

22981

Consejo Federal de Inversiones  
SUBSEDE LA PLATA  
BIBLIOTECA

---

**INFORMACION GENERAL  
PARA LA IMPLEMENTACION  
DE UNA PRUEBA PILOTO  
DE EXPORTACION  
DE DURAZNOS  
EN ALMIBAR  
Y TOMATES AL NATURAL**

---

La posición oficial del CFI, en las materias de su competencia se expresa a través de resoluciones o declaraciones de sus autoridades.

En consecuencia, no debe atribuirse carácter de posición oficial del CFI, a opiniones expuestas en trabajos firmados.

Todos los derechos reservados.

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

IMPRESO EN LA ARGENTINA

© Consejo Federal de Inversiones, año 1978

Alsina 1401 - Buenos Aires

SE PERMITE LA REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL SIEMPRE QUE SE MENCIONE LA FUENTE DE ORIGEN

---

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**INFORMACION GENERAL  
PARA LA IMPLEMENTACION  
DE UNA PRUEBA PILOTO  
DE EXPORTACION DE DURAZNOS EN ALMIBAR  
Y TOMATES AL NATURAL**

---

**DIRECCION DE OPERACIONES  
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y PRODUCCION  
EQUIPO DE ACTIVIDADES COMERCIALES Y TURISMO**

**DICIEMBRE 1976**

## Mercado Europeo de Tomates al Natural y Duraznos en Almíbar

### A. INTRODUCCION

El Consejo Federal de Inversiones a solicitud de las Provincias de Mendoza y San Juan, encaró un estudio de la Industria Conservera Nacional, parte del cual fue el de factibilidad e instrumentación comercial del mercado europeo para un grupo de cinco productos envasados provenientes de la República Argentina, (tomates al natural, duraznos en almíbar, arvejas al natural, pimientos morrones y extracto de tomates), el cual se materializó en Europa por intermedio de la SCET International de Francia.

Las conclusiones del estudio se exponen en resumen en el presente cuaderno, al que se han agregado datos de útiles para toda persona interesada en exportar.

De dicho estudio se desprende que los productos que mayores pósibilidades tienen de competir en el mercado europeo son los tomates al natural y los duraznos en almíbar, en especial éstos, pues las arvejas son abastecidas con holgura por Francia y Bélgica, ambos miembros del MCE; el extracto de tomate, de consumo descendente, es abastecido a bajo costo y con ventajas arancelarias por Portugal e Italia, en tanto los pimientos morrones sólo tienen consumo significativo en los países del Mediterráneo, precisamente los principales productores.

Los duraznos en almíbar, y en menor medida los tomates al natural, sí tienen la posibilidad concreta de ser colocados en volúmenes muy superiores a las ventas esporádicas hasta ahora realizadas.

Por tal motivo, el Consejo Federal de Inversiones pretende que el esfuerzo en tiempos y costos que ha demandado la investigación, no quede como un diagnóstico más, sino que sus resultados sean canalizados en forma operativa. Para ello, intenta coadyuvar en la tarea de implementar una prueba piloto de exportación, interesando a los potenciales exportadores e importadores en las reales posibilidades comerciales que existen para concretar las operaciones sobre bases de ofertas y demandas reales.

La misma se logrará promoviendo, conjuntamente con los gobiernos provinciales, reuniones con los potenciales exportadores, a los cuales se les explicará el resultado de las investigaciones y se les invitará a participar, so

bre especificaciones concretas, en la formulación de ofertas que serán analizadas por importadores de grandes cadenas de distribución minoristas.

## B. INVESTIGACION DE MERCADO - RESUMEN-

### 1. Los Países Estudiados

Los países europeos estudiados fueron:

1) Francia	52 millones de habitantes		
2) Reino Unido	56	"	"
3) R. F. Alemana	62	"	"
4) Italia	55	"	"
5) Bélgica	10	"	"
6) Países Bajos	13	"	"
7) Dinamarca	5	"	"
8) Noruega	4	"	"
9) Suecia	8	"	"
10) Finlandia	5	"	"
11) España	33	"	"
12) Portugal	10	"	"
13) Suiza	6	"	"
TOTAL	319	"	"

