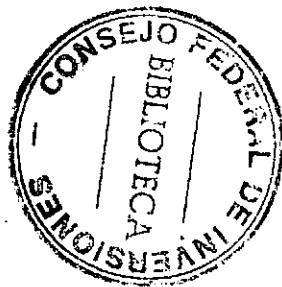


1063



FABRICA DE DULCES

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

SECRETARIO GENERAL
Cnel. (R) Carlos Benito Pajariño

GERENCIA DE ESTUDIOS Y PROYECTOS
Ing. Horacio Escofet

AREA DESARROLLO Y DESCENTRALIZACION INDUSTRIAL

Buenos Aires, enero de 1982.

nº inventar
27631-

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

AUTOR: Licenciado José Luis Gandini

1. Producto

. Los dulces, a diferencia de las mermeladas no contienen trozos de fruta, debiendo presentar no solamente una imagen de consistencia si no también de solidez y de homogeneidad en toda su extensión.

. Según el Código Alimentario:

"Art. 811 - (Dec. 112. 12/1/76). Con la denominación generérica de dulce, se entiende la confitura elaborada por cocción de no menos de 45.0 parte de pulpas de frutas, tubérculos u hortalizas, con el jugo que normalmente contienen, colada por una criba de malla no mayor de 2.0 mm con edulcorantes -Art. 807-. (1).

El dulce debe generar la idea de "corte". Los dulces de difusión masiva en la Argentina son los de batata y membrillo.

. La mermelada de buena calidad es aquella que se elabora con fruta y azúcar en partes iguales (50:50) ó cuando menos (45:55) en peso. La pulpa (la fruta, sin piel ni carozo) junto con el azúcar se le debe agregar pectina y/o ácido (según el tipo de fruta). Desde el punto de vista de la presentación comercial deberá producir en la mente del comprador una imagen de consistencia (como en el caso del dulce) aunque no de solidez. El color debe ser el color de la fruta. Lo mismo podría agregarse sobre el sabor.

. Según el Código Alimentario:

"Art. 810 - (Dec. 112. 12/1/76). Con la denominación de mermelada se entiende la confitura elaborada por cocción de trozos de frutas u hortalizas o frutas enteras pequeñas (frutillas, frambuesas, moras, cerezas, guindas o semejantes y jugo que normalmente contienen, con uno o más de los edulcorantes mencionados en el artículo 807.

. En el caso de la jalea la materia prima no es la pulpa sino el jugo filtrado de la fruta o de la hortaliza. Las mejores jaleas se hacen con aquellos frutos que contienen un alto contenido de pectina. La imagen de la jalea a través del frasco de vidrio -por ejemplo- deberá ser clara, brillante, translúcido, homogéneo.

. Según el Código Alimentario:

"Art. 813 - (Dec. 112. 12/1/76). Con la denominación genérica de jalea, se entiende la confitura elaborada por concentración en todo o en parte del proceso por medio del calor, de no menos de 35.0 partes del jugo filtrado de frutas (o su equivalente en jugo concentrado) o de extractos acuosos filtrados de frutas u hortalizas, con edulcorante (artículo 807)

. Ahora bien, respecto a los productos preparados en almíbar el Código Alimentario considera en el

"Art. 809 - (Dec. 112. 12/1/76). Con la denominación genérica de frutas, Hortalizas o Tubérculos en Almíbar, se entiende la confitura elaborada cocinando con una solución de los edulcorantes mencionados en el artículo 807.

2. Oferta

En la industria de mermeladas, dulces y jaleas existen dos grupos de establecimientos bien diferenciados. Un primer grupo constituido por las firmas más grandes cuyas características son:

- . Generalmente el producto como el dulce, la mermelada o la jalea, constituye una de las líneas de producción de la firma.
- . Dentro de la línea de dulces, el de batata ocupa el primer lugar.
- . Dentro de la línea de mermeladas; los gustos de durazno, damasco, ciruela y naranja -en ese orden- ocupan los lugares más importantes.
- . Dentro de la línea de jaleas; los gustos de membrillo y manzana son los más relevantes.
- . Los puntos de ventas de estas firmas se hallan generalmente dispersos en todo el país.

- . NOEL Y CIA
- . BENVENUTO S.A. (La Campañola)
- . CANALE S.A.
- . ESNAOLA E HIJOS S.A.
- . LEMBOS S.R.L.
- . BALOG S.A.I.C.
- . BERARDI Y CIA. (La Giocconda)
- . ARCOR S.A.

Por otra parte existe un segundo grupo formado por firmas medianas e incluso pequeñas, que operan en algunos casos con tecnologías domésticas. Sus aspectos operativos más sobresalientes son:

- . Generalmente el dulce, la mermelada y la jalea constituye la única línea de producción de la firma;

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

- . Dentro de la línea de dulces, los de almíbar ocupan un lugar destacado.
- . Dentro de la línea de mermeladas se da importancia a la elaborada en base a la fruta de la zona.
- . El grueso de los puntos de venta se halla concentrado en el mismo ámbito regional, zona de asentamiento y de operación de la firma.

- . EL ROSARIO S.A. (Córdoba)
- . DULCES OTITO S.A.I.C. (Jujuy)
- . DULCERIA SUIZA (Río Negro)
- . GODOY (Corrientes)

La cantidad de establecimientos que operaban en 1974, de acuerdo con el censo industrial era de 198.

CUADRO N° 1

CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTOS ELABORADORES DE DULCE, JALEAS Y MERMELADAS

Provincia	Cantidad de Establecimientos	%
Buenos Aires	49	24.7
Córdoba	38	19.2
Santa Fe	29	14.6
Catamarca	15	7.0
Mendoza	12	6.1
Tucumán	12	6.1
Salta	8	4.0
Corrientes	7	3.5
Santiago del Estero	6	3.2
Río Negro	5	2.5
La Rioja	4	2.0
Entre Ríos	3	2.0
Chaco	4	1.5
Formosa	2	1.0
Misiones	1	0.5
Jujuy	1	0.5
La Pampa	1	0.5
Neuquén	1	0.5

FUENTE: INDEC. (VER ANEXO II)

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

De acuerdo a opiniones recogidas en el sector privado, en la actualidad existiría una capacidad ociosa en la línea de mermeladas, dulces y jaleas cercana a un valor que oscilaría entre 35 y 40% (por supuesto un 40% de capacidad ociosa no es lo mismo para una firma mediana o pequeña que trabaja solamente con esta línea, que para una firma grande que puede trabajar con otras - ARCOR, con la de caramelos, NOEL S.A. con los tomates al natural y extractos, pimientos, morrones, etc. helados, etc.).

Respecto de la capacidad instalada la Asociación de Dulces, Conservas y Afines cuenta tan sólo con la nómina de asociados a la misma, sin contar -como otras asociaciones o cámaras- con una estimación de dicha capacidad tanto globalmente como por empresa. Directivos de la mencionada asociación han tratado infructuosamente de obtener información por parte de sus asociados (incluso apelando a encuestas internas de respuesta anónima).

Con relación a los volúmenes de producción, los datos consignados a continuación proviene de la Dirección General de Información Industrial del Ministerio de Comercio e Intereses Marítimos. Los datos expuestos sólo representan a la producción de dulces, mermeladas y jaleas, excluyendo a frutas enlatadas al natural, abrigantadas, glaseada escurrida, etc. (período 1973/79).

CUADRO Nº 2

PRODUCCION DE DULCES, JALEAS Y MERMELADAS

Año	Toneladas
1973	62.299
1974	47.495
1975	86.759
1976	90.776
1977	73.380
1978	32.265
1979	46.247

FUENTE: Elaboración propia en base a datos de la Direc. General de Información Industrial del Ministerio de Comercio e Intereses Marítimos

CUADRO N° 4.1.

