 pesos el kilo y ha evolucionado en forma acorde con la depreciación de la moneda.

Precios promedio del kilogramo de hortalizas deshidratadas señalados por diversas fuentes para el mercado nacional. (1961 - 1965)

Fuente	Año	\$	Observaciones
Banco Industrial	1961	200. -	
Banco Industrial (actualización)	1963	250. -	
Deshidrat s. a. c. i. f. e. i.	1963	500. -	Costos de producción
Prodicol	1965	407. -	Cálculo de <u>cos</u> tos
Productos "Bayon"	1965	580. -	Precio promedio de venta

e) Perspectivas de la oferta

Prodicol proyecta ampliar su oferta no tradicional de venta directa al público de deshidratados mediante un plan promocional que consistirá en la demostración en las galerías comerciales céntricas de la utilidad de sus productos, a lo que añadirá la presentación en forma de pastillas mediante compresión de ciertas hortalizas, tales como el ajo.

La empresa Deshidrat, que actualmente ha suspendido sus operaciones, está intentando reorientar sus esfuerzos a la producción de vegetales liofilizados.

2. Descripción de la EVOLUCION DE LA SITUACION ACTUAL DE LA DEMANDA

De acuerdo a la clasificación realizada para la oferta, dividiremos la demanda en dos grandes rubros.

- a) La demanda tradicional, formada por el conjunto de las compras de las empresas productoras de caldos y sopas.

b) La demanda no tradicional, formada por deshidratados de venta directa al público, rubro en que existen las siguientes alternativas:

1. hortalizas deshidratadas de venta directa al público (experiencia Prodicol)
2. jugos esterilizados de hortalizas
3. purés instantáneos
4. vegetales de hoja congelados
5. vegetales para ser incorporados a platos pre-preparados.

#### a) Evolución

La característica más significativa de la evolución de la demanda tradicional es una manifiesta tendencia hacia su concentración, prácticamente en las compras o producción propia de Knorr Suiza que ejerce en la actualidad un monopolio de hecho del mercado. Esta situación, que surge como consecuencia de una promoción comercial eficiente y muy costosa determinó la cesación de actividades de tres empresas productoras que se encontraban en condiciones poco favorables para resistir la competencia. Tal es el caso de La Campagnola, Espiga y Star. Sin embargo, existen aparentemente posibilidades relativas de penetración en el mercado a condición de que se posea un aparato distribuidor que permita la venta directa al público de este tipo de productos bajo una marca acreditada. En efecto, Bonafide, a través de su sistema de comercializado propio, ha comenzado a vender sus propios caldos concentrados, con un aparente éxito.

De cualquier forma, lo concreto es que, en principio, si se mantiene la hipótesis de un autoabastecimiento por parte de Knorr Suiza, la demanda de deshidratados se producirá con las limitaciones que surgen del hecho de que la misma será consecuencia de las alternativas de la situación de un conjunto de empresas marginales que sólo abastecen una parte del mercado de caldos y sopas.

#### b) Situación actual de la demanda

Actualmente operan como empresas compradoras en el mercado de demanda tradicional Nestlé S. A. que comercializa la marca Maggi, Lever S. A. que comercializa Royco, Liebig que comercializa con el mismo rubro, Bonafide y, por último, Refinerías de Maíz que produce Knorr Suiza.

La reticencia de todas las empresas a dar una información precisa sobre sus compras de deshidratados y la imposibilidad de obtener



datos acerca de las operaciones de Refinerías de Maíz, han dado origen a estimaciones muy dispares del volumen anual de la demanda destinada a ese sector industrial. Hecho que se agrava por la particular estructura de las compras de los fabricantes de caldos y sopas, que adquieren cantidades de vegetales deshidratados que no guardan relación con sus consumos anuales, ya que siendo el producto no perecedero es posible almacenar grandes stocks para aprovechar las circunstancias de ofrecimientos comerciales ventajosos.

