

1798

34777



Trabajo presentado por el señor Richard C. Wayne, en idioma inglés, ante el Cónsul General de la República Argentina en Atlanta, Georgia, señor Juan Carlos Vignaud.

Título original: "Study of Potential Marketing of Fresh Fruits and vegetables, During the "Off-Season", within the United States, by Argentina".

Traducción: Lic. Marina Pulkrabek

H 12221
H 1222
H 41121
O 322.12) 0.1232
Z 704

ESTUDIO SOBRE LA POSIBILIDAD DE
COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ARGENTINOS EN
EL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE FRUTAS Y
HORTALIZAS FRESCAS DE CONTRA-ESTACION

PANORAMA GENERAL DE LA INDUSTRIA DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS EN LOSESTADOS UNIDOS

La industria de las frutas y hortalizas frescas de los Estados Unidos está consolidada y firmemente arraigada y se halla abastecida por millares de productores sobre bases anuales. Se trata de una industria que se mueve en base al producto y presenta grandes fluctuaciones de precios durante todo el año, en directa relación con la oferta y la demanda.

Con la llegada de la primavera, los estados de California, Texas y Florida, favorecidos por sus condiciones climáticas, comienzan a ingresar sus cosechas al mercado estival estadounidense. A medida que avanza el verano y ascienden las marcas térmicas, la producción se extiende hacia el norte y abarca todos los estados. Hacia fines del verano y la llegada del otoño la línea ascendente de la producción comienza a declinar y regresa a su punto de partida, que son los productores de Florida, Texas y California. Algunos productos, como la papa, se cultivan durante todo el año. La distribución se realiza mediante una compleja red de corredores/agentes, agentes mayoristas y encargados de compras de las grandes cadenas de almacenes. Se trata de personas muy experimentadas y aviesas, y son piezas importantes dentro de la maquinaria de esta industria. La demanda y el consumo de frutas y hortalizas frescas continúan en constante aumento. Debido a los factores nutricionales, el crecimiento del mercado de hortalizas en fresco es mucho mayor que el de procesados. Mientras se están produciendo grandes cambios en lo referente a esta demanda, tales como las cada vez mayores exigencias respecto a la calidad e inocuidad de los alimentos, no ocurre lo mismo con la innovación y los nuevos usos del producto en fresco, los que se encuentran en sus primeras fases de desarrollo.

Como en ciertas épocas del año se producen excesos de producción, los pro-

ductores estadounidenses emprenden la exportación a todo el mundo. Y, al mismo tiempo, aparecen "ventanas de oportunidad" abiertas por los consumidores para la importación de frutas y hortalizas frescas al mercado estadounidense. Esto ocurre en el mercado invernal, cuando una reducida cantidad de productores no alcanza a satisfacer la demanda. Ejemplos de estas ventanas los constituyen el kiwi de Nueva Zelanda y las uvas de Chile.

Las reglamentaciones gubernamentales, con inspecciones y aranceles, así como los controles que ejercen los grupos de productores sobre los mercados, le otorgan a esta industria una gran complejidad, y al mismo tiempo, la hacen parecer inaccesible a los exportadores extranjeros. De hecho, estos factores se pueden utilizar de tal manera que actúen como barreras de contención y como mecanismos para reducir los riesgos por parte de los nuevos proveedores. Un ejemplo sería el empleo de la amplísima información estadística y de los consecuentes resúmenes informativos que elabora el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA).

Existen antecedentes de esfuerzos cooperativos por parte de los productores, realizados con el objeto de obtener suministros e insumos a precios más ventajosos y para realizar la comercialización bajo el régimen cooperativo. Mientras la industria agraria está prácticamente exenta de la legislación antimonopólica, estas cooperativas, así como una importante cantidad de productores de determinadas regiones, realizaron varios intentos cooperativistas para proteger mercados por medio de los denominados "convenios de comercialización" que administra el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Se han incrementado los adelantos tecnológicos en la producción de frutas y hortalizas frescas; sin embargo, a causa de la fragilidad del producto fresco resultante, los trabajos de cosecha y empaque requieren mucha mano de obra.

Debido a la reducida cantidad de productores invernales en los Estados Unidos, las áreas de comercialización y de promoción no despiertan mayor

interés en los productores. Sin embargo, a medida que ingresen cantidades de productos importados cada vez mayores, la comercialización y la promoción alcanzarán el mismo nivel de importancia dentro de esta industria que la calidad y el abastecimiento regular tienen en la actualidad. Debido a las enormes posibilidades disponibles y a la menor cantidad de problemas, que se pueden controlar y subsanar, el presente estudio apoya el ingreso de la Argentina al mercado estadounidense de frutas y hortalizas en fresco durante la estación invernal (la que abarca el período comprendido entre octubre y mayo).

Donde el clima constituye un factor fundamental en la etapa productiva de esta industria, que es decididamente incontrolable, el riesgo que representa es compartido por todos los que intervienen en ella. Esta industria ofrece a los productores la oportunidad de aumentar sus ingresos así como la posibilidad de desarrollar sus habilidades empresarias. Para aprovechar estas oportunidades se necesitará de un esfuerzo concertado y coordinado, con una sólida estructura de estudios de investigación y desarrollo tendientes a reducir los riesgos.

Aunque el tema transporte constituye una evidente preocupación para un mercado tan distante como el de la Argentina, en mi opinión, basada en los éxitos de Chile con las uvas y por otro lado, de la identificación específica de comercialización, el transporte y el despacho representarán una preocupación, mas no un obstáculo.

El presente estudio abarca el mercado de frutas y hortalizas frescas, pero en la actualidad se están produciendo y probando importantes subproductos que son temas de estudios emparentados con el presente proyecto.

LA INDUSTRIA DE LAS FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCASA. Demanda1. Demanda general/específica del mercado en su relación con la decisión de compra

El consumo per cápita de hortalizas frescas de los Estados Unidos, aumentó desde 1980 de 36,5 kg por persona a 45,50 kg en 1988. Dicho aumento representa un crecimiento del 24,6% en ocho temporadas.

Los cítricos frescos se consumieron a razón de 11,33 kg en 1981, y en 1988 se ubicaron en 12 kg. Dicho aumento representa un incremento en el consumo de cítricos frescos del orden del 8,3%.

El consumo de frutas frescas no cítricas alcanzó en 1980 los 27,70kg per cápita y en 1988 los 31,95 kg. Estos valores indican un crecimiento del consumo per cápita de frutas frescas no cítricas del 15,3% en las últimas ocho estaciones. (Ver Cuadros 1, 2 y 3).

La producción de frutas no cítricas de los Estados Unidos destinada al mercado en fresco alcanzó en 1987 las 5.573.000 toneladas, comparadas con las 4.941.000 de 1986. La producción de cítricos frescos en 1986/87 fue de 4.039.000 tn y en la temporada 1988/89 de 4.128.000. La producción local estadounidense de diez verduras frescas seleccionadas y de melones se ubicó en 11.450.000 tm en 1986, y aumentó a 12.486.500 tn en 1988. Estas cifras de la producción de frutas no cítricas, cítricos y hortalizas seleccionadas destinados al mercado de productos en fresco indican incrementos de un 12,8%, 2,2% y 9,1%, respectivamente.

Los Cuadros 4 y 5 muestran los cambios registrados en la producción entre 1980 y 1988. En estos períodos la producción de cítricos de los Estados

Unidos bajó un 22,8%, la de frutas no cítricas aumentó un 0,7% y la de hortalizas destinadas al mercado de productos en fresco se incrementó en un 32,5%.

De acuerdo con las estadísticas publicadas en "The Foreign Agricultural Trade of the United States" (Comercio Agrícola Exterior de los Estados Unidos) bajo el rubro "Frutas, Nueces y Hortalizas, excepto Jugos", las importaciones a los Estados Unidos para esta categoría se incrementaron entre 1980 y 1987 en un 63,4%. La importación de verduras, las específicamente destinadas al mercado de productos en fresco de los Estados Unidos, superó los 1,04 millones de kg de 1980, con un volumen registrado en 1988 de 1,4 millones de kg, lo que representa un aumento del 40,6%. (Cuadro 6).

Se espera un incremento en la importación de hortalizas de los Estados Unidos de aproximadamente un 5% en 1989 que significaría un nivel record.

Las exportaciones de Estados Unidos en el rubro de hortalizas frescas totalizaron en 1980 0,58 millones de kg, mientras que en 1988 se ubicaron en los 0,59 millones de kg, con un incremento del 2,5%.

Las exportaciones de frutas y nueces, tanto frescas como procesadas, se indican a continuación: de 1981 a 1985 un promedio de 5.477 toneladas métricas; en 1988, 5.497 toneladas métricas, con un crecimiento en este lapso del 0,4%.

Resulta evidente que la demanda de frutas y hortalizas frescas continúa en crecimiento, que trae consigo un aumento en el suministro de productos tanto de origen estadounidense como del importado.

En lo referente al consumidor, en cuanto a salud y nutrición se refiere, se han incrementado en forma espectacular sus demandas de productos naturales y sanos, representados por frutas y hortalizas. El consumidor es-

tadounidense también ha generado la aparición de bares donde se sirven ensaladas de frutas y verduras frescas; en la actualidad, esta opción abarca muchas de las cadenas de locales de comidas rápidas de los Estados Unidos. Este cambio en la actitud del consumidor también se manifiesta en su creciente preocupación acerca de la inocuidad de sus alimentos. Está ejerciendo una presión cada vez mayor sobre las autoridades competentes con el objeto de asegurarse de que los alimentos que ingresan al mercado estadounidense respondan a las normas de calidad establecidas. Al mismo tiempo, exige que se reduzca al mínimo indispensable el uso de pesticidas en productos frescos, tanto nacionales como importados. Dichas exigencias han originado además un creciente abastecimiento de hortalizas frescas orgánicas, el que actualmente representa sólo una pequeña parte de la producción.