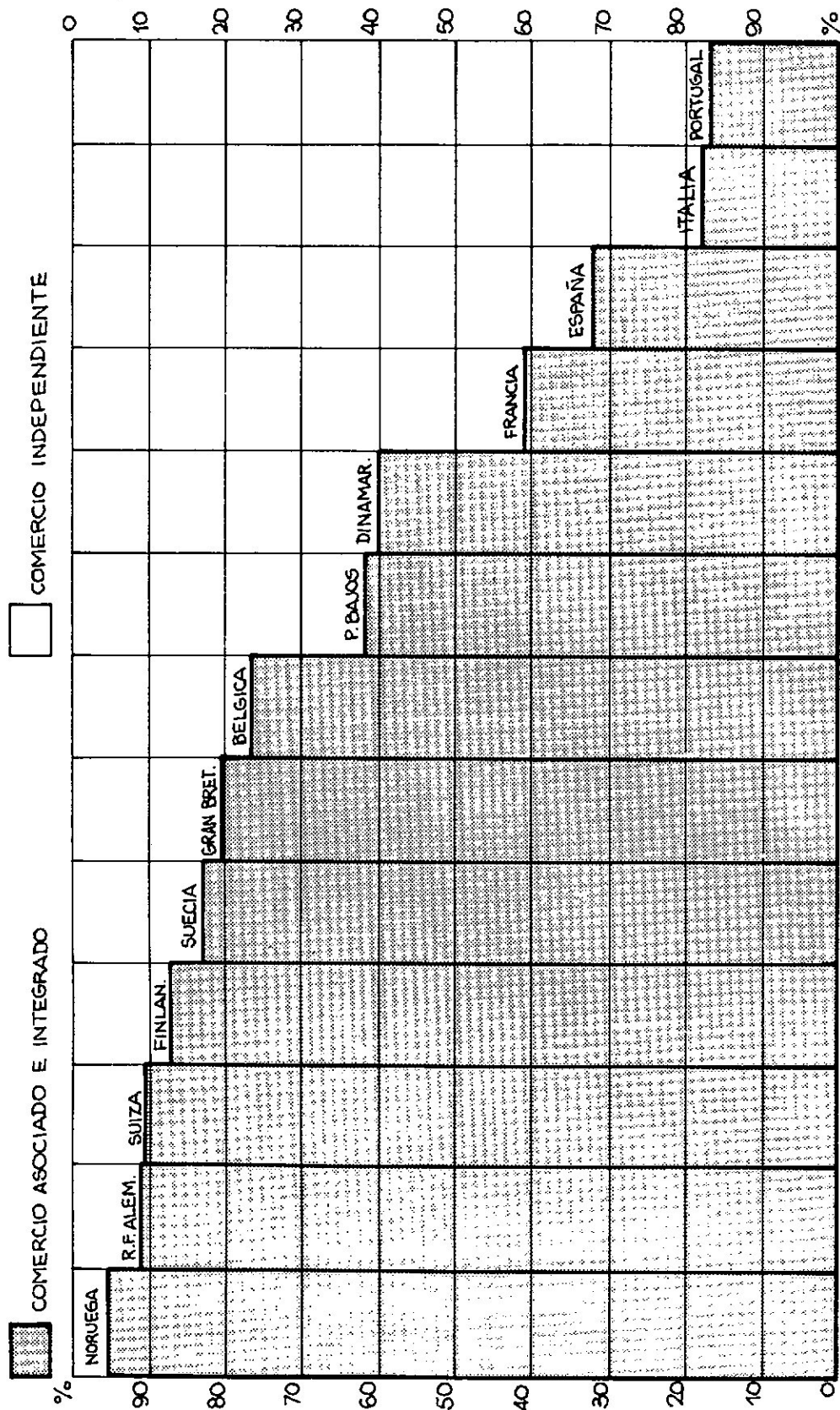
que en conjunto constituyen el mayor mercado en el mundo de importación de productos frutihortícolas envasados.

La estructura del mercado de productos alimenticios en estos países se halla en plena evolución, como consecuencia de la concentración de los circuitos de comercialización y del estrechamiento de las variedades de los productos ofrecidos. Se reduce aceleradamente la cantidad de pequeños negocios independientes, en favor del comercio asociado (cadenas voluntarias y agrupamiento de minoristas) y en especial del comercio integrado (grandes tiendas, tiendas populares, negocios con sucursales múltiples y cooperativas), donde con el sistema de autoservicio los consumidores quedan librados a sí mismos para la elección de los productos.

Al no pedir consejo al vendedor, el consumidor se inclina a elegir las marcas de productos conocidas que acostumbra a ver, y cuya relación calidad/precio le parece aceptable, lo cual a su vez induce a la dirección de esas empresas a reducir la gama de diferentes artículos ofrecidos.

# ESTRUCTURA DE LA DISTRIBUCION ALIMENTARIA EN EUROPA

PORCENTAJE DE LA CIFRA DE VENTAS DE LA DISTRIBUCION ALIMENTARIA POR PAIS.



Dentro de los lineamientos de esta evolución, ha cambiado también el sistema de los abastecimientos. Las grandes centrales de compra, que en varios países representan más del 80% de la distribución de productos alimenticios, poseen un considerable poder de negociación. Imponen sus deseos a los proveedores, que dejan de ser libres en la concepción de sus productos. Ellas tienden a seleccionar, cada vez más, una pequeña cantidad de proveedores con los cuales es posible concertar acuerdos comerciales por grandes cantidades. La variedad, la imagen de la marca, la regularidad y la calidad de los abastecimientos, son los mayores argumentos para la elección.