PRODUCCION

Toneladas

Dulces en base a hortalizas

Año	Batata	Tomate	Zapallo	Melón
1973	37.565	1	402	-
1974	24.775	-	350	-
1975	27.074	-	64	-
1976	17.647	169	84	-
1977	25.567	-	107	-
1978	9.297	1	177	-
1979	20.622	-	177	-

CUADRO N° 4.2.

Mermeladas en base a hortalizas

Año	Batata	Tomate	Zapallo	Melón
1973	-	326	242	12
1974	-	80	12	504
1975	2	261	21	-
1976	-	63	111	-
1977	13.975	139	135	--
1978	28	24	126	-
1979	-	147	407	-

La oferta total se llega a constituir con la inclusión de las importaciones, que, evidentemente no sólo es esporádica, sino también ínfima.

CUADRO N° 3

IMPORTACION DE DULCE, JALEA, MERMELADAS Y PURES

Años	Importaciones (ln)
1973	67
1974	-
1975	-
1976	57
1977	36
1978	30
1979	84

FUENTE: INDEC (VER ANEXO I)

Respecto de las importaciones conviene aclarar que recién en 1979 (R 45/79) se produjo la desagregación de posición 20.05.00.00 en:

- 20.05.00.01.00 Purés y pastas de frutas, compotas
- 20.05.00.02.00 Jaleas
- 20.00.00.03.00 Mermeladas

Como el objeto de este trabajo es estudiar el comportamiento de la producción de la línea de dulces, jaleas y mermeladas a partir de hortalizas tales como la batata, el zapallo, el tomate y el melón conviene hacer la siguiente desagregación:

CUADRO N° 4.3.

Jaleas en base a hortalizas

Año	Batata	Tomate	Zapallo	Melón
1973	-	-	-	29
1974	-	8	-	44
1975	-	-	-	-
1976	-	-	-	-
1977	-	-	-	-
1978	-	-	-	-
1979	-	-	-	-

FUENTE: Elaboración propia en base a los datos de la Dirección General de Información Industrial del Ministerio de Comercio e Intereses Marítimos. (VER ANEXO I).

Haciendo un somero análisis de los cuadros presentados, se evidencia la importancia que reviste la producción del dulce de batata para todo el sector, así, por ejemplo, en 1979 participó con un 45% aproximadamente (ver Cuadros Nros. 2 y 4.1). Sólo este dulce presenta cierta regularidad histórica. A partir de esta observación se podría elaborar una proyección, aunque con ciertas restricciones (2). Los demás productos registran un comportamiento marcadamente errático situación que impide obviamente aplicar el mismo criterio. Independientemente de la veracidad de los datos expuestos lo cierto es que no se ha detectado en ningún canal de distribución encuestado la existencia de dulce de melón, así como mermelada de batata y de melón como toda la línea de jaleas.

Si se hace extensivo la desagregación a las líneas de dulces, jaleas y mermeladas en base a frutas se obtendrían los siguientes valores :

CUADRO N.º 5.1.

DULCE EN BASE A FRUTAS

Años	Membrillo	Manzana	Durazno	Alcayota	Damasco	Ciruela	Higo	Cereza	Naranja	Pomelo	Melón
1973	10.542	461	27	16	14	7	14	-	2	-	-
1974	5.145	346	12	-	-	-	-	53	7	-	-
1975	19.620	14.891	6	2	-	2	-	-	1.800	-	-
1976	22.627	18.004	400	1.060	-	-	-	161	2.800	-	-
1977	6.062	10	16	93	-	56	-	-	-	-	-
1978	9.371	42	10	144	4	19	4	43	13	-	-
1979	10.821	103	7	-	2	-	2	-	-	-	-

• No alcanza a la tonelada anual

- No existen datos

FUENTE: Elaboración propia en base a datos aportados por la Dirección General de Información Industrial del Ministerio de Intereses Marítimos.

CUADRO N.º 5.2.

MEMBRILADAS EN BASE A FRUTAS

En Toneladas

Años	Durazno	Ciruela	Damasco	Naranja	Manzana	Frambuesa	Pera	Higo	Membrillo	Cereza	Mandarina
1973	4.957	1.544	1.196	1.768	910	77	492	685	144	12	77
1974	6.502	1.828	1.457	982	567	90	206	176	808	77	151
1975	7.106	2.069	1.623	822	463	754	235	187	66	250	85
1976	6.164	2.388	1.479	3.727	259	750	1.906	75	133	286	10
1977	4.496	731	1.042	808	215	1.122	195	159	14.437	314	9
1978	2.046	2.024	801	698	1.300	995	108	259	23	29	-
1979	6.972	1.726	1.716	1.217	449	21	195	327	21	4	-

FUENTE: Elaboración propia en base a datos aportados por la Dirección General de Información Industrial del Ministerio de Intereses Marítimo.

CUADRO N° 5.3.

JALEA EN BASE A FRUTAS
En Toneladas

Años	Membrillo	Manzana	Naranja	Pomelo	Damasco
1973	1.247	169	203	28	115
1974	1.135	265	91	14	-
1975	1.350	194	76	2	-
1976	2.471	158	47	-	35
1977	126	-	46	-	89
1978	817	192	1	12	1
1979	591	-	-	-	-

FUENTE: Elaboración propia en base a datos aportados por la Dirección General de Información Industrial del Ministerio de Comercio e Intereses Marítimos.

3. La Demanda

Si bien se pudo proceder a una desagregación de la producción, no solamente en dulce, jalea y mermelada en base a hortalizas y frutas, si no también por tipo de gusto, para el cálculo del consumo aparente ya se tropezó con el primer obstáculo representado por los valores de importación que al venir en una forma agregada bajo el rótulo "Purés y pastas de frutas, compotas, jaleas y mermeladas, obtenidos por cocción, con o sin adición de azúcar" - Posición Arancelaria 20.05.00.00 - impide en principio, todo intento de homogenización de la oferta. Por otra parte con las exportaciones sucede exactamente lo mismo, ya que la posición 20.05.00.00 tiene la misma presentación. Aunque considerando como importante las estimaciones aproximadas que han sugerido ciertos informantes vinculados al sector, respecto al porcentaje, que, sobre el total de las exportaciones, los purés y las compotas (un 4% promedio) este avance en el análisis se vería afectado por la circunstancia de que esas mismas fuentes ofrecían datos de apreciables diferencias en cuanto a los porcentajes no solamente de exportación, sino también de importación respecto de lo que le correspondería a la jalea, de lo que le correspondería a la mermelada y de lo que le correspondería al dulce. En advertencia de estas dificultades, se podría elaborar una proyección de los "dulces, jaleas y mermeladas" pero considerándola en bloque.

CUADRO N° 6

CONSUMO APARENTE

Año	Consumo Aparente
1973	62.832
1974	40.821
1975	83.805
1976	83.882
1977	61.007
1978	20.166
1979	35.630

FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio y de Intereses Marítimos en INDEC.

Por entrevistas realizadas a empresas productoras (NOEL y CIA., BALOG S.A.I.C., CANALE S.A., BERARDI Y CIA., BENVENUTO S.A., etc.) el porcentaje de productos en base a batata, zapallo, melón y tomate, exportado es prácticamente irrelevante. El consumo "per cápita" y por año sería pues:

CUADRO N° 7

CONSUMO (en Toneladas)

<u>Año</u>	<u>Población</u>	<u>Consumo Aparente</u>	<u>Consumo por Año</u>
1973	24.700	62.832	2.5
1974	25.000	40.821	1.6
1975	25.400	83.805	3.3
1976	25.700	83.882	3.3
1977	26.100	61.007	2.3
1978	26.400	20.166	1.0
1979	26.700	35.630	1.3

FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio y de Intereses Marítimos en INDEC, SIMA.