2. Estacionalidad

Mientras existen algunos productos específicos que se comercializan en los Estados Unidos, que no se hallan incluidos en las categorías generales, las que se mencionan a continuación son estaciones completas para las frutas producidas en los Estados Unidos. La estación para la comercialización de cítricos está comprendida entre el 15 de octubre y el 1º de mayo. La producción de hortalizas y la consecuente comercialización se efectúa entre los meses de junio y octubre. La producción y comercialización de hortalizas frescas abarca el período de noviembre a mayo y las llevan a cabo los estados de Florida, Texas del Sur y California. Las frutas no cítricas se comercializan durante todo el año. A continuación se detallan algunos ejemplos de la comercialización de frutas no cítricas:

Manzanas de Washington y Oregón	Del 1° de agosto al 31 de julio (todo el año)
Damascos frescos	Entre el 25 de mayo y el 20 de agosto
Paltas de Florida	Entre el 20 de junio y el 28 de febrero
Guindas frescas	De mayo a agosto
Uvas frescas de California	Del 25 de mayo al 30 de abril (todo el año)
Uvas frescas de Arizona	Del 5 de junio al 15 de julio, y de todos los demás estados se comercializan del 10 de julio al 31 de octubre
Kiwi	Del 1° de noviembre al 30 de abril
Pelones	Del 10 de junio al 31 de agosto
Duraznos frescos	De mayo a setiembre
Peras frescas de California	Del 1° de julio al 30 de abril
Peras frescas de Washington y Oregón	Del 10 de agosto al 31 de mayo
Ciruelas frescas de California	25 de mayo al 30 de setiembre
Ciruelas frescas	10 de agosto al 20 de octubre

La producción estadounidense de frutas y verduras durante los meses de verano abarca prácticamente todos los estados. Se puede afirmar que la producción de frutas y hortalizas frescas en los Estados Unidos se halla limitada a los estados de Florida, Texas, Arizona, California, Washington y Oregón.

Mientras el consumidor estadounidense manifiesta deseos cada vez mayores de contar con frutas y hortalizas frescas en todos los meses del año, las condiciones climáticas limitan su disponibilidad al período octubre/mayo. La importación de estos productos de regiones con climas propicios, permitirá satisfacer las demandas de ese consumidor. Es esta demanda invernal (octubre a mayo) la que originó el incremento en la importación de fru-

tas, nueces y hortalizas ya mencionado: 63,4% entre 1982 y 1987. Además, las importaciones de hortalizas frescas solamente experimentaron un aumento del 40,6% entre 1980 y 1988. De los 71 productos que aparecen en el Cuadro 7, el 76% del volumen total de frutas y hortalizas importadas a los Estados Unidos corresponde al período octubre-mayo.

El análisis de los productos frescos que ingresaron a los Estados Unidos en 1988 y su clasificación según términos mensuales, arrojan los siguientes resultados en lo referente a mayores volúmenes de importación por categoría:

Cítricos	octubre a mayo
No-cítricos	enero a julio
Melones	enero a mayo
Hortalizas	noviembre a mayo

Siempre en relación al producto en fresco.

3. Precios

El precio ocupa el segundo lugar en términos de decisión de compra, el primero le corresponde a la calidad. Tal como ocurre con la mayoría de los productos, el precio es directamente proporcional, o en directa relación entre la oferta y la demanda. Si existe gran demanda cuando es baja la oferta, el precio será elevado. Si es baja la demanda y la oferta mayor, los precios serán bajos.

El precio productor de las frutas y hortalizas frescas marca una tendencia ascendente. El índice del precio productor correspondiente al precio promedio de frutas frescas se incrementó entre 1980 y 1988 en un 12,5%. (Ver Cuadro 8).

El índice anual de los precios promedio de hortalizas frescas al productor

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

se incrementó en el período 1985-1988 en un 11,9% (Cuadro 9). El mismo cuadro que muestra también una compilación de índices de precios proporcionados por los productores de hortalizas frescas (1985 a 1988), arroja los siguientes resultados referentes a los precios mensuales más altos. Estos cálculos resultan en la siguiente secuencia de precios, del más alto al más bajo, sobre base mensual: noviembre, diciembre, enero, marzo, abril, agosto, febrero, setiembre, mayo, julio, octubre y junio.

El Cuadro 10 muestra los índices de precios al consumidor para fruta fresca, sobre base trimestral. El mismo cálculo arroja los siguientes resultados para fruta fresca durante los años 1986-1988. Los precios más altos que pagó el consumidor correspondieron al tercer trimestre del año (julio, agosto y setiembre), en segundo lugar se ubica el trimestre marzo, abril, mayo, seguido por el cuarto trimestre (octubre, noviembre, diciembre), y finalmente, los precios más bajos corresponden a los meses de enero, febrero y marzo. Es importante observar que debido a las variaciones de estacionalidad y de abastecimiento de varias de las frutas cítricas y no cítricas, los precios de estos productos fluctúan en diversas épocas del año.

Los precios de los diversos productos se tratarán más adelante, sin embargo, puede resultar interesante adelantar un breve comentario sobre el tema precios dentro de esta industria. En la misma, la determinación de "ventanas de oportunidades" (cuando la demanda es grande y la oferta poca o en baja) constituye un factor de fundamental importancia. Es durante estas ventanas de oportunidad cuando se registran los mayores aumentos en los precios (es decir, potencial de ganancias). En un mercado regido directamente por la oferta y la demanda, a medida que aumenta la oferta, el productor aceptará el precio que fije el mercado. Sin embargo, en las épocas de poca oferta, el productor exigirá el precio máximo que pue-

da soportar el mercado. (El comentario anterior no implica una estafa en materia de precios, sino que surge como lógica consecuencia del impacto económico de la ley de la oferta y la demanda).

B. Determinación del tamaño del mercado actual y potencial

1. Existe una gran cantidad de datos y de cifras referentes a esta industria (publicados especialmente por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos). Pero también son numerosos los métodos de su procesamiento y los estudios comparativos, con lo cual la determinación del tamaño del mercado, tanto en lo referente a la cantidad del producto como a su calidad, se convierte en una tarea tremenda. El ajuste de las cifras correspondientes a frutas y hortalizas seleccionadas (tanto nacionales como importadas) con las correspondientes a la producción total real de frutas cítricas y no cítricas y de hortalizas seleccionadas, nacionales e importadas), arrojó en 1988 un total de 45,5 millones de toneladas, con un valor de 18,47 mil millones de dólares (la producción de los EE.UU. incluye el producto procesado). La importación de frutas y hortalizas frescas seleccionadas representó un 11,4% de la cantidad y un 11% del valor. La suma de estos valores de importación con la información correspondiente al despacho a los Estados Unidos de frutas y hortalizas frescas en 1988 arroja un total de 6,5 millones de toneladas de frutas y hortalizas frescas importadas con un valor de 2,5 mil millones de dólares. El empleo de estadísticas de embarques mensuales nos permitió determinar que el 76% de estos embarques del exterior ingresaron al país entre octubre y mayo. Este cálculo adicional da como resultado un total para el mercado de frutas frescas, cítricas y no cítricas, y de hortalizas frescas importadas, durante el período de contraestación en los Estados Unidos (octubre a mayo), de 4,94 millones de toneladas y 1,93 mil millones de dólares.

La aplicación del Cuadro 7 y el nuevo cálculo de estos productos ubicados

en las categorías de cítricos, no cítricos, melones y hortalizas, con exclusión de la banana, la cantidad total de la categoría de frutas y hortalizas frescas que se importaron durante los meses de octubre a mayo es de 2,7 millones de toneladas. Sobre este peso total, se calcula el correspondiente a cada categoría y su porcentaje.

CATEGORIA	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
Cítricos	4,2 %
Melones	14,5 %
No cítricos	25,9 %
Hortalizas	55,4 %

De acuerdo con los datos publicados en "Foreign Agricultural Trade of the United States" (FATUS) (Comercio Agrícola Exterior de los Estados Unidos), la categoría de "frutas, nueces y hortalizas frescas (sin incluir jugos)" registró un incremento del 56,4% en el lapso 1981/82 a 1986/87. Dicho valor representa un incremento promedio del 11,3%, para las cinco campañas.

C. Análisis de los competidores

1. Identificación y participación en el mercado

El Cuadro 11 muestra el total de lo importado en materia agrícola durante la campaña 1986/87, con un monto de 20,6 mil millones de dólares. De este total, a la categoría "frutas, nueces y hortalizas (sin incluir jugos)" le correspondieron 2,9 mil millones de dólares. En el cuadro aparecen, en esta categoría, los países que tienen significativo interés para nosotros, ordenados por toneladas métricas importadas y volumen en dólares, así como el porcentaje sobre el total de "frutas, nueces y hortalizas".

El Cuadro 12 muestra el mercado total de frutas, hortalizas y melones fres-

cos de los Estados Unidos de octubre a mayo. Esta información es compilada a partir de datos de embarques efectuados en 1988. Es de particular interés para nosotros en este cuadro el hecho de que durante la temporada octubre-mayo, las importaciones de productos frescos representan un 12,6% por peso, mientras que la producción estadounidense participa con un 87,4%.