Con las limitaciones descriptas, el Banco Industrial de la República Argentina estimaba la demanda en el año 1961 en 200 toneladas anuales, mientras que para el año 1964 planteaba una demanda de 80 toneladas anuales; para ese mismo año, un análisis de mercado realizado para la empresa Graffigna S. A. evaluaba el consumo en 294 toneladas anuales. Lo cierto es que con tan graves limitaciones de información no es posible tener una idea concreta del volumen de la demanda real y mucho menos del consumo. Es interesante observar que Nestlé -una de las pocas empresas que han dado información completa sobre sus compras en plaza durante 1964- ha declarado absorber 125 toneladas de productos deshidratados según la siguiente discriminación.

Compras efectuadas por Nestlé (caldos Maggi) en 1965

Cebolla	20. 000 kgs.
Ajo en polvo	1. 250 kgs.
Perejil	2. 500 kgs.
Espárrago	2. 500 kgs.
Apio	6. 250 kgs.
Puerro	13. 500 kgs.
Tomate	16. 250 kgs.
Zanahoria	7. 500 kgs.
Zapallo	47. 500 kgs.
Orégano	1. 250 kgs.
Otras	7. 500 kgs.
TOTAL	<u>125. 000 kgs.</u>

Para evaluar esas cifras hay que tener en cuenta que sólo una parte de las compras ha de ser consumida en el transcurso del año.

La demanda no tradicional es prácticamente inexistente en nuestro medio, habiéndose realizado por parte de Prodicol S. A. una experiencia de venta directa al público de hortalizas deshidratadas en nuestra zona patagónica, que si bien tuvo en principio una aceptación favorable, sólo puede considerarse como una experiencia piloto en un área de mercado que, por carecer de un abastecimiento regular de hortalizas frescas, debido a sus condiciones climáticas, no es representativa de las condiciones del resto del país.

Cuadro N° 5Precios pagados por algunos vegetales deshidratados por países importado-res. Año 1964

u\$s / kg

---

	Estados Unidos (a)	Holanda (b)
Ajo	0,78	--
Cebolla	0,54	0,59
Papa	0,33	--
Verdura en general	2,83	1,20

---

Fuente: a) Publicación de la Oficina de Censos del Ministerio de Comercio, Biblioteca de la Embajada de EE. UU. , 1964.

b) Central Bureau voor de Statistiek, 1965.

Cuadro N° 6Valor promedio de algunos vegetales deshidratados exportados por Holanda.Año 1964

u\$s / kg.

---

Zanahorias	1,08
Chauchas	2,13
Tomates	1,94
Papas	0,57
Cebollas	0.90
Verdura en general	1,96

---

## CONCLUSIONES

1. El mercado nacional no presenta condiciones favorables que aseguren posibilidades concretas de desarrollo para una empresa que opere en el campo de una oferta de deshidratados tradicionales con destino a los productores de caldos concentrados y sopas. La información reunida indica que el mercado tradicional se halla en principio satisfecho, hecho que se veía agravado por la tendencia a la autosuficiencia del principal productor de caldos y sopas.
2. El área de oferta no tradicional parecería ofrecer mayores perspectivas si bien, dado que se trata de productos no comercializados en la actualidad, sería aventurado arriesgar una predicción acerca de las condiciones de esa demanda. Es importante tener en cuenta que cualquiera fueran las alternativas de producción no tradicional que se encararan, las mismas suponen la modificación de hábitos alimenticios actuales o la creación de otros nuevos, lo que exigirá, sin ninguna duda, un considerable esfuerzo de promoción y lanzamiento que es posible que supere el costo de las inversiones en las plantas industriales necesarias para la producción.
3. Es por ello aconsejable, en las circunstancias actuales, descartar toda posibilidad de establecer una planta industrial cuya producción se destine a nuestro mercado interno.