Las variables que tienen mayor influencia -aparte de los precios de los productos y el nivel de ingreso real- son, para el dulce de batata, el precio de los quesos y, para las mermeladas de tomate y zapallo; el precio del pan y de las galletitas.

El mercado de dulces está claramente segmentado por tipo de gustos por lo que sería más conveniente hablar del mercado del dulce de batata, del mercado de dulce de membrillo, del mercado de dulce de leche, del mercado del dulce de manón, etc. El consumidor del dulce de batata no ve como sustituto al dulce de membrillo. La sustitución se hace, por consiguiente no por gusto, sino por marca.

El mismo criterio es válido para las mermeladas. El consumidor de frutilla cuando no la encuentra, no pide mermelada de zapallo ni de ciruela, la busca en otro negocio.

Existen características diferenciales de consumo por tipo de consumidores identificados por escala de ingresos. Si bien la marca NOEL y CIA. participa aproximadamente del 60% de la oferta del dulce de batata. LA GIOCONDA es la marca preferida por los sectores de altos ingresos, en tanto que ESNAOLA ha logrado penetrar profundamente en el mercado de bajos ingresos. Al tiempo que NOEL compite con ESNAOLA, ARCOR, CANALE y ARCORTA en la cadena de restaurantes, lo hace con LEMBOS y CANALE en los hospitales e institutos geriátricos. (Ver Anexo II).

5/ Debido a que el dulce de zapallo tiene muy poca rotación, las empresas consideran conveniente centrar su fuerza de ventas en aquellos segmentos que garantizan una mayor salida; tal es el caso de los restaurantes (3) y casas dietéticas. Esta política de ventas, es por el momento habitual en empresas tales como ESNAOLA, EL ROSARIO, COMPANIA FRUTIHORTICOLA, etc.

5/ Por el momento el consumo de la mermelada de tomate y de zapallo ocupan el último lugar. No están estos gustos aún incorporados en la mesa familiar a la manera del durazno, ciruela, damasco, etc. Las mermeladas de frutilla y de higo son objeto del consumo de los sectores de ingresos más elevados, así como los de frambuesa, grosella, arándano, rosa mosqueta, etc. (4).

5/ Las jaleas de membrillo y manzana son las que ocupan la mayor participación en el consumo (no es por casualidad que ambas especies posean un alto contenido de pectina), los demás tipos de jaleas se encuentran frecuentemente en las casas dietéticas.

En cuanto al mercado internacional el mercado de los productos argentinos se ha restringido en los últimos años a algunos países de América Central y América del Sur, de esto se podría inferir que en un mercado como el europeo, por ejemplo no se ha penetrado sea ya por una deficiencia en las políticas de comercialización desarrolladas por las empresas o por una mejor eficiencia (precio, calidad, promoción, etc.) llevada a cabo por los países competidores.

4. Comercialización

Varias son las formas de como se encara la comercialización de estos productos. Las firmas grandes manejan prácticamente toda la intermediación llevando directamente la mercadería desde la fábrica hasta la amplia gama de minoristas. Por otra parte prefieren trabajar con mayor frecuencia con autoservicios, queserías-fiambrerías, roticerías, despacho de bebidas, almacenes, casas dietéticas, etc. que con los supermercados, por la sencilla razón de que con los primeros, por lo general se trabaja al contado en tanto que los supermercados abonan usualmente a los 45 días. Además en los supermercados la gente es más minuciosa en cuanto a la elección de los productos, situación que no se repite en las otras bocas de expendio, ya que por lo general, en el caso del dulce de batata por ejemplo, en un almacén, fiambrería-quesería, etc., se lo vende fraccionado sin que la gente pregunte mucho la marca que está comprando (5) en este tipo de canales la rotación relativa de la lata de 700 gramos respecto al movimiento que se produce en los supermercados es sensiblemente menor; esto, también explicaría las razones por las que las empresas deciden trabajar con latas o cajones de 5 kilos con los negocios de menor tamaño y destinar la mayor cuota de latas de 700 gramos a los supermercados y autoservicios. Respecto a las mermeladas y jaleas emplean la misma política de ventas con los frascos de 1 kilo. Es difícil encontrar que algún negocio pequeño tenga frascos de 1 kilo, lo corriente es encontrar frascos de 454, 450 y 430. Esto mismo sucede con la variedad por gustos. Las mermeladas de frambuesa, guinda, cereza, etc. tan comunes en los supermercados no lo son en los demás canales. Para terminar con este comentario cabría señalar que difícilmente se encuentre incluso en autoservicios marcas de importación tales como D-J (alemana), Hero (Suiza), Fortnum & Manson, Manleys (inglesas) comunes en supermercados de envergadura. Sin embargo, FANACOA introdujo con inusitado éxito el envase de plástico que contiene 10 sachets de 25 gramos, cada uno con un gusto distinto a un precio aproximadamente 50% menor que el envase 454 gramos. Este producto tiene una alta rotación en cualquier tipo de canal.

(5) Ver Anexo II.

Con relación a los márgenes de comercialización mientras que el supermercado trabaja habitualmente con un margen bruto que oscila desde el 25 al 30% promedio, los restantes le cargan un valor que va desde el 20 al 25%.

El tratamiento de distribución empleado por las empresas medianas o pequeñas es diferente ya que por lo general cuentan con el concurso de mayoristas o de representantes en los grandes centros poblados. Sólo una pequeña cantidad de ellas se manejan directamente con los minoristas. El hecho de que el grueso de los productos pertenecientes a firmas regionales se encuentran en los supermercados, en algunos autoservicios obedece a la concurrencia de dos factores convergentes: 1) una característica propia del supermercado es la posesión de la variedad no sólo de productos, sino también de marcas; 2) los otros tipos de minoristas no tienen siempre ese privilegio ya que prefieren aprovechar el lugar del estante o la góndola colocando un producto de marca conocida, en lugar de otro que no tenga dicha condición. En general los mayoristas para la línea de productos que se está tratando (no tiene aquí importancia el tamaño de la firma proveedora) le carga un porcentaje que oscila entre el 12 y el 16%.

5. Mercado internacional

En el mercado internacional el consumo de las mermeladas, dulces y jaleas elaboradas en base a batata, zapallo, tomate y melón de acuerdo con la información obtenida, es particularmente escaso. Como en el mercado interno, se le da prioridad a los productos en base a fruta, respecto a los productos en base a hortaliza. Dentro de los productos en base a fruta, ocupan también el primer lugar las variedades de carozo y pepita, el segundo las variedades cítricas.

Descontando aspectos esenciales tales como costumbres, nivel de ingreso, etc. deben considerarse dos factores de suma importancia que son determinantes decisivos del consumo a saber:

El horario de trabajo: En aquellos países que cuentan con horario de trabajo continuo se registra un consumo más alto con relación a los países en donde la proporción de horario discontinuo es mayor. En el primer caso el tiempo dedicado al desayuno se hace más prolongado lo que permite una mejor preparación y esmero en cuanto a la presentación de los ingredientes.

El uso divulgado del servicio de cafetería: En aquellos países que tienen fábricas y oficinas que cuentan con servicios de cafeterías, es frecuente encontrar comidas de preparación rápida tales como tartas, pasteles y empanadas en donde la mermelada aparece como imprescindible.

No es el objeto de este trabajo hacer un informe de mercado de los productos que no son los propuestos.

Sin embargo puede darse una semblanza general del perfil de la industria de la mermelada y la preferencia del consumidor en algunos países.