Los principales estados productores y países exportadores están representados por pesos y porcentajes de participación en el mercado. El Cuadro 13 contiene el listado de los principales productores de frutas, hortalizas y melones frescos que abastecen el mercado de Estados Unidos de octubre a mayo. Esta información está compilada y basada en cifras correspondientes a 1988 por el peso real de embarque. A fin de simplificar y organizar la información de los Cuadros 11 y 12, el número 13 no incluye aquellos proveedores que suministran principalmente bananas y otros productos que no son relevantes a los fines de este estudio. Los productores de Estados Unidos que se dedican especialmente a cultivos tales como la lechuga, papa, cebolla y manzana, tampoco fueron incluidos. A continuación se indican los productores que sirven nuestro mercado de frutas y verduras durante el período octubre a mayo en los Estados Unidos.

<u>Productor</u>	<u>Participación en el mercado, por peso</u>
California	28,5 %
Florida	16,0 %
México	7,2 %
Texas	3,8 %
Chile	2,0 %
República Dominicana	0,2 %
Honduras	0,2 %
Argentina	0,05%

Las importaciones desde México se detallan en el Cuadro 14, y se indican

por producto, mes de importación a los EE.UU., y por peso. Las que ofrecen mayor interés son las principales categorías de los productos importados de México, que son las siguientes:

México Cuadro 14

Melones cantalupenses	Pepinos
Ajos	Uvas
Limas	Ajíes
Cebolla (deshidratada y fresca)	Zapallo
Tomates	Sandías

El listado de importaciones de México incluye además una amplia gama de hortalizas.

El Cuadro 15 muestra los productos chilenos para el mercado estadounidense. A continuación se indican los más significativos:

C 15 Chile

Manzanas	Uvas
(Duraznos	Peras
Ciruelas	

La producción de Chile se ubica en las siguientes categorías:

	Volumen en kg
Cítricos	952.560
No cítricos	382.288.376
Hortalizas	5.760.720
Melones	2.268.000

Resulta evidente que el principal grupo de la producción de Chile es el de las frutas no cítricas, seguidas por las hortalizas, melones y cítricos.

La República Dominicana (Cuadro 16) produce principalmente:

(Melones cantalupenses
Frutas tropicales y hortalizas
Ananás

En menor escala, también produce paltas, naranjas, ajíes y tomates.

Honduras, Cuadro 17, además de su significativa producción de bananas, que hemos incluido, produce un volumen importante de melones cantalupenses, plátanos y zapallo.

El Cuadro 18 ilustra la participación de la Argentina en cada producto. La parte que le corresponde a la Argentina del total de importaciones es muy pequeña, y los productos de mayor importancia son manzanas, ajo y peras.

2. Técnicas empleadas en la producción y magnitud de la mano de obra requerida

La industria agrícola ha incrementado sus requerimientos tecnológicos en el ramo de los productos en fresco, sin embargo, la propia naturaleza del producto requiere de la labor manual en la cosecha y empaque. Mientras la calidad y condiciones del producto constituyen factores de suma importancia, los adelantos tecnológicos en estas etapas de la producción no pudieron aún superar los problemas de machucaduras y golpes. Por este motivo, la cosecha y el embalaje requieren mano de obra extremadamente intensiva. La satisfacción de estas necesidades en el mercado de los Estados Unidos sigue dependiendo de la mano de obra migratoria.

3. Consideraciones acerca de la calidad

Las exigencias del mercado estadounidense respecto a las frutas y hortalizas son las de óptima calidad. Si bien las condiciones climáticas pueden determinar esporádicamente una disminución en la calidad de toda la pro-

ducción, no se permite el ingreso al mercado a ningún productor que pretenda ofrecer mercadería de una calidad que no se ajuste a las normas de máxima calidad aceptadas en ese momento. Aunque existen distintos grados dentro de las pautas de óptima calidad para diversos productos, las características de abastecimiento de esta industria y las exigencias del consumidor norteamericano, requieren la máxima calidad y condición de los productos alimentarios.

La industria agrícola separa la calidad de la condición del producto. La calidad por lo general se mide por el tamaño, color, forma, textura, limpieza y falta de defectos de la fruta, que naturalmente inciden en su comercialización. El aspecto relacionado con la condición se asocia normalmente con el grado de madurez, de podredumbre, afectación por heladas, si el producto está machucado, golpeado o fofo, y a cualquier otro tipo de deterioro que sufre el mismo una vez finalizada la cosecha.

4. Técnicas actuales de distribución y marketing

a. Distribución

Existe una creencia generalizada respecto al mercado estadounidense de frutas y hortalizas frescas en el sentido de que éste consiste en cadenas de grandes almacenes, los encargados de compras institucionales tales como militares y hospitalarias y en un grado mucho menor en consumidores particulares y pequeños comercios. En la actualidad se tiene la impresión de que las cadenas de grandes almacenes representan un 60% del mercado y los encargados de compras de instituciones, un 40%. Estos compradores se abastecen a través de una cadena de distribución bastante compleja. La integran importadores, corredores, mayoristas, agentes y compradores directos. Uno de los problemas que se presentan en el suministro de la información ya mencionada, consiste en el hecho de que las cadenas de grandes almacenes pueden recurrir directamente a los productores para su

abastecimiento, pero en otras oportunidades compran a través de corredores, y a veces , lo hacen exclusivamente por medio de éstos. Por otro lado, los mayoristas pueden haber efectuado sus compras de los corredores antes de que éstos hayan entregado la mercadería a los encargados de compras de las instituciones de las cadenas de almacenes.

Existen indicios de que esta cadena de distribución tiende a acortarse. A medida que mayor cantidad de cadenas de almacenes, y de encargados de compras para instituciones, comiencen a obviar ciertas etapas intermedias de mayoristas y/o corredores para comprar directamente a los productores, a través de un solo corredor o mayorista, la cadena de distribución seguirá acortándose.

Un reciente informe, 1989, sobre la entrada de mercaderías en las cadenas de almacenes, muestra los porcentajes del producto entregado directamente a las cadenas en 19 importantes puntos de distribución agrícola de los Estados Unidos. El porcentaje correspondiente al período 1987-1989 aumentó de un 27% a un 33%. La segunda parte del Cuadro 19 muestra los productos específicos que ingresaron a dichos mercados y los porcentajes respecto al ingreso total. Por ejemplo, en el momento en que se realizó el estudio, las uvas representaron un 2% del total del producto fresco entregado. Del total de uvas el 36% se destinó directamente a las cadenas de almacenes, mientras el 64% se entregó en otros puntos de distribución, tales como mayoristas, agentes e instituciones.

Una entrevista con la cadena de grandes almacenes Kroger, la más importante del sudeste del país, permitió establecer que, si bien efectuaban sus compras a través de un agente, el mismo era, en realidad, un subsidiario de Kroger. Dicho comprador manifestó que recurren también a agentes externos y mayoristas para completar la satisfacción de sus necesidades.

Un estudio realizado a principios de la década del 80 indicó que el 40%

de los compradores mayoristas para cadenas de almacenes poseía una experiencia en el ramo de frutas y hortalizas frescas entre 31 y 40 años. Este hecho indica que el sistema de distribución así como sus integrantes se caracterizan por su experiencia y arraigo en la industria. Las interrelaciones entre corredores, mayoristas y encargados de compras institucionales y los años de experiencia, indican una vez más, un sistema de distribución perfectamente consolidado.

Robert Glover, un importador de frutas y hortalizas frescas, expresó durante una entrevista en Atlanta que el sistema de distribución satisfacía las necesidades de la industria tanto en el aspecto de receptividad como de precisión, brindaba comunicación, información y una fuente de abastecimiento confiable. La impresión general del entrevistador es que el actual sistema de distribución suministra información exacta, productos de buena calidad, abastecimiento continuo y servicio confiable.

Aquellos productores que no reúnan estas características no tendrán cabida en dicho sistema de distribución. En el análisis del mercado de productos en fresco que necesita renovar la mercadería cada veinticuatro horas, la información exacta, el abastecimiento continuo, calidad confiable y la fijación de precios del mercado son factores de fundamental importancia para las personas que integran el sistema.

b. Comercialización

La comercialización se realiza a veces a través de agentes de ventas directos que representan ya sea a los productores, mayoristas o a corredores. Debido a la complejidad de esta industria, la principal preocupación del productor debe ser el adecuado rendimiento por hectárea de un producto cuya calidad lo haga apto para la comercialización. Los aspectos relacionados con el empaque adecuado, las exigencias del intrincado sistema de distribución, las reglamentaciones oficiales relacionadas con el uso de

pesticidas, aranceles y protección de los productores y consumidores, así como los esfuerzos que en materia de comercialización se deben realizar para colocar el producto ya sea al mayorista, la cadena de almacenes, o al consumidor final, forman parte de necesidades independientes.

La complejidad de dichos requerimientos, ha generado actividades cooperativas dentro de esta industria. Las funciones más conocidas de las cooperativas desde el punto de vista del comprador, consisten generalmente en ser expendedores de insumos tales como fertilizantes, pesticidas y semillas para el productor; o bien como cooperativas de comercialización con el objeto de colocar un grupo de productos de los agricultores en el proceso de distribución y de comercialización. En la actualidad muchas cooperativas abarcan los dos tipos de actividades. En 1987, el monto bruto de los productos de granja comercializados por las cooperativas de los Estados Unidos alcanzó los 50,5 mil millones de dólares. Durante el mismo año, las cooperativas operaron con frutas y hortalizas por un monto de 5,6 mil millones de dólares. Los mayores esfuerzos en materia de cooperativismo se realizaron en California con un volumen de operaciones superior a los 3 mil millones de dólares, y Florida superó con creces los mil millones de dólares.