### Estructura de la Distribución en Europa

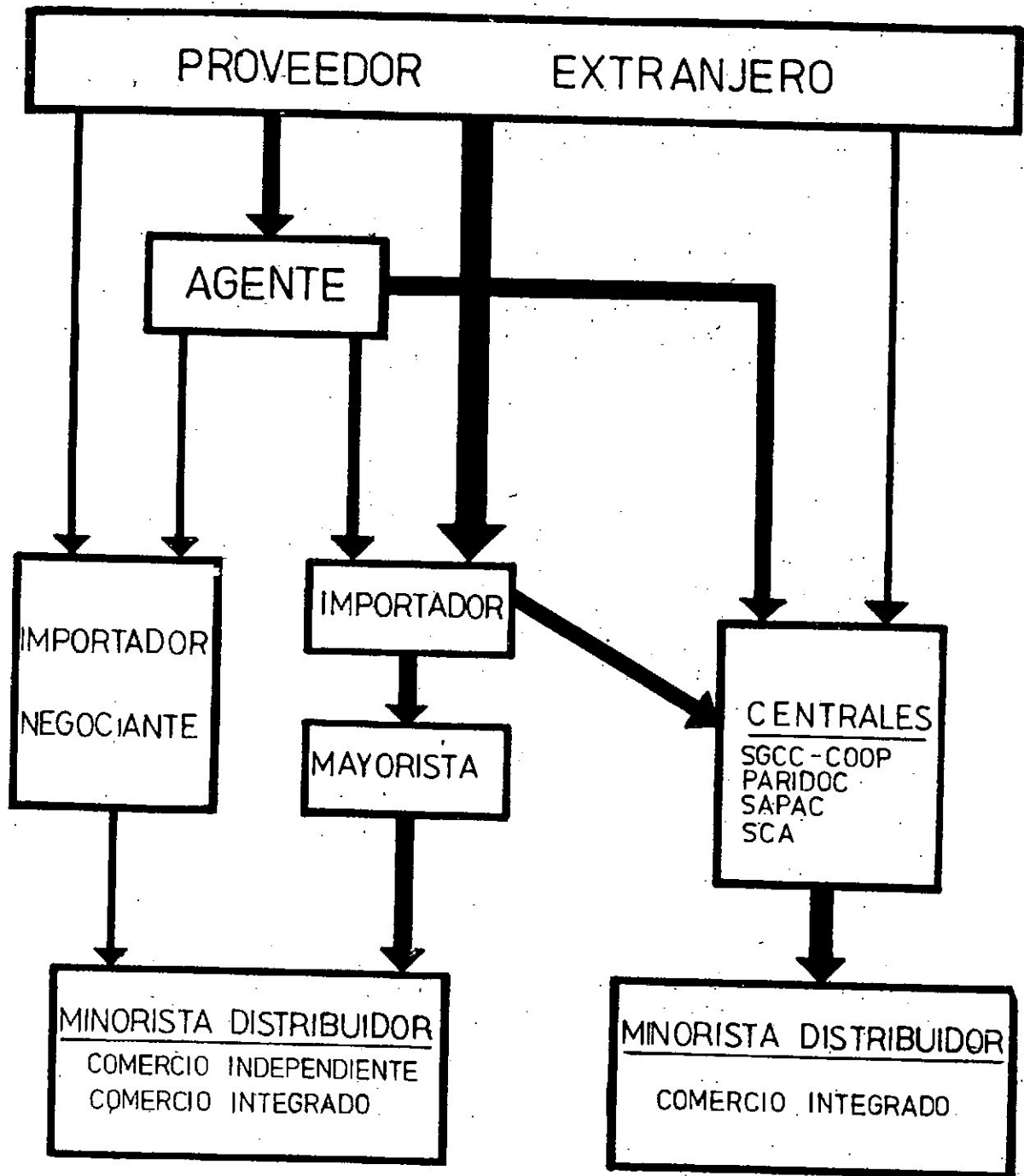
(en % de la cifra de ventas de la distribución alimentaria)

	<u>Comercio Integrado</u>	<u>Com. Asoc.</u>	<u>Total</u>	<u>Com. Indep.</u>
	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>1 + 2</u>	
Francia	32	9	41	59
Gran Bretaña	61	20	81	19
R. F. Alemana	38	53	91	9
Suiza	77	13	90	10
Italia	5	13	18	82
Bélgica	55	21	76	24
Países Bajos	30	32	62	38
Dinamarca	32	28	60	40
Noruega	22	73	95	5
Suecia	32	52	84	16
Finlandia	37	50	87	13
España	2	30	32	68
Portugal	12	4	16	84