• Francia: Del Mercado Común Europeo, Francia es el tercer consumidor más importante después de los Países Bajos y del Reino Unido. Los gustos que más se destacan son: damasco (33%), frutilla (27%), ciruela (9%), grosella roja (7%), naranja (6%), resto (18%). La producción anual alcanzó en 1976 a 121.000 toneladas. Según datos de 1979 existen 80 fabricantes siendo al mismo tiempo estos fabricantes los principales importadores de frutas semiprocesadas. La mayor parte de la fruta fresca para industrializar es importada. Las marcas más importantes son: Andros, Bonne Maman, Mateme, Lerebourg, Lenzbourg, Chivers y Vitrac. Existen dos tipos principales de mermelada; la que contiene exclusivamente fruta y azúcar refinada (con un contenido máximo de 40% de agua, sin aditivos, colorantes, ácidos, glucosa, etc.), la que contiene una base principal de manzana.

• República Federal de Alemania: En la República Federal de Alemania la producción de mermeladas osciló en los últimos años en un valor cercano a las 100.000 toneladas anuales. La característica singular la constituye el hecho de la forma de como se prepara en este país la mermelada, no solamente con una fruta sino también con dos o más frutas (incluida o excluida la manzana). No obstante la proporción de la mermelada hecha a partir de una sola fruta sigue siendo todavía la más importante. Las de mayor venta son: frutilla, cereza, damasco y frambuesa. El consumo de estas variedades representa aproximadamente el 75%. En 1975 la oferta estaba constituida por 30 fabricantes de los cuales 6 controlaban alrededor del 70% de la oferta. Los fabricantes alemanes se diferencian de los franceses porque efectúan sus compras de materias primas a través de importadores especializados. (5).

• Reino Unido: En el Reino Unido a diferencia del continente se está produciendo actualmente un fenómeno bastante singular; la inclinación cada vez más acentuada del consumidor hacia la alimentación dietética. La mayor participación de los cereales y productos die-

téticos en el desayuno ganó en parte una no despreciable franja del mercado, que tradicionalmente se estaba reservando a los dulces y mermeladas. Esto obviamente elimina en parte el consumo de bizcochos, galletitas, postres, etc. es decir todos aquellos componentes en donde la mermelada tenga alguna relación. Los gustos de mayor demanda son: frutilla (25%), grosella negra (17%), frambuesa (15%), damasco (11%), ciruela (8%). Con relación a los agrios la escala es la siguiente; naranja (75%), limón (12%), lima (8%), etc. Las firmas Robertson Foods, Cadbury - Typhoo, Cooperative Wholesalers Society controlan aproximadamente el 75% del mercado. La producción en 1976 alcanzó a 182.000 toneladas -mientras que en 1972 llegaba a 172.000 toneladas.

- Países Bajos: Los Países Bajos constituyen el segundo consumidor más importante de mermeladas. Esta opinión se ve reforzada por el hecho de que el 87,5% de la fruta destinada a la industrialización es empleada en la elaboración de mermeladas y confituras. No solamente son importantes consumidores, sino también los principales exportadores en los que a esta materia se refiere, del Mercado Común. De las 70 compañías neerlandesas que había en 1975, sólo 10 son las que dominan el mercado y las variedades de relevancia en cuanto a líneas de producción se refiere no se acaba con las mermeladas y jaleas, sino que se extiende hasta las compotas y las confituras de manzanas (Appelstroop).

Existen dos calidades de mermeladas y confituras; para la elaboración de la primer calidad se emplea sólo una sola fruta con un bajo contenido de azúcar. Está prohibido el colorante (salvo para el caso de la mermelada de frutilla) y cualquier tipo de conservador. En la fabricación de la segunda calidad (denominada también doméstica) se emplean dos frutas, una, que aparece en el nombre de la etiqueta y la otra, que va en mayor cantidad que es la manzana, contiene proporciones normales de pectina, azúcar o glucosa. La escala de preferencia es la siguiente: manzana, frutilla, damasco, cereza, naranja dulce, naranja amarga, moras, ananá, etc.



- Canadá: Fuentes comerciales estiman que la producción anual de mermeladas en Canadá alcanza a un promedio de 50.000 toneladas anuales. Los gustos de mayor movimiento son: frutilla (50%), frambuesa, arándano, cereza, manzana, durazno, ananás. Existen tres tipos de mermeladas. Un primer tipo está constituido por una sola fruta que le da el nombre cuya proporción no debe ser inferior al 52%. Otro, con agregado de pectina que debe contener no menos de 27% de la fruta que le da el nombre y, finalmente el último constituido por la fruta que le da el nombre -no menos del 12,5%- más el agregado de no menos del 20% de pulpa de manzana o ruibarbo.
- Japón: El mercado japonés es un ámbito apropiado para la colocación de mermeladas dietéticas, es decir aquellas que se elaboran con un muy bajo contenido de azúcar. Sólo en 1976 representó el 10% de las ventas. Los gustos preferidos son: frutilla (43%), naranja (13,6%), durazno (7,7%). El resto por otras frutas y bayas. La producción promedio durante el período 1970/78 alcanzó a 38.000 toneladas anuales. Existen tres tipos principales de mermeladas; en primer lugar la del tipo "institucional" que contiene un 30% de la fruta que le da el nombre y el 70% restante es de manzana, un segundo tipo representado por la mermelada "industrial" con sólo un 10% de la fruta que le da el nombre y el resto -90%- de manzana. En los últimos años ha aparecido la mermelada tipo "half-sweet" o sea medio dulce, que contiene una sola fruta, sin agregados y con poca cantidad de azúcar. Finalmente la mermelada de tipo "dietética" que se aludía al principio. Cuatro firmas controlan prácticamente el mercado; la Q.P. Corporation que con su marca "Blue Flag" participa aproximadamente del 20%. La Sonton Shokuhim Kogyo, marca "Sonton". La Sudo Mermelada Co. marca "Sudo" y la Alps Shokuhim Kogyo Co. Ltd. marca "Alps". El resto del mercado se reparte en 35 pequeños fabricantes aproximadamente.
- En el caso de los EEUU lamentablemente también, por ejemplo en su sistema de posición arancelaria, tanto la partida 1.533.000 "Jams, Jellies, Mazmalades, etc." (Exportaciones) como la partida 0583050 "Jams, Mazmalades, etc." (importaciones) no existe una desagregación que permita establecer cual es la relación que establece este país con el resto del mundo.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

De todo lo expuesto se deduce que la colocación de los productos analizados en el exterior parece no haber sido llevado a cabo eficientemente. De todas formas lo fundamental es dejar señalado que aunque del consumo de los productos en base a hortalizas los datos que se han conseguido no dejan de traslucir ni siquiera su importancia relativa, el hecho de que haya un mercado en base a otros productos agrícolas, es síntoma de un mercado potencial factible de absorber otros gustos, otras variedades, empleándose por supuesto, para ello, políticas de comercialización adecuadas.

6. Posibilidades del Proyecto

Por lo tanto la eventual fábrica a instalarse en la Provincia deberá contar -para lograr por lo menos su entrada normal en la industria- con factores básicos que favorecen su normal desenvolvimiento:

1. La materia prima: La variedad más importante de batata con que cuenta la Provincia es la Brasilera Blanca. Como materia prima para uso industrial no reúne las condiciones apropiadas que presenta, por ejemplo "la criolla colorada" -tanto en rendimiento, como en color. Lo mismo podría decirse con respecto al tomate. De todas las variedades con que cuenta la Provincia, la más adecuada para el uso industrial es la "marmande" ya que la Platense, Selección Platense etc., se utilizan generalmente para el consumo fresco. (6)
2. Crecimiento del salario real: La caída del consumo actual de los productos investigados (el dulce de batata y los mermeladas y jaleas) se debería más que ningún otro factor, a la disminución del poder adquisitivo de la población. Esta situación hace que en el presupuesto familiar se tenga que seleccionar el tipo de bienes en función de las necesidades prioritarias, (7)
3. Precios competitivos: Los precios competitivos no se ven tanto en los precios ofrecidos al consumidor final, entre distintas marcas o distintos canales, como en la política de competencia desarrollada por las firmas grandes para conseguirse una mayor cantidad de minoristas (almacenes, supermercados, etc) mediante descuentos importantes que se les hace (el descuento lo hacen por línea, no por producto), los plazos de pago etc.