En 1987, un total de 312 cooperativas operó con frutas y hortalizas. Estas 312 cooperativas representaron un activo de 3,5 mil millones de dólares con un volumen total de ventas de 6,2 mil millones de dólares y con un total de 64.000 miembros. La participación de las mismas en el mercado estadounidense de frutas y hortalizas fue del 23%. Algunas cooperativas tienen en realidad una participación mayor en algunos productos tales como los cítricos frescos, arándanos y paltas.

En 1987, las compras de los productores, efectuadas a través de cooperativas, incluyeron materiales de construcción, provisión de contenedores y



envases, productos agroquímicos, maquinarias y equipos, pienso, fertilizantes, combustible y semillas. El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) cuenta con un servicio independiente denominado Servicio de Cooperación Agrícola, de éste depende la "División de Comercialización de Frutas y Hortalizas" (Fruits and Vegetable Marketing Division).

Una de las características más significativas de la producción cooperativa es su capacidad de coordinar la producción con la cosecha, a fin de compatibilizar con las necesidades y oportunidades del mercado. Los ahorros que se obtienen con compras en grandes cantidades efectuadas por las cooperativas para sus integrantes, resultan en grandes beneficios para los productores más pequeños. Al mismo tiempo, la organización de mayor cantidad de productos destinados al mercado, permite a las cooperativas satisfacer las demandas de los compradores más importantes. Muchas cooperativas se forman específicamente para empaquetar el producto fresco: Un número reducido de cooperativas tiene socios productores en países extranjeros, principalmente en México y Chile. Estas son las típicas cooperativas de frutas frescas de California. Además, muchas cooperativas realizan la clasificación e inspección propiamente dichas de las frutas y hortalizas en el sitio del mercado, antes de la intervención de las autoridades pertinentes.

5. Competidores arraigados. Exitos y fracasos

México es, sin lugar a dudas, el principal exportador para el mercado estadounidense de frutas y hortalizas frescas durante el período de octubre a mayo. La única gran ventaja que tiene México consiste en el costo más bajo de mano de obra en comparación con las tasas de los Estados Unidos. Sin embargo, los costos de los fertilizantes, productos químicos importados, cajas de cartón y semillas son elevados, ya que en México son productos de importación. Otro factor importante que otorga ventaja a México,

sobre todo frente a Florida, está dado por el aumento del valor de la tierra que ejerce una considerable presión económica hacia formas más rentables del uso de la misma.

La mayor parte de la producción de México, en el rubro de hortalizas frescas de invierno, proviene del Estado de Sinaloa. Mientras la mayoría de las plantas empaquetadoras de Florida representan a numerosos productores, la mayoría de los agricultores mexicanos empacan sus propios productos y los colocan a sus clientes individuales. Existe una considerable asociación entre el productor mexicano y los distribuidores del lado estadounidense de la frontera. Aproximadamente el 60% de los distribuidores de la zona fronteriza están asociados con uno o más productores mexicanos. Estos representan casi el 60% de la producción total de México. Allí, la producción y el marketing de hortalizas frescas para exportación se canaliza a través de federaciones cooperativas estatales y nacionales. El cultivo de hortalizas en terreno irrigado está reglamentado por el gobierno en base a las recomendaciones del CAADES y la Unión Nacional de Productores de Hortalizas (UNPH), la que también controla la cantidad y calidad de las hortalizas exportadas. En las épocas de precios bajos, la UNPH comúnmente eleva las exigencias de calidad que limitan la oferta y promueven un alza de precios. Aproximadamente el 21% de la producción mexicana que entra en los Estados Unidos consiste en tomates en perfecto estado de maduración. Este es un rubro muy exitoso para los productores mexicanos, ya que los tomates que se cultivan en Florida son básicamente verdes. La principal ventaja que posee México tanto sobre Florida como California la constituye su clima, ya que los daños que se pueden atribuir a este factor, tales como los causados por las heladas, se reducen al mínimo. Los daños ocasionados por las heladas en Florida en 1985, durante el mes de enero, se tradujeron en una caída del 54% en los embarques de hortalizas frescas. En ese mismo período, los embarques de hortalizas

frescas de invierno mexicanas experimentaron un incremento del orden del 30%. Asimismo, la participación que tuvo México en el mercado estadounidense en la temporada enero/marzo, fue de un 76%.

El crecimiento de México dentro de los Estados Unidos en el rubro "Frutas, Nueces y Hortalizas (excepto jugos)" se incrementó en un 25,6% entre las campañas 1981/82 y 1986/87. La participación actual de México, por peso, en el mercado invernal estadounidense es del orden de un 7,2%.

A Florida le correspondió por peso, en 1988, el 16% sobre el total del mercado de frutas y hortalizas frescas de invierno. Dicho estado es el principal proveedor de hortalizas frescas de invierno del este de los Estados Unidos, mientras el oeste se halla bajo la influencia de México. La zona de mayor producción de hortalizas es Florida del Sur, mientras el cultivo de cítricos se extiende más al norte. En ambas áreas caen heladas durante las épocas invernales, lo que tradicionalmente constituyó la principal desventaja de Florida. El avance de la urbanización en dicho estado, es motivo de preocupación, debido al aumento del valor de la tierra que acarrea, que repercute en el costo del cultivo del producto fresco. A este problema se agregan otros de extrema gravedad: disminución en la provisión de agua potable y aumento en los costos de mano de obra.

Las ventajas más importantes que tiene Florida son los esfuerzos coordinados y concertados que realiza en la aplicación de adelantos tecnológicos a la industria y los mayores rendimientos que se obtienen por hectárea. Los logros obtenidos hasta este momento hacen suponer que a medida que continúe la urbanización, Florida se verá en la necesidad de continuar este proceso que se mueve en base a la eficiencia.

En la actualidad, la presencia de Texas en el mercado invernal de frutas y hortalizas frescas es de un 3,8%. Sus productos más importantes de esta

temporada son los ajíes, las naranjas, lechuga, verdura de hoja, pomelos, pepinos, apio y repollo.

Mientras California está pasando por situaciones parecidas a las de Texas, crecimiento urbano y valor de la tierra, su presencia en el mercado invernal de frutas y verduras frescas es de un 28,5%. Su principal producción, durante el invierno, se indica a continuación:

Zanahoria	Naranja
Papa	Brócoli
Apio	Limón
Lechuga	Manzana
Alcaucil	Palta
Uva (principalmente de mesa)	

El éxito más importante de California en este mercado podría atribuirse al hecho de que 97 de sus 312 cooperativas tienen su sede central en el estado del mismo nombre. Como ya se señaló, esas 97 cooperativas representan más de 3 mil millones de dólares anuales en ventas de frutas y hortalizas.

La República Dominicana, entre las campañas 81/82 y 86/87 incrementó sus exportaciones de frutas, nueces y hortalizas a los Estados Unidos en un 55%. Este país, al igual que la Argentina, México y Honduras se encuentra en la lista de países en vías de desarrollo beneficiados con el Régimen Generalizado de Preferencias (Generalized System of Preferences (GSP)). Dicho régimen otorga una reducción en los aranceles de ciertos productos durante un tiempo determinado. Los tres grandes productos de la República Dominicana son: melones cantalupenses, frutas tropicales, hortalizas y ananás.

Honduras ha duplicado sus exportaciones de frutas, nueces y hortalizas a los Estados Unidos entre 1982/83 y 1986/87. Aunque el principal produc-

to que exporta a los Estados Unidos es la banana, sus envíos de melones cantalupenses -y de otras variedades-, ananás y plátanos, son también importantes. La participación de Honduras, al igual que la de la República Dominicana, en el mercado invernal de frutas y hortalizas frescas, por peso, es del 0,2%.

Chile, aun cuando no se tuviera en cuenta su significativo aporte de uvas al mercado estadounidense, estaría ocupando el segundo puesto (después de México) en el mercado invernal de frutas y hortalizas frescas importadas. Entre otros productos importantes se incluyen los duraznos y las ciruelas. El mayor éxito de Chile en materia de exportaciones lo constituyen las uvas, con un volumen de 260.321.000 kg a los EE.UU. en 1988. Las uvas chilenas, básicamente de mesa, representan el cincuenta por ciento de la producción de uvas de mesa de California. La participación chilena en este mercado es del 29%. A continuación se indican sus ventanas de comercialización de mayor concentración, para el período 86/87, por producto:

Espárragos	Del 4 de octubre al 20 de diciembre
Manzanas	Del 7 de marzo al 25 de abril
Damascos	Del 20 de diciembre al 17 de enero
Cerezas	Del 8 de noviembre al 27 de diciembre
Uvas de mesa	Del 20 de diciembre al 25 de abril
Pelones	Del 20 de diciembre al 21 de marzo
Duraznos	Del 20 de diciembre al 21 de marzo
Peras	Del 7 de febrero al 25 de abril
Ciruelas	Del 20 de diciembre al 18 de abril

La información acerca de los precios específicos de los productos chilenos, así como de los puertos de desembarque, aparece en el material de consulta que acompaña el presente estudio.

De acuerdo con el "Horticultural Products Review" del mes de marzo de 1989,

Chile ha realizado notables mejoras en el empaquetamiento y despacho de frutas y hortalizas frescas, en especial, las frutas de carozo. La producción de frutas y hortalizas en fresco se desarrolla en Chile a un ritmo más acelerado que el mercado de productos procesados. El mismo estudio señala que Chile está encarando la diversificación; a continuación, cito textualmente: "En el rubro de frutas y hortalizas frescas solamente, la cantidad de productos importados de Chile aumentó de 12 (1978) a 35 (1987). Los productos nuevos que experimentaron mayor crecimiento fueron: espárragos, limones, frutillas, kiwi y paltas. Los embarques de limones, paltas y cebolla con destino a los Estados Unidos se intensifican cuando la oferta en ese país es baja y el precio alto."