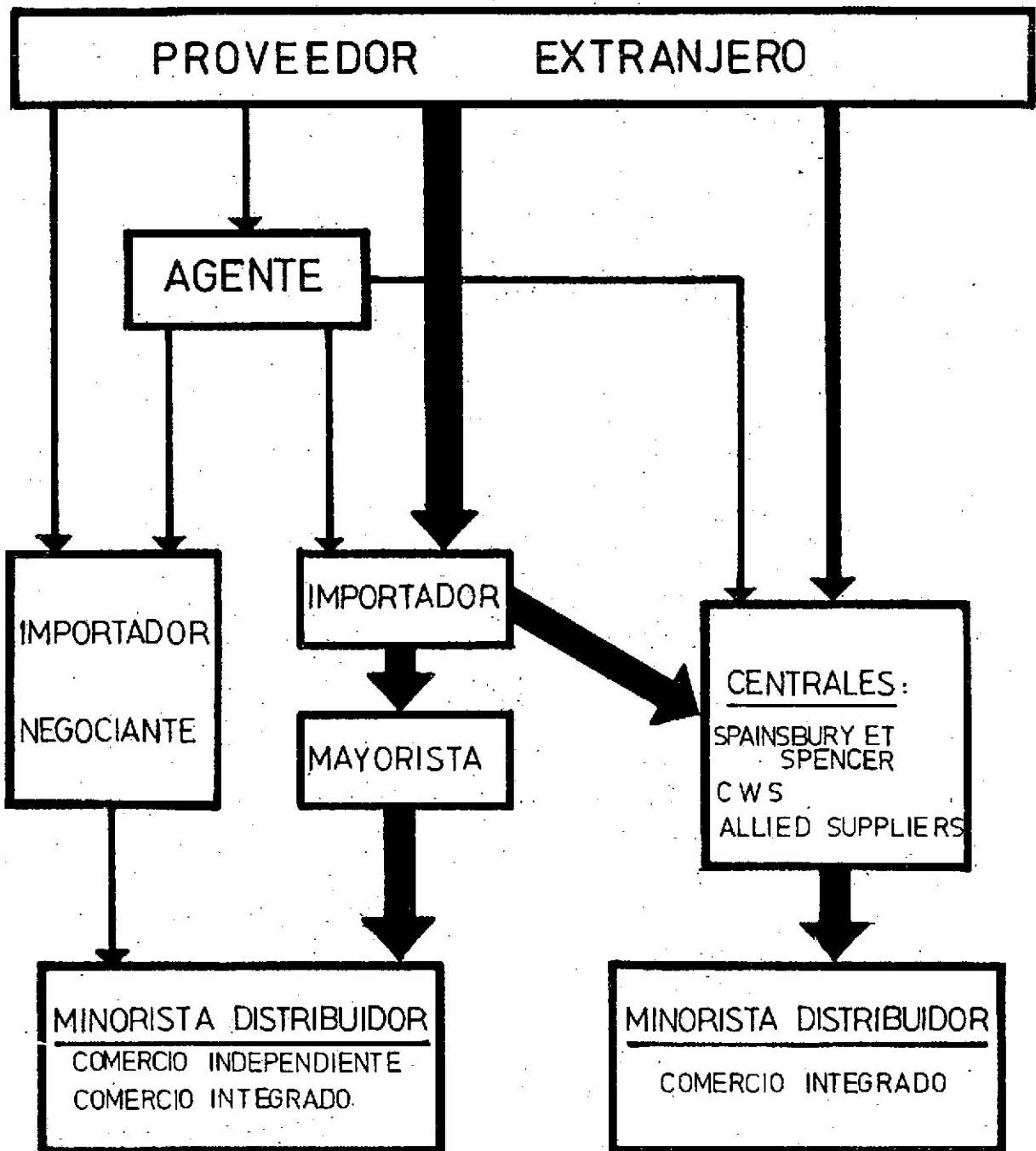
Por último, se han formado recientemente las grandes centrales internacionales de compras, que forman grupos de compras para cadenas de sucursales, y que establecen políticas comerciales concertadas, agrupan la demanda en el mercado alimentario mundial, y establecen programas publicitarios y de marketing de carácter uniforme (Euco, Vege, Edeka, Interfilia, Gedelfi, etc.)