4. Costos de Promoción y Propaganda

Por otro lado la firma tendrá que recurrir en su primer etapa de desarrollo a altos costos de comercialización identificados fundamentalmente con gastos de promoción y propaganda (no es lo mismo promocionar una nueva marca de dulce de batata, que prácticamente es una economía externa facilitada por las marcas existentes, que promocionar el dulce jalea o mermelada de melón o tomate aunque el zapallo es ampliamente conocido en almibar. El melón como dulce, mermelada o jalea prácticamente no se produce. El tomate bajo esta forma de productos es producido a escala industrial muy restrictivamente bajo la forma de mermelada).

5. Expansión de las líneas de producción:

No es por casualidad que las empresas que tienen marca conocida y las que se mantienen aún con problemas en el actual proceso recesivo son las que cuentan con varias líneas de producción (de esto no puede inferirse que no existan firmas menores que no esten trabajando, pero debe observarse que el censo económico de 1974 computaba 198 establecimientos. De ahí que no es nada extraño, que el límite de expansión en el mercado de una firma este determinado muchas veces por la cantidad de líneas con la que trabaje). Así por ejemplo:

- .Caramelos, turronec etc. (Arcor S.A. La Gioconda etc.)
- .Conserva de frutas y legumbres (La Campañola, Noel, etc.)
- .Frutas abriUantadas y glaccadas (La Gioconda, Arco de Oro)
- .Biscochos, galletitas, fideos (Canale)
- .Helados, Sidras (Noel)

HOJA DE REFERENCIA

- (1) Para una mayor precisión sobre el tema puede consultarse el Código Alimentario desde el Art. 807 hasta el 817.
- (2) La función más adecuada para el período 1973/79 resultó ser $C_{db} = 21.579,9 \times 1,1460366^{-t}$ siendo $r=0.78$ en donde C_{db} ; Consumo de dulce de batata, t; tiempo en donde $t = 0$; 1976. El signo negativo a la variable indicaría la tendencia decreciente registrado en el período considerado.
- (3) En los restaurantes es muy común el consumo del zapallo en almíbar. Los resultados en base a una encuesta realizada lo colocan en el cuarto lugar después del flan con crema, dulce de batata, durazno en almíbar y antes del budín de pan y la tarantella. El precio promedio en Octubre fue de \$7000 aproximadamente. "El Pibe" es una de las marcas de mayor prestigio en este segmento.
- (4) En los hoteles la marca "Apimel" parece tener una cuota importante en la participación de mermeladas. Se vende en potes de poliestireno que contienen 10 unidades de 25 gramos de distintos gustos.
- (5) En los países centrales de Europa la importancia de la repostería es de tal magnitud que las mermeladas que se fabrican se dividen en mermeladas para cocción y mermeladas para relleno.
- (6) Por orden de calidad e importancia las zonas en las que las empresas recurren habitualmente a la compra de la "criolla colorada" son: Santiago del Estero, Norte de Córdoba, San Pedro (Provincia de Buenos Aires), Mendoza, San Juan y Corrientes.
- (7) En el Informe metodológico del índice de precios al consumidor (base 1974 = 100) la mermelada fue ponderada con un valor de 0.07845 mientras que el dulce de batata llega hasta 0.12375, frente a valores tales como: pan francés (2,35533); pollo (2,00696); leche común (1,763558), vino común (2,77932), huevos (1,26486) etc.

La mayor diversificación en las líneas de producción les permite enfrentar a las fases recesivas con mayores posibilidades compensando la caída de las ventas de algunas de las líneas con las otras. Por lo tanto como la empresa conoce cual es la posición del movimiento de stocks de cada una de las líneas, le permite orientar los recursos hacia las alternativas más rentables (Dado, por ejemplo, que el puré de tomate tiene una mayor rotación que la mermelada de tomate, la gerencia de producción puede programar más convenientemente desplazando la cantidad de materia prima disponible de un producto a otro).

Finalmente analizando los aspectos señalados tal vez sería conveniente considerar los posibles efectos que podría tener sobre el nuevo tamaño de la planta la inclusión de nuevas líneas de productos. (8)

(8) Respecto a la estructura productiva y a las estrategias de comercialización de algunas de las firmas de la región conviene hacer el siguiente comentario. De las tres firmas que operan en la zona, La Alimentaria, El Chaqueño (Chaco) y Godoy (Corrientes) aunque todas manifiestan tener problemas de restricción financiera, solamente una, La Alimentaria, pese a estar sujeta a un alto endeudamiento, gracias a una modesta variedad de líneas de producción puede soportar por el momento la caída de las ventas. Otro tanto ha tenido que hacer El Chaqueño al introducir en el mercado la batata no solo como dulce sólido sino como colocado bajo la forma de bombones con nueces. También se encuentra en la gama de mermelada los gustos de mora y zanahoria. Por otro lado Godoy se empeña en derivar recursos a la elaboración de dulces y mermeladas en base a dulce específicamente regionales (sin acompañar paralelamente con una apropiada campaña de promoción) tales como el "Andai", el "Aguai", la "Guayaba". Se podría tal vez pensar en una limitación financiera, sin embargo, es una firma que ya tiene varios años de existencia. Tal vez sería conveniente en reconsiderar las líneas existentes, y ver la posibilidad de incorporar otras. El jamón en almíbar es el producto más importante de estas empresas, siendo bastante probable que Godoy tenga una participación muy importante en este mercado. Obviamente el dulce de batata y las mermeladas "standarts" constituyen una segunda línea para estas firmas. Noel, La Campañola, Canale etc. también sobre estas líneas tienen la mayor participación en el mercado. Importantes mayoristas han desistido en trabajar con otras marcas conocidas tales como Lombos, o Esnaola ya sea por incumplimiento en las entregas como la ausencia de corredores. La prueba de que la zona es un mercado en que se puede entrar a competir lo constituye el hecho de que existen otras marcas menores tales como Nelsito, Aramis, Irak, Alberio, Dulvico, Titan (Arcor).

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Exportaciones de Pures y Pastas de Frutas, compotas, jaleas y mermeladas obtenidos por cocción,
con o sin adición de azúcar - Posición 20050000 (en Th).

	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979
Puerto Rico	1.323	814	1.084	224	978			
Panamá	650				711		799	613
Guatemala	259			244				
Costa Rica	879	232	899		963	1.123		1.214
Colombia	522	372	806	322		3.951	3.991	4.664
Venezuela		627	2.085	1.564	2.063	2.049	1.066	
Brasil				159	535	1.860	1.530	1.082
España								
Japón						768		
Honduras							780	

Fuente: INDEC.

Participación de la línea de dulces, mermeladas y jales en base a hortalizas sobre la producción total (en toneladas)

AÑO	TOTAL		DULCE		TOTAL	%	TOTAL	MERMELADA			TOTAL	%	JALEA	TOTAL	TOTAL GENERAL	%		
	BAIATA	ZAPALLO	%	TOTAL				%	TOMATE	%							ZAPALLO	%
1973	62.299	37.565	60,5	402	0,9	37.967	60,9	326	0,5	242	0,4	568	0,9	38.535	61,9			
1974	47.495	24.775	52,2	350	0,7	25.125	52,9	80	0,2	12	-	92	0,2	35.217	53,1			
1975	86.759	27.074	31,2	64	-	27.138	31,3	261	0,3	21	-	282	0,3	27.420	31,6			
1976	90.776	17.647	19,0	84	-	17.731	19,5	63	-	111	0,1	174	0,2	17.905	19,7			
1977	73.380	25.567	34,8	107	0,1	25.674	35	139	0,2	135	0,2	274	0,4	25.948	35,4			
1978	32.265	9.297	28,8	177	0,5	9.497	29,4	24	-	126	0,4	150	0,5	9.624	29,8			
1979	46.247	20.622	44,6	177	0,4	20.799	45	147	0,3	407	0,9	554	1,2	21.353	46,2			

FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Ministerio de Comercio e Intereses Marítimos.