El kiwi se está convirtiendo en un producto importante para Chile. La demanda de dicha fruta en el mercado estadounidense es importante y se halla cubierta en gran medida por Nueva Zelandia. Sin embargo, Chile está en condiciones de colocar su producción en el mercado estadounidense un mes antes. La distribución detallada entre los años 1979 y 1988, por producto, cantidad y valor aparece en los Cuadros 20a y 20b. Aunque la información sobre este tema es incompleta, existen fuertes indicios de que Chile está asociado con una cooperativa de Arizona que lo representa con fines publicitarios, y todo hace suponer que dicha representación también incluye la comercialización de los productos chilenos.

En una entrevista realizada a un encargado de compras de una cadena de almacenes, se observó que la calidad de los productos que le compra a Chile, tales como uvas, pelones, ciruelas y duraznos, mejoró considerablemente. Este hecho indica que anteriormente pudieron haber existido problemas. El mismo comprador opinó también que la fruta chilena era "dura como piedra y más desabrida."

El gobierno chileno, en su afán de impulsar la industria de las frutas y hortalizas frescas, destinará 50 millones de dólares en concepto de subsi-

dios, debido a la reciente crisis desencadenada por el tema del cianuro. De acuerdo con las declaraciones del Agregado en Asuntos Agrarios de los Estados Unidos en Santiago, las inversiones en el sector frutícola chileno siguen en crecimiento, y también los productores prevén, para 1992, un incremento en la producción y las exportaciones del orden del 70%.

A continuación cito textualmente otro párrafo del "Horticultural Products Review" a fin de ilustrar los esfuerzos que está realizando Chile para expandir sus exportaciones de frutas y hortalizas: "Las autoridades fitosanitarias chilenas se encuentran negociando con Nueva Zelanda y China a fin de abrir nuevos mercados para toda su producción de fruta, y con Corea del Sur como posible receptor de uvas de mesa. Además, la República de Filipinas ya aprobó la importación de los siguientes productos chilenos: uvas de mesa, manzanas, peras, pelones, pomelos y kiwi, que hayan recibido tratamiento en frío. Se informa, además, de esfuerzos conjuntos por parte de los productores y exportadores, dirigidos hacia la diversificación del mercado exportador de Chile. A raíz de la crisis que se había producido con el hallazgo de cianuro en dos uvas de procedencia chilena, alertó al sector frutícola de ese país sobre los riesgos de seguir dependiendo exclusivamente de los Estados Unidos y de Europa para la colocación del casi 80% de su exportación total de frutas.

Una parte importante de las exportaciones chilenas a los Estados Unidos está compuesta por subproductos tales como las frutas y hortalizas procesadas. De especial interés resulta el incremento en la producción de pasas, que es un subproducto de ciertas variedades de uva. En 1984, Chile exportó a los Estados Unidos 15 toneladas métricas de pasas de uva y espera, para 1989, alcanzar las 2.423 toneladas. Este volumen es sólo superado por México, con 3.134 toneladas métricas.

La identificación de "ventanas o nichos" en el mercado es la principal herramienta de comercialización que posee esta industria. Las mismas

aparecen tanto en el macro como en el micro nivel.

Macro nivel

A medida que la producción de un determinado producto disminuye en los Estados Unidos, se abre una importante ventana para el exportador extranjero, a quien favorecen las condiciones climáticas y le permiten introducir su cosecha en ese preciso momento. Siempre que la demanda continúe, es el momento óptimo para ingresar la producción. Muy distinto sería intentar el ingreso al mercado local estadounidense antes de la época de cosecha y comercialización de un producto.

Micro nivel

El análisis de las ventanas de un mercado constituye una valiosa herramienta para incrementar la recuperación de la inversión. Dicho análisis consiste en la proyección de precios, comúnmente los de un año entero, y en el mismo gráfico la proyección correspondiente al volumen de la producción durante el mismo lapso. A título ilustrativo, remítase al gráfico 21. Tal como lo reflejan estos gráficos se proyecta el volumen y los precios del jugo de naranja durante ciertas semanas de la época de comercialización, en el presente caso, del 6 de mayo al 24 de junio. Durante la 22a. semana se produce una dramática caída en el volumen. Sin embargo, los precios suben a una velocidad aún mayor y se mantienen así hasta la semana 25a. inclusive. Desde el punto de vista del productor, el embarque de subproductos entre las semanas 22a. y 25a., representaría un importante incremento en el precio y consecuentemente, mayores márgenes de ganancia.

6. Nuevos proveedores: Requisitos y oportunidades

Un importante comprador (para las cadenas de almacenes) hizo observaciones sumamente interesantes acerca de las oportunidades que poseen los nuevos proveedores en el mercado estadounidense. En tal sentido, manifestó que,

en cuanto a él se refería, "estaría muy dispuesto a aceptar una nueva fuente de aprovisionamiento". El comentario se refería a la capacidad de contar con una nueva fuente, en las épocas de poca oferta, y en menor medida, a una mejor calidad. Si bien otros importadores y mayoristas manifestaron que la capacidad de contar con un proveedor confiable en forma continua era de fundamental importancia, también expresaron su apertura a una fuente alternativa a la de Chile, es decir, Argentina.

En vista de lo expuesto, la habilidad que demuestre el nuevo proveedor en sus contactos, y las ventas y servicios que brinde al sistema de distribución, será de fundamental importancia para su exitoso ingreso a esta industria. Aunque por lo general se considera que dicho sistema cuenta con suficientes suministros de fuentes confiables, también es cierto que están interesados en disponer de fuentes alternativas, en especial respecto a Chile.

Además de la capacidad de ofrecer continuidad en el suministro y calidad del producto, los nuevos proveedores deberán cumplir con las normas establecidas de empaquetamiento, clasificación, determinación del tamaño, limpieza y refrigeración del producto, así como de transporte del producto, a fin de satisfacer las necesidades del cliente; de menor importancia sería que pudiera entregar las cantidades adecuadas del producto. Sin embargo, sin la mencionada capacidad, el ingreso a este mercado sería difícil de imaginar, si no desde el punto de vista del consumidor, sí en virtud de nuestros propios compromisos.

La capacidad de entablar relaciones con corredores y mayoristas que poseen contactos importantes y de larga data dentro del sistema de distribución resultaría sumamente provechoso para la Argentina. Los estudios e investigaciones realizadas confirman una y otra vez que el mayorista o el corredor representan al cliente, no al productor o al proveedor. Además, el nuevo proveedor debe buscarlos, ya que ni el mayorista ni el corredor busca nuevas fuentes de aprovisionamiento. Los comentarios que anteceden

apuntan claramente a la necesidad tanto de promocionarnos como de vender nuestros productos.

7. Posibles tácticas de presión de los competidores y su análisis

En lo referente a Chile, la única medida que podría adoptar sería en relación a los importadores y proveedores con los que comercializa en la actualidad. Sin embargo, si Chile ejerciera presión en esos puntos, con toda seguridad desencadenaría una ola de sentimientos adversos (en su contra). Una actitud más positiva sería la de concertar esfuerzos para constituirse en uno de los países independientes dentro de los países en vía de desarrollo beneficiados con la reducción de aranceles, en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (GSP).

México, por su parte, puede ejercer esta clase de presión sobre todo en su relación con sus "socios" distribuidores de los Estados Unidos. Sin embargo, este hecho no sería motivo de gran preocupación debido a que la situación económica de México está mejorando, lo que le permite absorber cantidades cada vez mayores de su propia producción. De otra manera, dicha amenaza, en los mercados de occidente, se tendría que contrarrestar, con el tiempo, por medio de la creación de relaciones y el incremento de los suministros de productos.

La República Dominicana y Honduras representan, juntas, menos del 0,5% del mercado. Ambos países figuran en la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (Caribbean Basin Initiative), que los libera de ciertas restricciones arancelarias, a fin de ayudarlos a reactivar sus respectivas economías. Salvo que se produjeran acontecimientos políticos imprevistos, consideramos que ni la República Dominicana ni Honduras constituyen una amenaza para el ingreso de la Argentina a esta industria. Mas bien creería que sus mayores esfuerzos estarían dedicados a incrementar su propia participación en el mercado y la eficiencia en la producción.

California, Florida, y en menor medida Texas, ofrecen un panorama diferente. Los tres estados son productores locales de los Estados Unidos. Tanto California como Florida tienen grandes inversiones en esta industria y se caracterizan, ambos, por sus esfuerzos cooperativos. Sin embargo, en la medida en que nuestro mercado internacional continúa creciendo, la exportación sigue siendo para California y Florida un factor fundamental. Debido a sus propias preocupaciones por aumentar la eficiencia productiva, la amenaza que representan es, a corto plazo, limitada. Un motivo de preocupación a largo plazo estaría dado por los "convenios de comercialización." Este tema se tratará más adelante, por lo tanto, el único comentario que cabe en este momento es que con importantes cantidades de productores que trabajan armónicamente, los mercados pueden verse limitados por aranceles, cupos y otros gravámenes similares. Asimismo, las asociaciones a largo plazo se deberían encaminar a través de esfuerzos cooperativos con los productores de Florida y California. En efecto, si bien en un futuro lejano California y Florida reaccionarán en forma negativa y efectiva contra la industria agraria de la Argentina, ésta podrá optar por la exportación a países que presenten menos dificultades, de manera parecida a lo que Chile está emprendiendo en la actualidad.

8. Cambios previstos a corto y a largo plazo

Dentro de los cambios que se avisan dentro de esta industria indudablemente está el continuo crecimiento del comercio internacional. Preveo el ingreso de nuevos países tanto de América Central como del Sur.