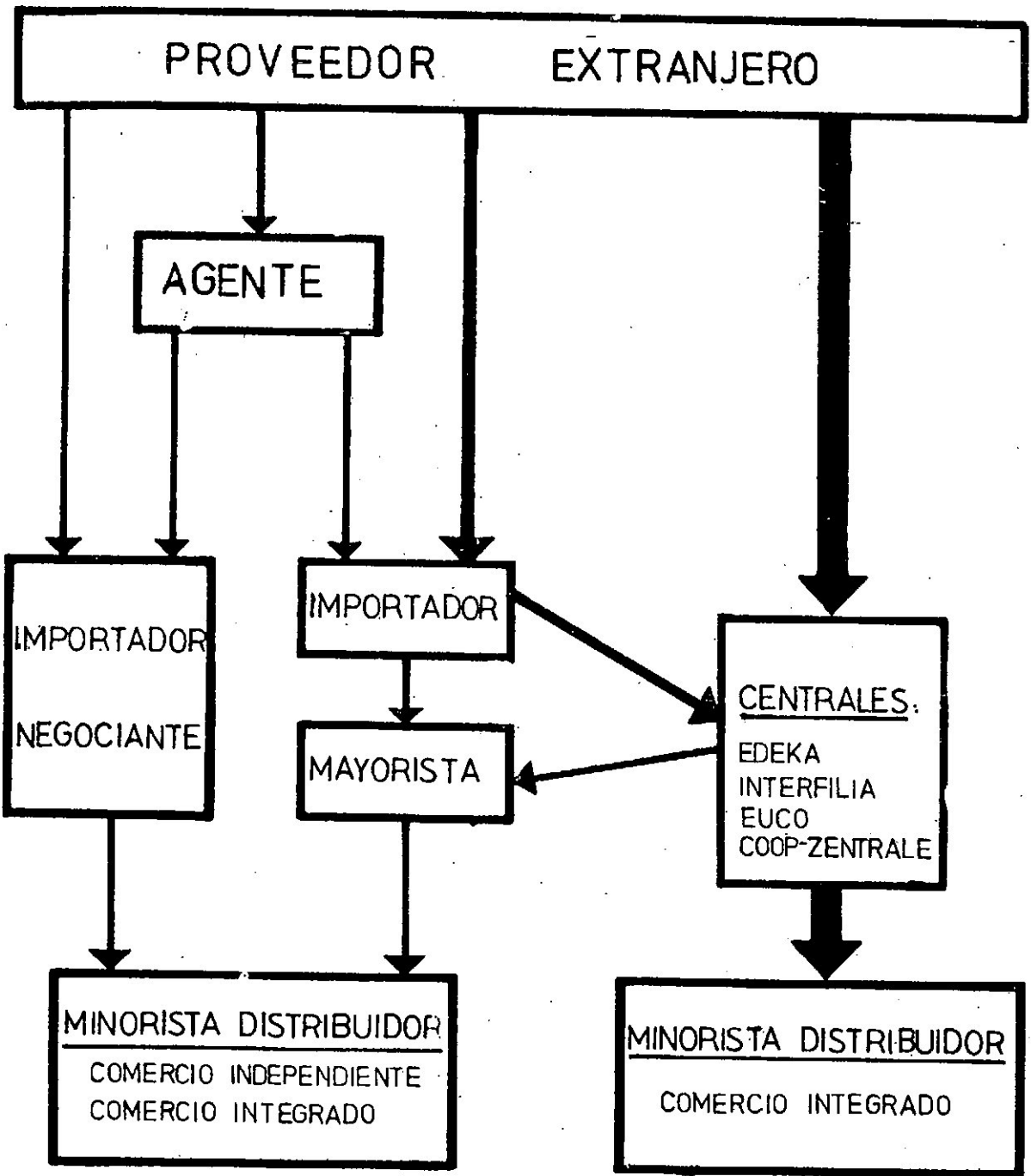
# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN FRANCIA



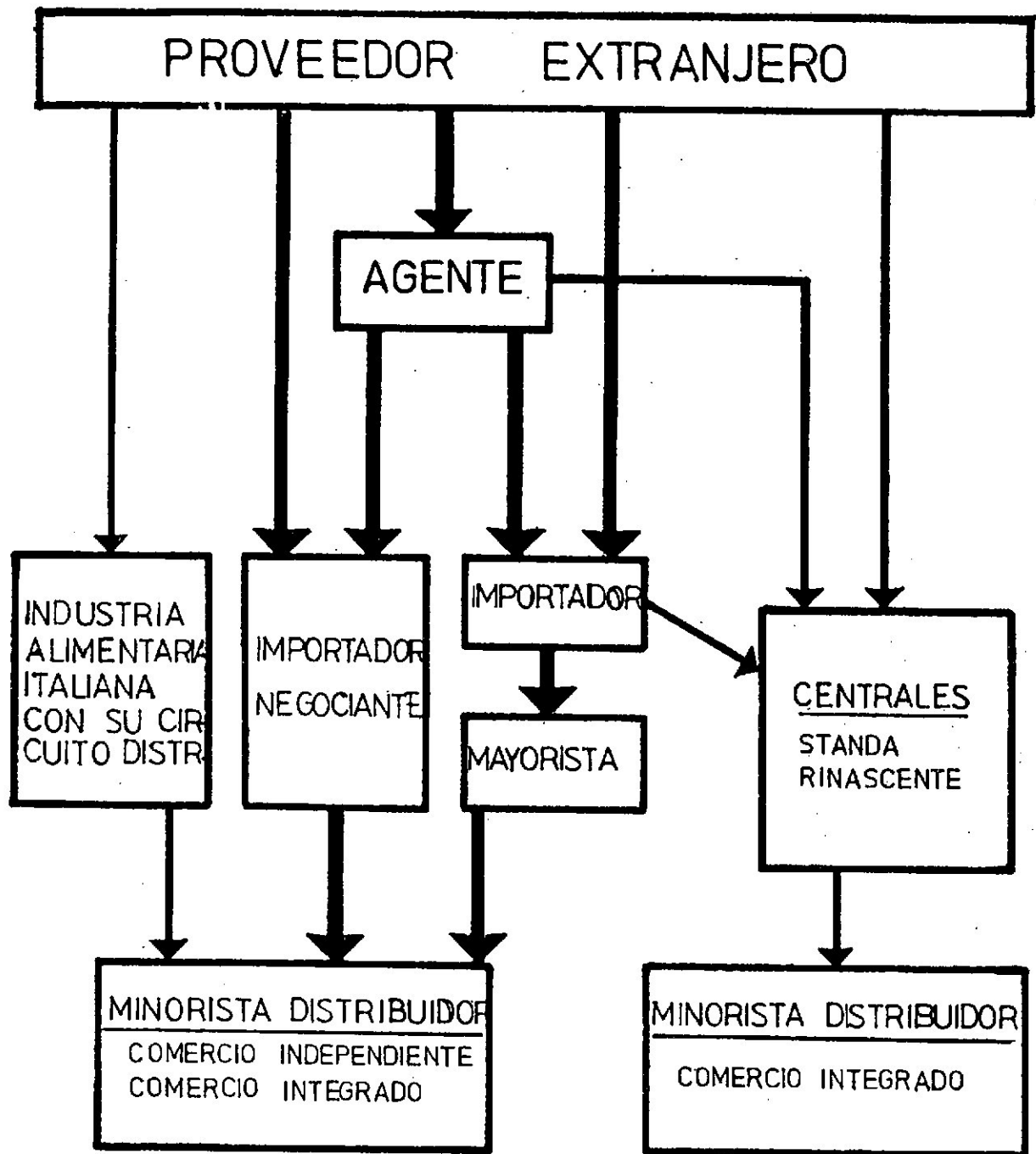
# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN GRAN BRETAÑA