Importaciones de Pures y Pastas de Frutas, compotas, jaleas y mermeladas obtenidas por cocción, con o sin adición de azúcar - Posición 20050000 (en Tn)

	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
Sudafrica		67	-	-	-	-	-
Paraguay		-	-	-	-	-	10
Uruguay		-	-	-	45	12	-
E.E.UU.		-	-	-	8	-	-
Rusia		-	-	-	4	-	-
Brasil		-	-	-	-	21	-
Reino Unido		-	-	-	-	3	19
Perú		-	-	-	-	-	1
Total		67	-	-	57	36	30

Fuente: INDEC.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ANEXO II

Art. 807 - Código Alimentario

Art. 807 - (Dec. 113, 12/1/76.) Con la denominación genérica de Confituras, se entienden los productos obtenidos por cocción de frutas, hortalizas, o tubérculos (enteros o fraccionados), sus jugos y/o pulpas, con azúcares (azúcar invertido, jarabe de glucosa o sus mezclas), los que podrán ser reemplazados parcial o totalmente por miel.

Las materias primas y las características generales de los productos elaborados deberán cumplimentar las siguientes condiciones:

1) Las frutas, hortalizas o tubérculos deberán tener el grado de maduración adecuada, sanos, limpios, pelados o sin pelar (según corresponda), libres de pedúnculos, hojas de la misma planta o plantas extrañas u otras materias distintas al producto.

2) Las frutas estarán libres de carozo, semillas, epicarpio, partes leñosas, exceptuando los casos como el tomate, higos u otros que por sus características morfológicas y/o estructurales deban admitirse con semillas y/o piel.

3) En la elaboración de confituras no deberá utilizarse residuos de prensado o de una lixiviación previa.

4) Las confituras podrán elaborarse con pulpas de frutas, hortalizas o tubérculos y en todos los casos con el zumo que naturalmente contienen y jugos de frutas conservados por medios físicos (esterilización, congelación; quedando excluidas las radiaciones ionizantes).

5) Las pulpas de frutas con sus jugos correspondientes, así como las pulpas de tubérculos obtenidas por desintegración mecánica, ya sean crudos o cocidos, utilizados en la elaboración de las confituras que correspondan y los jugos de frutas empleados en la elaboración de jaleas, podrán preservarse con el agregado de hasta 1.500 mg/kg (1.500 p.p.m.) de ácido benzoico o su equivalente en benzoato de sodio, o de hasta 1.500 mg/kg (1.500 p.p.m.) de ácido sórbico o su equivalente en sorbato de potasio, o de una mezcla de ácido benzoico y ácido sórbico, siempre que la suma de los cocientes que resulte de dividir la cantidad a emplear por la máxima permitida no sea superior a 1.

Podrá, asimismo, utilizarse como único medio de preservación el sulfitado con hasta 2.500 mg/kg (2.500 p.p.m.) de anhídrido sulfuroso total.

Queda, asimismo, permitida la preservación por acción conjunta del anhídrido sulfuroso y ácido sórbico en tanto la suma de los cocientes que resulte de dividir la cantidad a emplear por la máxima permitida no sea superior a 1.

1.

blanco con el nombre de la esencia si fuere natural). Si la esencia fuere artificial o una mezcla con esencias naturales y/o compuestos químicos, a los lados de estas últimas, deberá consignarse en la misma forma citada, la leyenda: "Con esencia artificial de ..." o "Con sabor a..." (llenando el espacio en blanco con el nombre de la esencia o el sabor que imitan).

Podrán, asimismo, aromatizarse con vainillina, etilvainillina, canela, etcétera, en cuyo caso deberá consignarse en el rótulo la leyenda: "Con..." (llenando el espacio en blanco con el nombre de la sustancia empleada).

12) Cuando la naturaleza de la materia prima lo exija, queda permitido el agregado de ácido l-ascórbico en función de antioxidante y en cantidad no mayor de 500 mg/kg. Queda, asimismo, permitido la adición de hasta 200 mg/kg de calcio en forma de cloruro, lactato, gluconato o sus mezclas, en función de endurecedor; en ambos casos sin declaración en el rótulo.

13) La confitura elaborada no deberá presentar signos de alteración producida por agentes físicos, químicos o biológicos. Los recipientes en que se encuentren envasados serán de material bromatológicamente apto, con cierre adecuado, resistentes al proceso industrial a que puedan someterse y no deberán afectar las características propias del producto.

14) Todas las confituras deberán llevar en el rótulo o en la tapa o en la contratapa, con caracteres bien visibles e indelebles el año de elaboración.

6) Cuando en la elaboración de confituras se utilicen pulpas de frutas, tubérculos o jugos conservados por los medios químicos citados precedentemente, el producto terminado podrá contener los preservados en las siguientes cantidades:

Anhidrido sulfuroso total Máx. 100 mg/kg
Acido benzoico Máx. 600 mg/kg
Acido sórbico Máx. 600 mg/kg

7) Cuando se utilice una mezcla de ácidos sórbico y benzoico, la cantidad total de la suma de los preservadores no deberá ser superior a 600 mg/kg.

8) En los casos en que por la naturaleza del producto a elaborar resulte necesario, queda permitido (sin declaración en el rótulo) la adición de jugo de frutas cítricas o de ácidos orgánicos (cítrico, málico, tartárico, láctico, fumárico, adípico o sus mezclas, u otros que a ese mismo efecto apruebe la autoridad sanitaria nacional) en cantidad adecuada para obtener un pH óptimo.

9) (Res. M.B.S. 35, 11/1/80). Queda permitido (sin declaración en el rótulo) la adición de hasta el 10,0 por ciento de jugo y/o pulpa de manzanas ácidas u otras frutas ricas en pectina o en su defecto hasta el 0,5 por ciento de gelificantes (pectinas, agar-agar, goma arábiga, goma de espina corona, ácido alginico y sus sales alcalinas, carragenina, furcellerán, metilcelulosa, carboximetilcelulosa, celulosa microcristalina, goma garrofin y los que en el futuro apruebe la autoridad sanitaria nacional e se mismo efecto, aisladamente o en mezcla, siempre que la cantidad total no sea superior a 0,5 por ciento en el producto terminado).

El producto goma garrofin utilizado deberá responder a las características fijadas en el artículo 1398 inciso 74 del Código Alimentario Argentino.

10) En casos especiales, cuando por razones vinculadas a la naturaleza de la materia prima o la índole tecnológica lo justifique, la autoridad sanitaria competente podrá autorizar el refuerzo de la coloración de determinadas confituras (frutillas, frambuesas, moras, guindas, grosellas), con los colorantes naturales y/o sintéticos admitidos por el presente Código y en las cantidades indispensables para el fin deseado. En estos casos deberá consignarse en el rótulo, inmediatamente por debajo de la denominación con caracteres de buen tamaño, realce y visibilidad, la leyenda: "Con colorante permitido".