La creciente preocupación en materia alimentaria por parte del mercado estadounidense, me permite suponer que el rubro de productos en fresco tendrá un auge considerable. Pero al mismo, la preocupación por la inocuidad de los alimentos exigirá tecnologías más avanzadas, tendientes a la reducción del contenido de productos químicos, así como el aumento de los

rindes y a la protección contra las plagas en la etapa de producción.

La capacidad de aumentar los rendimientos por hectárea constituye un factor clave para competir con ventajas dentro de esta industria. Un abastecedor que antes de ingresar al mercado, se familiariza con la tecnología específica del sector, dará un paso importante hacia la obtención de mayores réditos a corto y a largo plazo.

D. Reglamentación y aspectos legales

1. Importación a los Estados Unidos

Dentro del material de consulta se encuentra la "Guía Arancelaria Armonizada de los Estados Unidos" (Harmonized Tariff Schedule of the United States). Se trata de un documento legal reconocido que contiene los aranceles y derechos que gravan la importación de frutas y hortalizas a los Estados Unidos. De especial interés, en relación a los países con tratamiento preferencial, resulta la incorporación de la Argentina al Sistema Generalizado de Preferencias (GSP) y la exclusión de Chile. Reciben, además, tratamiento preferencial algunas naciones del Caribe que se encuentran amparadas por la Ley de Reactivación Económica de la Cuenca del Caribe (Caribbean Basin Economic Recovery Act). Dicha ley rige para lo que se ha dado en llamar "Iniciativa para la Cuenca del Caribe". El caso de los pepinos frescos, que aparecen en la guía arancelaria, constituyen un buen ejemplo de lo antedicho. Los aranceles generales para los pepinos que ingresaron a los Estados Unidos entre el 1° de diciembre y el último día del mes de febrero siguiente, sería de 4,9 centavos por kilogramo, y sobre los ingresados entre el 1° de marzo y el 30 de abril, de 6,6 centavos por kilogramo. Sin embargo, los países incluidos en el GSP y los de la Cuenca del Caribe están eximidos del pago de este impuesto durante los períodos mencionados. Es evidente que dichos aranceles y derechos juegan un papel fundamental en el análisis de las ventanas de oportunidad para el producto en fresco

en el mercado estadounidense.

A continuación se indican los trámites escalonados para ingresar frutas y hortalizas frescas y los organismos gubernamentales intervinientes.

1. El exportador de la Argentina deberá solicitar el permiso al Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (United States Department of Agriculture, Animal and Plant Health Inspection Service). Ver Formulario N° 22. Dicha repartición, más conocida como APHIS, notificará entonces al exportador argentino las reglamentaciones relativas a cuarentena, tratamiento previo y demás disposiciones que rigen para los productos que figuran en la solicitud. Debido a que las reglamentaciones del APHIS se modifican constantemente, la solicitud se formula sobre la base de cada producto y de cada embarque.
2. A continuación, el exportador deberá presentar ante el Servicio de Aduanas de los EE.UU. (U.S. Customs Service) un aviso de entrada, el cual notificará a la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos (United States Food and Drug Administration) (FDA) (Formulario N° 23). Dicho organismo es el responsable de controlar los contenidos permitidos de pesticidas, que establece la Agencia para la Protección del Medio Ambiente (Environmental Protection Agency) (EPA). El FDA decide, entonces, si requerirá o no una muestra del contenido del embarque a efectuarse. Si decidiera no solicitar tal muestra, notificará a la Aduana de los EE.UU. y al exportador argentino, tras lo cual, la exportación sigue su curso. En el caso de que el FDA requiriera la muestra, ésta será analizada y se enviará al exportador un aviso, ya sea "de conformidad" o "de infracción". El resultado de dicho análisis se obtiene, según el FDA, en 24 horas. Naturalmente, si el exportador argentino recibe el aviso "de conformidad" puede proseguir con

los trámites de exportación. Si lo fuera "de infracción", se siguen los procedimientos que se indican en el Cuadro 24, a fin de que el exportador pueda corregir o enmendar la infracción. Con respecto a la notificación inicial por parte del Servicio de Aduanas de los EE.UU., el material de consulta incluye copias de los formularios requeridos así como de las instrucciones, y la estimación de los aranceles correspondientes.

Dicho material de consulta incluye, además, la ley que se ocupa de las frutas y hortalizas. La página 17 resulta particularmente interesante; trata de los requisitos en materia de fumigación con bromuro de los damascos, uvas, pelones, duraznos y ciruelas chilenas. En la página 23 se especifican los requisitos que rigen para la importación de pomelos, naranjas y mandarinas de México.

Debido a la magnitud de las exportaciones de México de frutas y hortalizas a los Estados Unidos, el Departamento de Agricultura y la división de APHIS tiene designados agentes e inspectores en Chile, en forma permanente. Los gastos inherentes a estos cargos se hallan cubiertos por los productores o los despachantes. Este sistema ofrece múltiples ventajas, ya que se ocupa no sólo de las gestiones previas al despacho sino del tratamiento y de la inspección previa de los productos que ingresarán a los Estados Unidos. No dudo de que también la Argentina contará con dicho servicio.

Se incluyen además las leyes que regulan los niveles establecidos por la FDA sobre los riesgos para la salud, los aceptables y los no aceptables, así como una copia de la "Ley Federal de Drogas Usadas en Alimentos y de Cosméticos, con sus Enmiendas" (Federal Food Drug and Cosmetic Act as Amended) y de las leyes afines. En líneas generales, la función del FDA consiste en supervisar el cumplimiento de la ley a fin de "proteger la salud, inocuidad alimentaria y el presupuesto del consumidor". Dicha fun-

ción abarca temas tales como la marcación, etiquetado y adulteración del producto, y los problemas relacionados con la falta de seguridad o de salubridad en la producción.

2. Reglamentaciones adicionales

- a) Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (General Agreements on Tariff and Trade) (GATT) es un convenio internacional suscrito en 1948, por el cual se alienta a los países que no pertenecen al bloque comunista, a negociar aranceles, a resolver disputas y en general, a fijar las pautas del comercio internacional. El propósito básico de estos acuerdos es la promoción del crecimiento del comercio mundial. A medida que se avanza hacia una economía internacional, esta clase de foros adquiere una gran importancia para el comercio exterior. La participación en tales organizaciones y el apoyo de las mismas son prioridades fundamentales para los países que se dedican al comercio exterior.
- b) Convenios e instrucciones para la comercialización de frutas y hortalizas. El gobierno de los Estados Unidos ha facultado a la Secretaría de Agricultura para administrar tales convenios y pedidos así como a emitir las reglamentaciones correspondientes. Esta clase de convenios son por lo general promovidos por los productores con el objeto de proteger la industria de frutas y hortalizas. Contemplan aspectos tales como calidad, normalización de los envases o embalajes, proyectos de investigación y desarrollo, normas comerciales, precios, información sobre comercialización, inspecciones, y control del mercado. Algunos de los aspectos comunes a todos los convenios de comercialización son los siguientes:
1. Fijación de las normas mínimas de calidad.
 2. Proyectos de investigación y desarrollo para mejorar la producción.

3. Distribución.

4. Control de los volúmenes de exportación a fin de establecer un programa a corto plazo de embarques y de asignación de suministros.

Al mes de setiembre de 1989 existían 46 convenios e instrucciones para la comercialización de frutas, hortalizas y cultivos afines que abarcaban 32 productos de 33 estados. Dichos convenios e instrucciones surgen por iniciativa de los productores y se requiere la aprobación mayoritaria de por lo menos dos tercios para poder implementar el programa.

El USDA tiene la responsabilidad de controlar que estos programas cumplan con los requisitos legales y que respondan al interés general. Asimismo asegura el cumplimiento de todas las disposiciones que atañen a los pedidos de comercialización. Si bien dichos convenios e instrucciones constituyen por sí mismos, instrumentos razonables para ejercer el control de un mercado sumamente complejo, sería ingenuo ignorar que esta clase de convenios se presta para que algunos productores locales sobre todos los representados por cooperativas, los utilicen en provecho de sus intereses particulares. El material de consulta contiene instrucciones para la comercialización de papas de los EE.UU. Este producto ofrece un especial interés para esta industria debido a la gran cantidad y magnitud de productores e importadores. Dicho material proporciona además información adicional acerca de los convenios e instrucciones de comercialización. Incluye aspectos relacionados con las exigencias de calidad, tamaño, clase y punto de maduración tanto para la comercialización interna como para la de importación:

Al 1° de octubre de 1986, las instrucciones para la comercialización de mercadería importada y de la nacional abarcaron en conjunto los siguientes productos:

Tomates	Paltas
Mangos	Pomelos
Morrones verdes	Limas
Papas de Irlanda	Pepinos
Naranjas	Cebolla
Nueces	Dátiles
Berenjenas	Uvas de mesa
Pasas de uva	Aceitunas
Ciruelas	Avellanas

3. Legislación pendiente

A continuación se indican las reglamentaciones relacionadas con frutas y hortalizas, tanto a nivel federal como nacional que se hallan pendientes de aprobación:

- 1) Una modificación para ajustar el método actual del EPA para la determinación de los riesgos y beneficios de un pesticida.
- 2) La consolidación de las responsabilidades acerca de la inspección de alimentos en el USDA.
- 3) La legislación de California que exige a todos los productores que informen acerca de todos los pesticidas que utilizan en sus cultivos.
- 4) Legislación de California relacionada con normas de uso de pesticidas.
- 5) Legislación del EPA tendiente a la disminución de la cantidad y proporción de los productos químicos empleados en hortalizas.
- 6) Legislación sobre irrigación.
- 7) Legislación relacionada con la reducción de la cantidad de productos

químicos autorizados para aplicación en frutas y hortalizas.