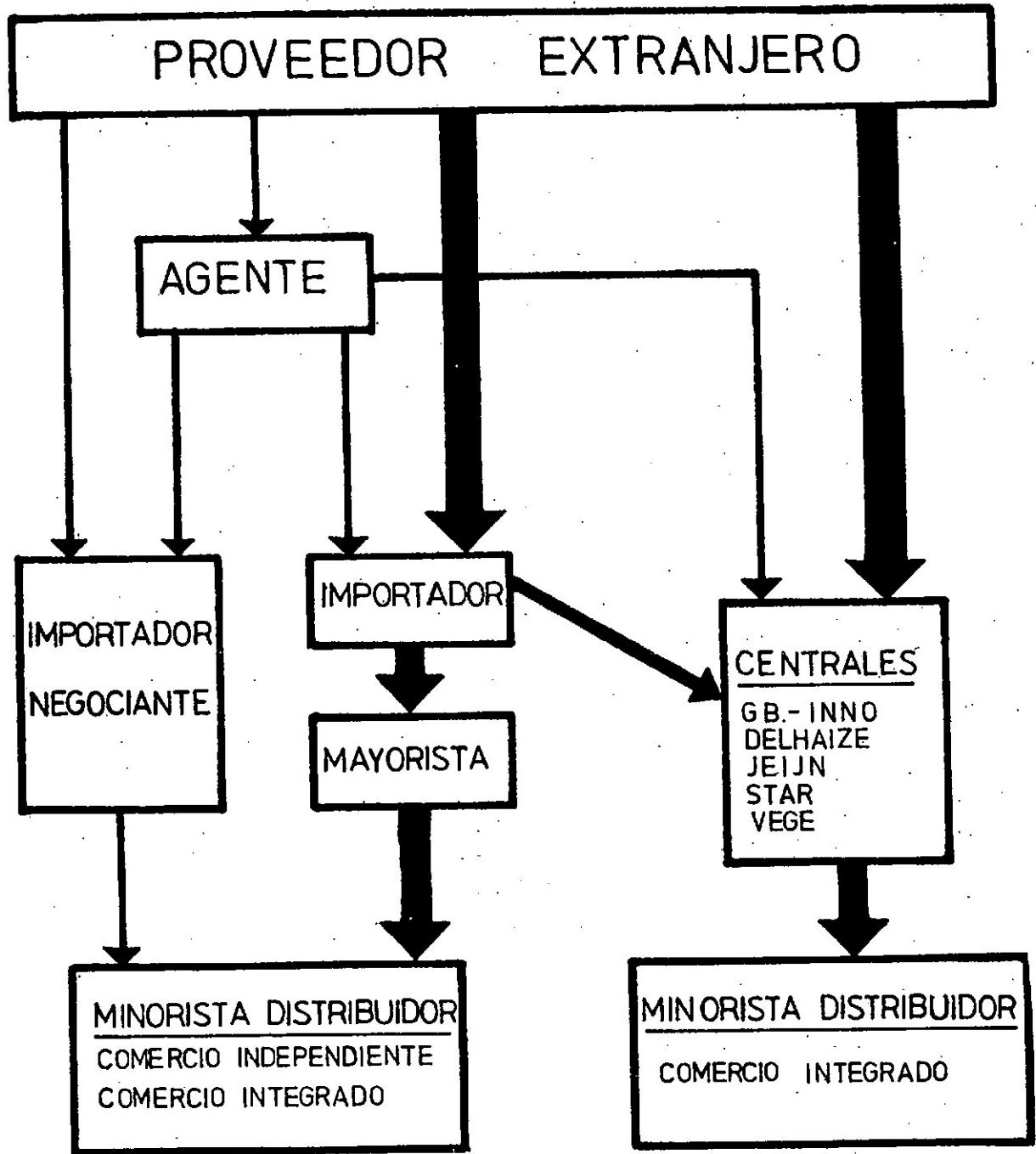
# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN LA R.F.ALEMANA