11) En la elaboración de confituras podrán utilizarse esencias naturales, esencias artificiales o sus mezclas. En estos casos deberá consignarse inmediatamente por debajo de la denominación con caracteres de buen tamaño, realce y visibilidad, la leyenda: "Con esencia de..." (llenando el espacio en -

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

FABRICAS ELABORADORAS DE DULCES, MERMELADAS Y JALEAS

<u>Fabricante</u>	<u>Localidad</u>
<u>Provincia de Buenos Aires</u>	
Schmitt Pedro	Mar del Plata
Leulani Ofelia Esther	Villa Libertad
Peralta Alejandro	Urdapilleta
Gerea Hugo Mario	General Lamadrid
Giolli Eleticia Altamiranda de	Dolores
Dermendieff Jorge	Junín X
Dulcería Roca	Junín X
Gallego Juan José	Bahía Blanca
Alvarez Hnos S.A.	Pineyro
Disco Jorge	Villa Dominico
Ballezzati Renato	Capital Federal
Reyes Saliva Julián	Villa Maipú
Cicalche Angel	Mar del Plata
Belliotti y	
Tereblan S.A.	
Donato Héctor Oscar	San Justo-B° Almafuerde
El Pibe S.R.L.	Capital Federal
Orcola María M. de	Lincoln
Moritan Alvarez Julio	Las Chacras
Alvarez Hermanos	Tandil
Girigliano Hnos	Marcos Paz X
Industrias Alimenticias Indal	Quilmes
Arpad	Olivos
Montiel Hnos	Rojas
Gonzalez y Fernandez S.R.L.	Villa Saenz Peña
Heimenrath Guillermo	Capital Federal

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Fabricante</u>	<u>Localidad</u>
<u>Provincia de Buenos Aires</u>	
Belchita SCA	Pehuajó
Frosan S.R.L.	San Pedro
Norte	Boulogne
Saby Abel Hugo	Villa Rebasa
Taxonera SCA	Munro
Pagano y Ablanedo	Mull
Establecimiento El Pago SAICAIC	Las Marianas
Productos DECFA S.R.L.	Coronel Brandsen ✕
Establecimiento Blason S.R.L.	San Pedro
Pindapoy S.A.	Del Viso
Adaglic Tomas	Junín
Miranda SAICA	Villa La Florida
La Fanacoa SAIC	Martínez
J.A. Esnaola e Hijos	Martínez
Alberio Hnos S.R.L.	Capital Federal
Dulcinea	Tigre
Baldo SAIC	Capital Federal
Dulces Lembor	Capital Federal
Miguel Berardi y Cía.	Capital Federal
Arco de Oro SAIGAGI Y F.	San Pedro
Clarfin SACI	Quilmes
Perez Ignacio Alejandro	La Plata
Marisol S.R.L.	Campana ✕
<u>Catamarca</u>	
Valdez Ricardo Anibal	Valle Catamarca
Sacchetti Arcenia Ocrado de	
Juárez de González María	Andalgaiá

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Fabricante</u>	<u>Localidad</u>
<u>Catamarca</u>	
Acavedo Jorge Luis	Andalgalá
Lencinas Blanca C. de	Andalgalá
Lencina Julio César	Chaquiago
Bestani Eduardo Ricardo	Chaquiago
Aguilar de Belgioano Hortensia	Chaquiago
López Luis Domingo	Fdo. Valle Catamarca
Altamirano Marcelo Carmen	Tinogasta
Trunzo Selva de	El Bañado
Rodriguez Hnos.	Chaquiago
Pascual Pedro Octavio	Villa Dolores
El Buen Gusto	Fdo. Valle Catamarca
Valdez Gustavo Francisco	Fdo. Valle Catamarca
<u>Córdoba</u>	
Malano Oscar Patricio	Morrisch
Saad y Sines Venta	Tanti
Careco Edgardo Antonio	Córdoba
José Luis Torregiani	Leones
Soabe Camilo	Villa Gral. Belgrano
Balleri Berardi	Córdoba
Garetto Sexto	Bell Ville
Daga H. Alfonso y Cía	Córdoba
Gomierato Héctor Juan	Villa María
Cooperativa Apicola Ltda	Jesús María
Bottani Juan	Jesús María
Balgorria Felipe Natalio	Colonia Tirolesa
Cocato Claro Aldo Héctor Romeo	Colonia Tirolesa
Lamas Alcides	Córdoba

<u>Fabricante</u>	<u>Localidad</u>
<u>Córdoba</u>	
Libalta Hnos y	Villa del Rosario
Romani Hugo	Villa del Rosario
Kellner Gerardo	Mina Clavero
Chiale Hnos	Leones
Chianpo Héctor Bartolome	Hernando
Caranday S.R.L.	Alicia
Garino Rene Luis	San Francisco
Marchetti y Hnos	Miraman
Sancor	Porteña
El Pecosito Ind. y Com.	Freyre
Serra José y Cía.	Bell Ville
Pedro Chavero	Córdoba
Rinaldi Andrés	Córdoba
Goy Edgar José	Villa Allende
Achad Hnos	Río Ceballos
Elena S. Vda. de Dagatti e Hijos	Freyre
<u>Estancia</u> El Rosario SAACCI Y F.	El Rosario
Riba y Farchetto	Arroyito
Caciano Avalos Hipólito	Córdoba
Serra Hnos	Bell Ville
La Noroc	Estación Caroya
Quesada Com. e Ind.SRL.	Benjamín
Arcor SAIC	Colonia Caroya
	Arroyito

Corrientes

Arias Antonio Borzatto de
Alarcon Rosa Gonzalez de

Colonia Isabel Victoria
Colonia Isabel Victoria

Fabricante

Localidad

Corrientes

Ramona Candia
Sanchez Silvano
Oddone Lino Emilio
Godoy Celia Gadea de
Citral Corrientes SRL

San Cosme
Manantiales
Bella Vista
Corrientes
Manantiales

Chaco

Bartesi Carlos Angel
Leonardo Dondero
Porcel Antonio
Gonzalez Hortencia Beccari de

Col. Benitez
Resistencia
Gral. San Martín
Resistencia

Entre Ríos

Asoc. Argentina Adventistas 7 día
Arreseigor Ernesto
Farler Oscar Domingo

Villa Gral. San Martín
Colón
Gualeguay

Formosa

Rivas Inocencio
Gonzalez Pedro

Isla Oca
Formosa

Jujuy

Est. Ind. Otito Galli y Cía.

San Salvador de Jujuy

Fabricante

Localidad

La Pampa

Morevil S.R.L.

Gral. Pico

La Rioja

Torres Dionicio Leonidas
Peralta Davila
Mercado J. Nicolás e Hijos
Bazan Orlando

Pinchas
Chilecito
Anjullón
Ciudad de La Rioja

Mendoza

Aisul SACIFA
Heras Pablo y Eloy hijo
Nassivera Carlos y Alfredo
Cazzola Isidoro e Hijos S.A.
La Colina

San Rafael
Costa de Araujo
Costa de Araujo
San Rafael
San Rafael
Rodeo de la Cruz
Gral. Alvear
Villa Centenario
Gral. Alvear
San Martín
Mendoza
Palmira

Compa la Envasadora Argentina SA
Arroyo S.A.
Opaecca S.A.
Bestani SAIC
Mañoz Mosso y Cia. SAIFAI
Noel S.A.