- 8) Convenio de Libre Comercio entre Estados Unidos y Canadá, que reducirá los aranceles en un 10% durante los próximos diez años.
- 9) Una enmienda a la Ley de Productos Agrícolas Perecederos, del año 1980 que, en caso de ser sancionada, exigirá, por parte del país de origen, la marcación de los productos agrícolas perecederos importados.

Evidentemente, existe una abundante cantidad de aspectos y controles relacionados con las reglamentaciones y cuestiones legales de esta industria.

E. Formas de envase/Embarque

Antes de presentar los envases y pesos de embarque normalizados, cabe hacer algunos comentarios acerca del tamaño en su relación con el tipo de envase. Dichos comentarios corresponden a W.H. Crocker, Gerente, División de Noticias del Mercado, Sección de Frutas y Hortalizas, Servicio de Comercialización Agrícola. (W.H. Crocker, Chief Market News Branch, Fruit and Vegetable Division, Agricultural Marketing Service.) "TAMAÑO... un alto porcentaje de frutas y hortalizas se somete a una separación por tamaño, como parte del proceso de clasificación y embalaje. El tamaño incide de manera notable en el valor que tendrá en el mercado la mayoría de los productos. Cada producto en particular presenta una gran variedad de tamaños. El tamaño de la lechuga capuchina del oeste de los EE.UU., por ejemplo, se determina sobre la cantidad de unidades que caben dentro de una caja de cartón tipo las que se designan como 18s, 24s ó 30s. Con el apio se procede de manera semejante: se indica la cantidad de docenas que caben dentro de una caja de cartón tipo, por ejemplo, 2½s, 4s y 8s. El tamaño de los cítricos, las peras y de la manzanas del oeste los duraznos y otras frutas perecederas semejantes, se determina sobre la base de la cantidad de unidades que caben en un envase. En el caso de muchas frutas

perecederas del este, se procede comúnmente sobre la base del diámetro de los ejemplares de menor tamaño, o del mínimo o máximo, expresado en pulgadas, por ejemplo '2 pulg. mínimo', '2½ pulg. o más', y '2" mínimo', '2½" o más', y '2 a 3 pulg.'. Algunos productos como el tomate y ciertas frutas perecederas, generalmente se acomodan dentro del envase de una manera definida y se indican en términos de tamaño como sigue: '6x6', '3x4x5', ó 'envase de 8 hileras'. Las cebollas del este por lo general se venden en el lugar del embarque sobre la base de porcentajes de diámetros de 2 pulgadas y más, por ejemplo '70-80% de 2 pulg. y más'. ... Según las normas nacionales o estatales de los Estados Unidos que fijan las tolerancias respecto al tamaño, el término 'mínimo' se aplica sólo al tamaño más pequeño y no encierra garantía alguna en cuanto tamaños más grandes. Términos tales como 'dos pulgadas o más' y 'dos pulgadas y más grandes', significan que el diámetro mínimo no es menor que el mínimo que se indica y que no se han retirado ejemplares de mayor tamaño."

A continuación se indican algunas de las conversiones más comunes:

1 kilogramo	=	2,2046 lb
1 kilogramo	=	0,011 ton
1 kilogramo	=	0,00098 ton
1 tonelada corta	=	2.000 lb
1 tonelada larga	=	2.240 lb
1 tonelada métrica	=	2.204,68 lb
1 tonelada corta	=	0,907 tn métricas

En el Cuadro 25 aparecen los pesos netos de los embalajes normalizados de diversas frutas y hortalizas. El Cuadro 26 enumera los factores que se emplean en la conversión para el embarque de las frutas y hortalizas de Florida, por ejemplo el envase común de frutillas: una canastilla de 12 lb (de peso) correspondiente al embalaje para camión, 40.000 lb de peso para

transporte automotor, y 24.000 lb para vagón plataforma. Los Cuadros 27a y 27b contienen los embalajes normalizados y los pesos correspondientes de las exportaciones norteamericanas.

Las formas de envase son importantes no sólo desde el punto de vista de la reducción de daños, sino en relación a las necesidades específicas de enfriamiento y maduración del producto. El "Manual sobre el Transporte de Productos Tropicales", detalla las exigencias específicas de más de cien productos, que cubren los siguientes aspectos:

- . Formas de embalaje
- . Clasificación
- . Pre-enfriamiento (para eliminar el calor del campo y durante el embalaje)
- . Exigencias en cuanto a temperatura y humedad
- . Sensibilidad
- . Vida útil en tránsito/almacenamiento
- . Normas de transporte y carga

Los procesos de enfriamiento y la documentación respectiva para el embarque corren por cuenta de las compañías de transporte marítimos. Dichos procesos están aceptados por los organismos reguladores de los Estados Unidos de América.

F. Comentarios sobre las inquietudes (y tendencias) del ambiente. Evaluación.

Los comentarios adicionales relacionados con los aspectos sociológicos, políticos, económicos y tecnológicos de esta industria corresponden al tema salud y a las exigencias del consumidor. Existe la tendencia de "reducir" el uso de pesticidas, la que sin los adelantos tecnológicos de alternativa, ocasionará una disminución en los rendimientos por hectárea.



Recientemente se experimentó con el envasado en vacío, mientras el producto se encontraba aún en el campo, y con el uso de ciertos insectos para combatir otros que son dañinos para los cultivos.

Un aspecto importante de la actitud del consumidor frente al producto se refiere a su "frescura". En este sentido, se hace resaltar el sabor de la fruta fresca que alcanzó su punto de maduración en el árbol. La satisfacción de las exigencias del consumidor implicaría la postergación del momento de la cosecha y la aceleración de los medios de transporte, con la consecuente repercusión en los precios. Este mismo consumidor se está inclinando hacia los alimentos de fácil preparación, tal como lo demuestra la amplia difusión que tienen en este país los hornos a microondas. Las preferencias del consumidor respecto al producto en fresco se reflejarán en la presentación de frutas y hortalizas lavadas y cortadas para reducir al mínimo el tiempo de preparación de las comidas.

En la medida en que la población urbana de los Estados Unidos continúe creciendo, también aumentará el porcentaje de consumidores que se proveen de frutas y hortalizas frescas en las cadenas de grandes almacenes.

Desde el punto de vista económico, no es ilógico contemplar la posibilidad de que la economía de los Estados Unidos entre en un período de recesión en los próximos dos años.

Las fluctuaciones que experimenta la moneda evidentemente constituyen un área que requiere un control permanente.

Es interesante observar que los inminentes cambios en la política agraria de los Estados Unidos y los subsidios que derivaran de los mismos, tendrán una repercusión indirecta en aquellos agricultores que están aumentando la cantidad de hectáreas dedicadas al cultivo de hortalizas. De cumplirse este pronóstico, la producción estadounidense de hortalizas frescas

experimentará un crecimiento real.

Existen indicios de que la expansión del sector privado de los EE.UU. que financia la industria de la fruta y hortaliza fresca en el extranjero continuará el mismo ritmo de crecimiento. En México, este hecho constituye una realidad.

En lo que a indicadores económicos se refiere, la información es la siguiente:

1. El índice de los salarios pagados por los productores de los Estados Unidos se incrementó en un 17,2% entre 1982 y 1988.
2. El consumo, en los rubros alimentos y bebidas, aumentó en un 11,4% en el período 1984-88.
3. El índice de precios pagados al productor, en el mercado de la fruta en fresco, se incrementó en un 12,7% entre 1982 y 1988.
4. El índice de precios al consumidor para la fruta fresca se incrementó en un 41,9% durante el período 1982-88.

Un motivo de gran preocupación, de índole interna, es la potencial escasez de mano de obra a corto y a largo plazo. En vista de las leyes que se promulgaron respecto a la mano de obra migratoria, desde México, y las medidas adoptadas, así como de la reactivación de la economía propia de México, la mano de obra de la que Estados Unidos depende en gran medida, se halla seriamente amenazada.

El aspecto social, relacionado con la confianza que tiene el público de los Estados Unidos respecto a la inocuidad de las frutas y hortalizas frescas que consume, se puede explicar mejor con los siguientes ejemplos: el caso de Alar en embarques de manzanas en el mes de febrero y el de la pre-

sencia de cianuro en uvas chilenas, poco tiempo después. Si bien la demanda por parte del consumidor sólo se interrumpió temporariamente, su confianza respecto a la fruta y hortaliza fresca de origen importado mermó en forma considerable.

G. Configuración de los costos

1. Producción/Ganancias netas

La determinación de los costos y las ganancias en esta industria es sumamente difícil. Los precios de una gran cantidad de productos varían todos los días. Para determinar la composición de los costos se han seleccionado dos productos y se trabajó con material publicado de diversas fuentes para rastrear los costos y las ventas concretadas en un mercado específico. En los cuadros 28a y 28b aparecen los costos desglosados de ajíes y pepinos que se cosecharon en dos zonas de Florida y en el Dpto. de Sinaloa en México durante la campaña 1984/85. El cómputo de los costos de producción, en términos de porcentajes de los costos totales de pepinos y ajíes que se cosecharon en la región de Palm Beach, Florida y en el Dpto. de Sinaloa, México, se promedia como sigue:

	<u>Florida</u>	<u>México</u>
Pre-Cosecha	55 %	22,2%
Cosecha/Envase	40,3%	26,8%
Comercialización	<u>4,7%</u>	<u>51 %</u>
	100 %	100 %

Los mismos reflejan los costos FOB para México del lado estadounidense de la frontera en Nogales.