### Posibilidades del mercado internacional

No menos graves que en el caso de la información nacional son las dificultades para evaluar las condiciones de la demanda internacional de los productos deshidratados. Como hemos advertido, existe una indeterminación en las estadísticas contenidas en las publicaciones y anuarios de comercio internacional y exterior que impide determinar el volumen y naturaleza de esa demanda. Si a ello añadimos el hecho de que las consultas directas a las representaciones diplomáticas de los países potencialmente productores o compradores de este tipo de productos no han dado un resultado positivo, sería arriesgado adelantar ninguna conclusión acerca de la situación imperante en el mercado objeto de nuestro estudio.

A pesar de lo expuesto, es útil plantear dos problemas que afectan a nuestra industria actual de deshidratados y le impiden, cualquiera fueran las condiciones de la demanda internacional, concurrir al abastecimiento de la misma:

- a) La mala calidad de nuestra producción actual, debida a las escasas exigencias de la demanda interna, que no alcanza los standards exigidos en el mercado internacional.
- b) El alto precio de nuestros productos, originados aparentemente en escalas antieconómicas de producción. De acuerdo a los precios medios de nuestras hortalizas deshidratadas de

talladas en el Cuadro N° 4, el precio de venta en nuestro país no sería menor de dos dólares el kilo, estimación por demás optimista, y se hallaría muy por encima del precio de productos análogos producidos en Estados Unidos y Europa, según puede observarse en los cuadros N° 5 y 6.

Es particularmente importante considerar los niveles de precios detallados en el Cuadro N° 6, referentes a la producción de Holanda, país que es uno de los más fuertes exportadores de este tipo de productos. Es evidente que de no modificarse drásticamente las condiciones económicas de la producción actual, sería materialmente imposible pensar en exportar este tipo de productos.

En suma, dada la ambigüedad de la información referente al mercado internacional, se ha diagramado una encuesta a realizarse por intermedio de los consejeros comerciales de nuestras embajadas, según el cuestionario que se adjunta al presente informe y que se halla en estos momentos en proceso de desarrollo.

### Recomendación

Es de todo punto de vista aconsejable postergar, al menos, la consideración de la posibilidad de instalar una planta productora de hortalizas deshidratadas, hasta tanto no se defina en una forma inequívoca la situación del mercado internacional, única área que podría justificar dicha operación.

## FUENTES UTILIZADAS

1. Reparticiones Nacionales.
  - 1.1. Banco Industrial, Ing. Adolfo L. BORELLA
  - 1.2. CONADE, Ing. GALLO MENDOZA
  - 1.3. CONADE, Dr. COOPER
  - 1.4. Banco Central, Sr. ACOSTA
  - 1.5. Dirección General de Fomento Agrícola, Ing. LAMBUA
  - 1.6. Estimaciones Agropecuarias (Min. Agr.), Sr. ROLDAN
  - 1.7. Cátedra de Horticultura (Fac. de Agronomía), Ing. BIANCHETTI
  - 1.8. C. F. I., Sra. de FRAGALE
  - 1.9. Dirección de frutas y hortalizas (Min. Agr.)
  - 1.10. Dirección de Industrias de Elaboración, Ing. MORERA
  - 1.11. División de Estudios Económicos (Secr. Industria), Sr. FAVEDIO
  - 1.12. Departamento Identificación de Mercaderías (Secr. Industria), Dr. Roberto SACCONI
  - 1.13. INTA, Asesoría de Hortalizas, Ing. CABIA
  
2. Embajadas
  - 2.1. Holanda, Agregado Agrícola
  - 2.2. Polonia, Sr. PRENDEVSKY
  - 2.3. Alemania Federal, Ing. RENER (Agregado Agrícola)
  - 2.4. RAU
  - 2.5. Estados Unidos, Agregado Comercial
  - 2.6. España, Sr. Vicente LLAUDANO (Oficina Comercial)
  - 2.7. Rusia, Sr. SCHOGOLEV (Economista de la embajada)
  - 2.8. Yugoslavia, Sr. Agregado Comercial
  - 2.9. Rumania, Agregado Comercial
  
3. Empresas elaboradoras.
  - 3.1. DESHIDRAT. (Pulgar S.A ) Sr. LABANDAL Juan R., Presidente
  - 3.2. PRODICOL (ALTESA, Bayon), Sr. MADORNO
  - 3.3. REFINERIAS DE MAIZ, Sr. Oscar PEREZ
  - 3.4.
  