Misiones

Dr. Tellado Silvano

Posadas

Neuquén

Boyle Ralph Adolph

San Martín de los Andes

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Fabricante</u>	<u>Localidad</u>
<u>Río Negro</u>	
Frotta Felipe D.	El Bolsón
El Cedro SRL	El Bolsón
Frutambina SRL.	El Bolsón
Nalman	San Carlos de Bariloche
Productos Alimenticios Conservados	Gral. Roca
<u>Salta</u>	
Cosalta	Salta
Rubio Benito	Salta
Juárez Humberto	Salta
Colasso Elvo Ernando	Salta
Spaventa María C. de	Salta
Scavozzo Domingo y Nicolás	La Quena
Basykio Juan Carlos	Salta
Perez Paulino Osvaldo	Salta
<u>Santa Fe</u>	
Gagliano Josefa Rosa	Coronda
Federighi Irene P. de	Piamonte
Navarro Pedro	Venado Tuerto
Sociedad Anonima	Helvecia
Martín Eduardo A.	Villa Constitución
Carignano y Delbino	Angelica
Establecimiento Cuatro Amigos	Sta. Clara de Saguer
Cha Ancito SRL.	Chañar Ladeado
Dulces Reconquista	Reconquista

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Fabricante

Santa Fe

Dagatti Enrique
Muñoz José
Conservas Fogliatti SRL
Fadic SRL
Galegaris Pedro
Siclari Valerio Gabriel
Taberna Andres y Anselmo
Dulciveros
Dulcería La Cortada
Dulcas SRL
Fogliati Angel
Sociedad Coop. Ltda. de Agricultores
Dattilo SAI y-C
Productos RCAI SRL
Yapur Juan José
María Schil Dulces SRL
Soc. de J. Ignacio Rodriguez Soto
Macagno y Cía. SAIC y F
Bayan SACIFI
Estab. del Dulce Regional SAIC

Santiago del Estero

Martinez Cancio Roberto
DEA SAIC
Eldo Bautista Oddone
Dib Luis Antonio
Perez Carletti Hnos SACIFAI y M
Perez Carletti Hnos

Localidad

Granadero Baigorria
Rosario
Rosario
Rosario
El Trébol
Gálvez
Coronda
Oliveros
Reconquista
Rafaela
Coronda
Coronda
Coronda
Maggiolo
Tacuarenda
Coronda
Rosario
Coronda
Avellaneda
Coronda

Santiago del Estero
Fernández
Selva
Santiago del Estero
La Banda
La Banda

Fabricante

Tucumán

Medina Juan Francisco
Babot Daniel y Luis Guillermo
Ruiz Ernesto
Nougues Hnos y Cía
Olea Juan José
Palacio Gerardo Reinaldo
Relanez Manuel Onofre
Aguilar Julián Alberto
Gomez Andrés Avelino
Salazar de Escobar Isabel de Jesús
Lindon Lorenzo Ismael
Ortega Armando Adolfo

Localidad

San Miguel de Tucumán
San Miguel de Tucumán
San Miguel de Tucumán
San Miguel de Tucumán
Agua Dulce
Tosca Pozo
Esquina del Llano
Balderrama
Buena Vista Oeste
Loma Verde
San Miguel de Tucumán

ESTIMACION DEL PRECIO DE LOS PRODUCTOS ANALIZADOS

La estimación de los precios se hizo considerando por zonas de venta y no por marca ya que la misma marca tendrá diferencias significativas con distintas zonas. Así, por ejemplo, los precios de distintas marcas (excluyendo en el dulce de batata a LA GIOCONDA) tienden a homogeneizarse efectuando el cómputo por zona. Esto es evidente si se tiene en cuenta que en una zona de altos ingresos no solamente el consumidor medio de la zona puede pasar un precio mas alto, sino también el propietario de un negocio que al quile el local, debe, por ejemplo pagar un precio mas elevado. Por el mes de octubre los precios promedio por zona eran.

Producto	Envase	Zona	Canal minorista	Unidad	Precio
Dulce de batata con gusto a vainilla	Suelto	Ingresos medios	Almacen	1 kilo	10.000
			Autoservicio	1 kilo	9.500
			Almacén		11.000
Mermelada de tomate	Vidrio	Ingresos altos	Autoservicio	454 Grs	8.900
			Almacén	450 Grs	9.500
Zapallo en almíbar	Vidrio	Ingresos bajos	Autoservicio		8.900

El Consumo en las Unidades Asistenciales.

Generalmente existe dentro del presupuesto de las unidades asistenciales la cantidad de alimentos promedio que se debe asignar por cama y por año. Obviamente en el caso de mermeladas, jaleas y dulces ocurre lo mismo. Para una firma que quiere saber cual es el mercado potencial para la introducción de sus productos (considerando por supuesto la existencia de la competencia) tendrá que averiguar la cantidad de camas que posee una unidad o un sector y el consumo anual de los productos en cuestión. Por supuesto esto puede hacerse extensible a nivel regional y nacional a nivel de justificación de camas por provincia se podrá agrupar el siguiente cuadro:

REPUBLICA ARGENTINA

Posibilidades de Internación y Atención Médica

DIVISION POLITICA N° DE CAMAS POR
1000 HABITANTES

TOTAL REPUBLICA	5,6
Capital Federal	7,8
Buenos Aires	4,9
Catamarca	3,7
Córdoba	7,2
Corrientes	3,5
Chaco	3,6
Chubut	9,0
Entre Ríos	6,6
Formosa	2,9
Jujuy	8,8
La Pampa	7,1
La Rioja	4,5
Mendoza	4,7
Misiones	2,4
Neuquén	5,2
Río Negro	5,4
Salta	6,1
San Juan	3,5
San Luis	4,5
Santa Cruz	9,0
Santa Fe	5,9
Santiago del Estero	3,3
Tucumán	4,3
Tierra del Fuego	10,2

Fuente: Cámara Argentina de Especialidades Medicinales.

Respecto del consumo en los hospitales dependientes de la Municipalidad de Buenos Aires; se tiene:

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Consumo anual hospitales dependientes de la Municipalidad de Bs.As.

Dependencia Rubro	MERMELADA DE DUREZAS	ZAPALLO EN ALMIBAR	JALEA
ALVEAR	200	3.000	180
ARGERICH	300	600	80
BORDA	1.000	-	-
DURAND	140	1.600	100
ECOLOG.y SANEAMIENTO			
ELIZALDE	400	400	140
GASTROENTEROLOGIA	100	40	400
GUTIERREZ	100	2.000	240
KOCH PABELLON	100	200	40
MOYANO	1.000	3.000	-
MUNIZ	400	400	120
ONCOLOGIA	70	100	40
PENNA	60	400	60
PINEYRO	60	800	60
PIROVANO	40	300	40
QUEMADOS	100	300	40
RAMOS MEJIA	300	2.000	200
RIVADAVIA	300	2.400	50
SALUD MENTAL	20	40	-
SNATA LUCIA	200	-	100
SARDA	200	400	30
TOBAR GARCIA	200	300	20
VILEZ SANSFIELD			
Dpto. APROVISIONAMIENTO			
TOTAL	5.290	18.280	1.940

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Consumo anual hospitales - dependientes de la Municipalidad de Bs.As.

Dependencia Rubro	DULCE DE BATATA	DULCE DE MEMBRILLO	MERTELADA DE CIRUELAS
ALVEAR	2.400	2.400	400
ARGERICHI	1.000	1.000	-
BORDA	6.000	6.000	2.000
DURAND	3.000	2.200	140
ECOLOG. y SANEAMIENTO			
ELIZALDE	1.000	1.000	400
GASTROENTEROLOGIA	400	200	100
GUTIERREZ	2.000	2.000	100
KOCH FABELLON	200	400	100
MOYANO	8.000	8.000	1.000
MUNIZ	2.800	2.000	400
ONCOLOGIA	200	300	70
PENNA	600	400	60
PINEYRO	1.100	1.200	60
PIROVANO	400	400	40
QUEMADOS	400	400	100
RAMOS MEJIA	2.200	2.000	300
RIVADAVIA	3.600	3.600	-
SALUD MENTAL	20	20	20
SANTA LUCIA	400	400	200
SARDA	400	400	200
TOBAR GARCIA	500	500	200
VELEZ SANSFIELD			
Dto. APROVISIONAMIENTO			
TOTAL	36.820	34.820	4.890