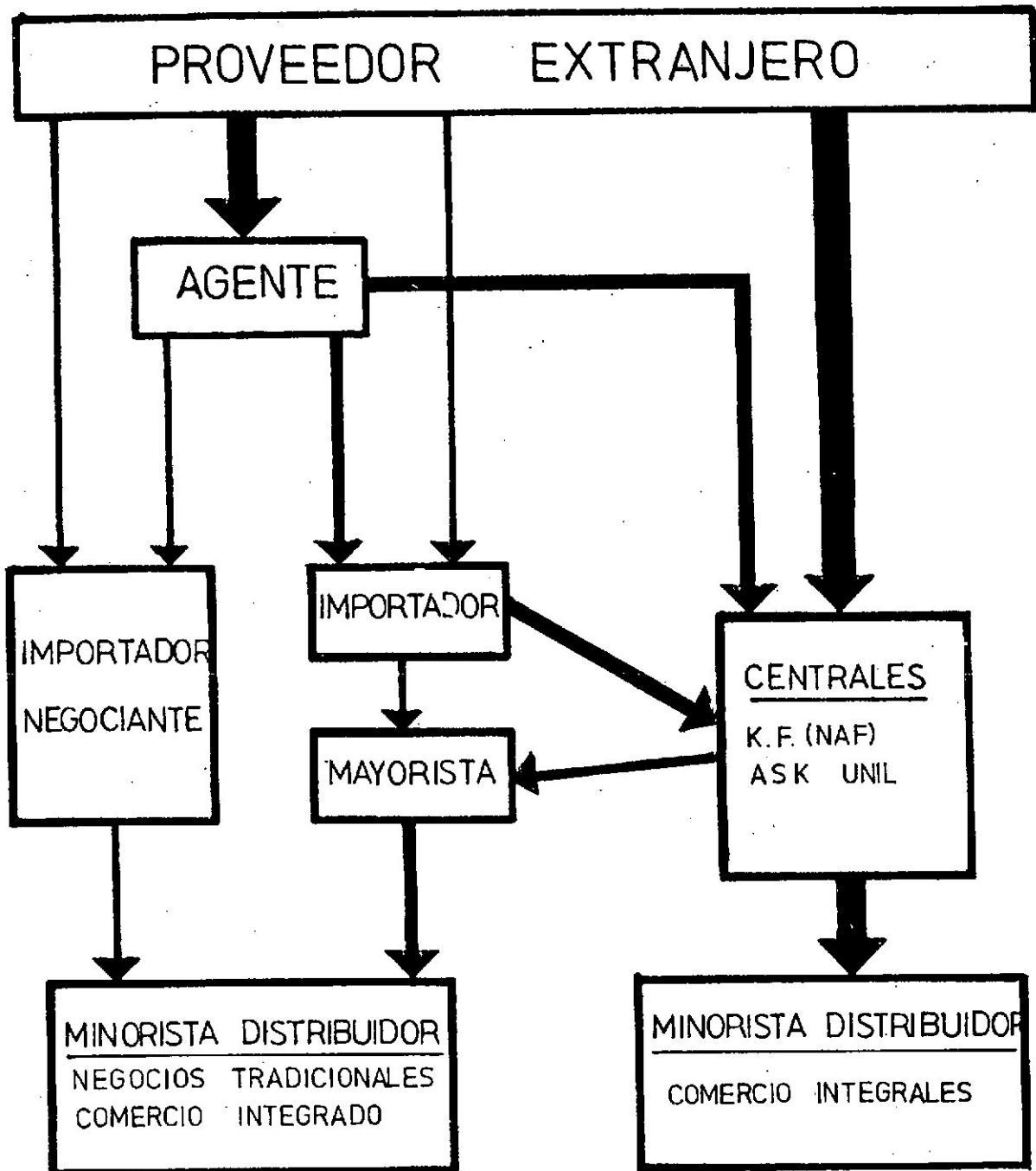
# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN ITALIA