4. Otras empresas relacionadas.
  - 4.1. PLATAMAR
  - 4.2. CITTEN (fábrica de hornos)
  - 4.3. BONAFIDE
  - 4.4. LEVER Hnos, Dr. GIUDICE

5. Expertos.

- 5.1. Sr. OLE DEVIK, experto INTI
- 5.2. Sr. TAHI
- 5.3. Ing. LUCHINI RICATTO, autor libro F. H. I.

6. Cámaras

- 6.1. Cámara de Frutas y Vegetales **Industrializados** de Mendoza, Sr. ALAMS
- 6.2. Asociación de Productores de Conservas, Dulces y Afines.

7. Bibliografía.

- 7.1. Guía de Industrias
- 7.2. Informe del Banco Industrial (1961), Ing. Adolfo BORELLA
- 7.3. Actualización Informe Banco Industrial (1964), Ing. BORELLA
- 7.4. F. A. O. La Comercialización de Frutas y Hortalizas.
- 7.5. Revista Análisis, 5 de julio de 1965, N° 226
- 7.6. RICCATO LUCHINI, Frutas y Hortalizas Industrializadas
- 7.7. F. A. O. Boletín Mensual de Producción Agrícola, Roma.
- 7.8. Biblioteca de Agronomía: a) DEVOTO FRANCO, art. La Chacra, V. 15, N° 172  
b) CROCE F. Boletín Agrícola, Año XI, Nos. 7, 8, 9  
c) ECHEVERRIA Julio Rev. E. Agrícola, N° 25  
d) SARGENT ALLAN Rev. Bolsa de Comercio, T. 33, N° 739  
e) MALLEA OSCAR y DUPRAT, Boletín Est. Exp. Agr. de Tucumán, N° 66  
f) Revista Agricultura, Año XIII, N° 142.
- 7.9. F. A. O. Anuario de Comercio Exterior
- 7.10. F. A. O. Anuario de Comercio
- 7.11. C. F. I. Proyecto de Planta Elaboradora de Conservas, Harinas de Legumbres y Hortalizas, Tucumán.
- 7.12. C. F. I. Conservas, Harinas de Legumbres y Hortalizas, Tucumán Proyecto.

ANEXO "A"

Cuestionario utilizado

## SOLICITUD DE INFORMACION

Se solicita información de mercado relativa a HORTALIZAS Y VEGETALES DESHIDRATADOS.

El Cuestionario Base es el que sigue:

### A. Producción

- 1) Vegetales deshidratados por tipos de hortalizas utilizadas.
- 2) Serie histórica (a partir de 1960) de cantidad de kgs. producidos, por tipos.
- 3) Valor de la producción (si es posible en dólares).
- 4) Precios (si es posible de costo y de mercado) por tipos.

### B. Consumo

- 1) Vegetales deshidratados por tipos (en kgs.)
- 2) Utilidad y aprovechamiento de los vegetales deshidratados en la industria de la alimentación
- 3) Precios, por tipos. Series históricas.

### C. Exportación

- 1) Vegetales deshidratados por tipos y por países compradores (en kgs.)
- 2) Precios, por tipos, por países. Serie histórica.

### D. Importación

- 1) Vegetales deshidratados por tipos y por países vendedores  
Serie histórica
- 2) Precios, por tipos, por países. Serie histórica.