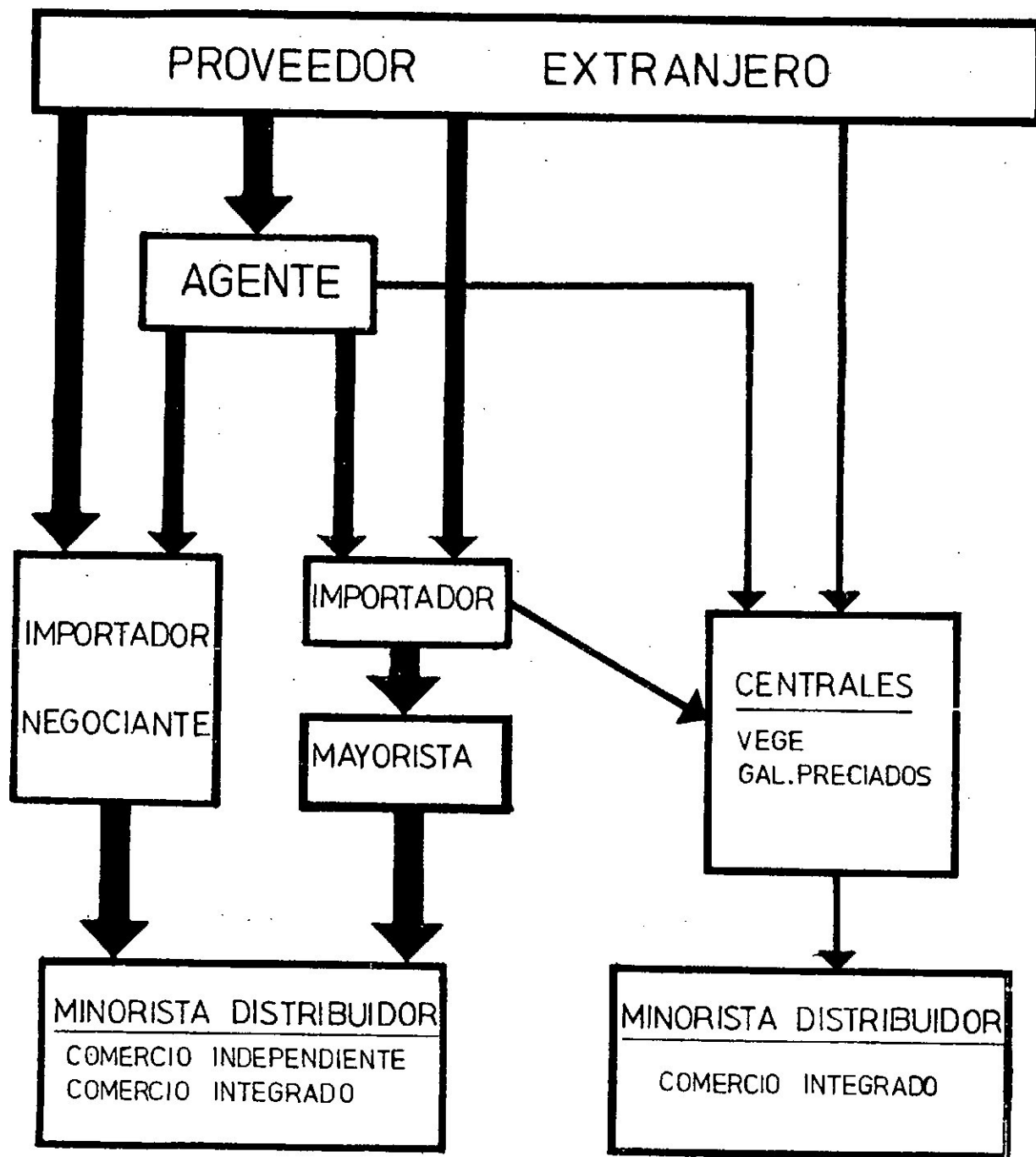
# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN EL BENELUX



# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN SUECIA



# CIRCUITOS DE IMPORTACION EN ESPAÑA



## 2. Los Productos

### 2.1. Duraznos en Almíbar

Los 13 países encuestados constituyen un mercado importador de más de 230.000 toneladas anuales de duraznos en almíbar.

Los principales importadores son:

R. F. Alemana	98.000 tn.
Reino Unido	90.000 "
Francia	10.000 "
Países Bajos	8.000 "
Suecia	8.000 "
Bélgica	6.000 "
Suiza	6.000 "
Noruega	5.000 "
Dinamarca	4.000 "
TOTAL	235.000 "

A su vez los principales proveedores son:

Africa del Sud	80.000 tn.
Grecia	65.000 "
Australia	30.000 "
Italia	17.000 "
USA	10.000 "
España	10.000 "
Argentina	7.000 "
TOTAL	219.000 "

Es decir, que desde el punto de vista de la demanda, la R. F. Alemana y el Reino Unido reúnen el 75% de las importaciones europeas de duraznos en almíbar, y en cuanto a oferta, los países del mediterráneo abastecen solamente un 40% de las necesidades de importación, proviniendo el resto principalmente de Africa del Sud, Australia y USA.

Los duraznos en almíbar provenientes de Africa del Sud y de USA son los de mejor calidad, siendo los provenientes de Grecia considerados como de menor calidad. El producto argentino es considerado como de calidad intermedia.

Grecia abastece primordialmente a la R. F. Alemana (58.000 tn), en tanto que Africa del Sud al Reino Unido (60.000 tn).