Como los costos corresponden a los valores de la campaña 1984/85, se utilizaron los precios de venta de Nueva York de enero de 1985. Se agregan los

costos de transporte hasta el mercado de Nueva York. Para el caso de los pepinos, las ganancias netas promedio de los productores de Florida son de un 29,5% y las del productor mexicano, para ambos productos, del 11,8%. Cabe acotar que si los costos de México fueran como los de la Argentina, es decir, calculados sobre la base del GSP actual de exención de aranceles, las ganancias netas promedio correspondiente a los dos productos mencionados alcanzarían un 22,3%.

El ejemplo que se ofrece a continuación, ilustra la oscilación de los precios del mercado y su relación con las ganancias del productor: Si el mismo productor mexicano hubiera comercializado sus ajíes en febrero de 1985 en lugar de enero, habría obtenido un margen de ganancias netas del 48%. En el caso de los pepinos, sus ganancias netas sobre el producto comercializado en marzo, en lugar de enero de 1985, habrían alcanzado un 37%.

2. Observaciones generales acerca de los costos

Sobre la base de la producción actual, los productores de Florida y de California coinciden en señalar que los dos factores de mayor incidencia en sus costos son el precio ventajoso de la tierra, en otras palabras, los usos más redituables de la misma y los altos costos de la mano de obra contratada. Una encuesta realizada en 1988 entre las granjas que no forman parte de ningún convenio, reveló que el 26% de sus gastos correspondieron al pago de la mano de obra contratada, en tanto que las granjas adheridas a convenios informaron de un 17% para el mismo rubro. El doctor James Epperson, economista agrario de la Universidad de Georgia, manifestó que el costo para cultivar la tierra en Florida oscila entre los US\$ 5.000 y 6.000 por acre.

A los valores del productor, se agregan las comisiones que, entre corredores y mayoristas, suman un 7% sobre el total del producto. Las comisio-

nes de otro tipo, percibidas por agentes y compañías comercializadoras de alimentos, oscilaron entre un 4% y un 15%. Los márgenes a nivel minorista representaron un mínimo de 40%. Este porcentaje más alto se explica por la necesidad de cubrir pérdidas por daño, destrucción y robo, así como los gastos de promoción.

Según la misma encuesta, las ganancias netas promedio que registraron las granjas adheridas a convenios fueron de U\$S 55.000, en comparación con los U\$S 37.000 que correspondieron a las granjas que no están fuera de otros convenios. La cifra correspondiente a estas últimas es inferior debido a la gran concentración de pequeñas granjas que presenta dicho sector. Las primeras registran un valor de tierras y edificaciones de unos U\$S 826.000, mientras los segundos de U\$S 419.000. Una vez más, las diferencias se explican por la cantidad de pequeñas granjas del sector no incluido en convenios.

La comparación entre las ganancias netas sobre las inversiones en tierras y edificación dio como resultado un 6,7% de ganancia en el sector de las granjas suscriptas a convenios, y un 8,8% en las demás.

3. Distribución/Transporte

En el Cuadro 29 se ofrece un ejemplo de los costos de flete aéreo desde la Argentina a los Estados Unidos. El acceso a la información sobre transporte marítimo resultó extremadamente difícil, sin embargo, se consultaron fuentes confiables y en breve se dispondrá de datos complementarios sobre el particular.

En términos generales, se puede afirmar que los importadores estadounidenses corren con los costos de embarque de los productos importados. Sin embargo, las condiciones de pago y coordinación varían en gran medida a lo largo del proceso de distribución y constituyen puntos sujetos a "negociación".

III. OPORTUNIDADES/VENTAJAS POTENCIALES Y POSIBLES PROBLEMAS/PELIGROS

A. Oportunidades/Ventajas

- . Existen algunas compañías estadounidenses de cítricos que operan empresas empacadoras de la Argentina y trabajan en forma conjunta con las compañías locales con el objeto de coordinar la exportación.
- . La Argentina ya posee experiencia en la producción de limones y otros cítricos, sobre todo en el rubro del producto procesado.
- . Problemas de urbanización actuales y futuros que elevan los costos de la tierra en Florida y California.
- . Intereses por parte de los sistemas de distribución, en el sector mayorista, y de las cadenas de almacenes, por contar con fuentes de abastecimiento alternativas con respecto a Chile.
- . Aumento en el consumo per cápita del producto en fresco. Entre otros:

Espárragos	Incremento de un 100% desde 1980
Brócoli	Supera el 100% desde 1980
- . El mercado de uvas frescas en los Estados Unidos registra un crecimiento del 8% anual, y la demanda del producto de buen tamaño y de alta calidad es muy significativa. El deseo por parte de las cadenas de almacenes de promocionar dicho producto aumenta a su vez la demanda.
- . En la medida que la economía mexicana continúe su actual ritmo de recuperación, crecerá su demanda interna de productos en fresco y, consecuentemente, disminuirá su necesidad de exportar su producción a los Estados Unidos.
- . Se ha detectado una actitud casi paternalista en los mayoristas entre-

vistados con respecto a la Argentina y su inserción en el mercado de frutas y hortalizas en fresco. Si bien la participación argentina en dicho mercado ha sido reducida, la reputación que tienen sus productos es excelente. Mike Prevor (Polly Pek, PLC), de Nueva York, considerado como uno de los mayores importadores del país, afirma que los recursos y antecedentes de la Argentina, la calidad de sus productos y su experiencia, le permitirían reemplazar a Chile como el principal proveedor del mercado estadounidense.

- . Existen excelentes posibilidades para la comercialización de los subproductos de frutas y hortalizas frescas, en especial, pasas de uva.
- . Utilización del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, USDA, como fuente de información sobre el mercado. El USDA publica diariamente las cotizaciones, disponibilidades, así como informes sobre las condiciones y la calidad de los principales mercados de los Estados Unidos. Dichos informes se complementan con resúmenes semanales y anuales. Por un lado, el USDA actúa como un importante muro de contención, pero al mismo tiempo proporciona a los distintos niveles de esta industria una cantidad de información y conocimientos. Los proveedores, productores y la red de distribución constituyen la razón de su existencia, y el USDA, a su vez, los retribuye con toda la información que aquéllos pudieran necesitar. En una industria tan compleja y fluctuante, representa una fuente invaluable de información.
- . Se calcula que las necesidades en materia de inversiones de capital en la Argentina se verán satisfechas y que los ahorros en el costo de la mano de obra constituirán un factor decisivo para el fomento de la participación en el mercado y la compensación de los costos de embarque.
- . La naturaleza emprendedora de la población de la Argentina gravita de

- forma favorable en el acceso a una industria que se basa en los esfuerzos empresariales de los pequeños y medianos productores.
- . Fuerte y continuo crecimiento de las importaciones con destino al mercado de productos en fresco, según se refleja en el Cuadro 30.
 - . Exigencias por parte del gobierno mexicano en materia de licencias para los exportadores que realizan negocios con los Estados Unidos (lo que significa mayores costos y reglamentaciones).
 - . Los factores relacionados con los aranceles, ya mencionados; que afectan a Chile pero ofrecen un trato preferencial a la Argentina.
 - . Un creciente aumento en los costos de mano de obra del productor estadounidense.
 - . Los esfuerzos que realice la Argentina en materia de cooperativismo, redundarán en:
 1. Ahorros para el productor en términos de costos de insumos, mediante compras en grandes cantidades.
 2. Ahorro en el costo unitario de venta y de comercialización del producto, al aumentar el volumen de cada venta.
 3. Apreciable ventaja para negociar términos y condiciones de venta más competitivos.
 - . Estos mismos esfuerzos de cooperativismo se podrían utilizar para concretar contratos de pre-estación, lo que, a su vez, tiende a estabilizar la producción y la comercialización.
 - . Problemas relacionados con el medio ambiente en los Estados Unidos, en lo referente a los excesos en el riego y su impacto en la vida acuática ani-

mal y vegetal.

- . Shannon Hamm, economista agraria del Servicio de Investigación Económica del USDA, manifestó en el "Outlook for Vegetables (Panorama de las Hortalizas) de noviembre de 1989, que la constante expansión económica de México probablemente lo convierta en importador de hortalizas estadounidenses. Asimismo, observó que los convenios multinacionales tales como el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, tienden a la distensión de los aranceles y de las barreras comerciales entre los países.
- . El constante crecimiento del sector alimentario y la consecuente demanda de frutas y hortalizas frescas.
- . La comodidad del producto semi-preparado constituye un factor fundamental para el consumidor moderno de los EE.UU. (es decir, la fruta y hortaliza limpia y cortada en rebanadas o picada).
- . Los precios de ciertas frutas no cítricas, tales como las uvas, los perones, los duraznos, las peras y las frutillas registraron una tendencia alcista a lo largo del corriente año y se prevé que continúen el mismo ritmo de crecimiento.
- . En la medida en que Chile continúe su búsqueda de nuevos mercados, y que la misma sea exitosa, como lo demuestran los ejemplos de China, Nueva Zelandia y Japón, su dependencia del mercado estadounidense disminuirá, en consecuencia, aumentarán las posibilidades de la Argentina de colocar sus frutas y hortalizas en dicho mercado.
- . La especialización que existe en los Estados Unidos en el rubro de frutas y hortalizas ofrece al importador excelentes oportunidades de especializarse en determinados productos del ramo.

- . La creciente recuperación de la economía mexicana absorberá en el futuro una porción mayor de su fruta y hortaliza fresca de óptima calidad. Además, dicha reactivación económica creará nuevos puestos de trabajo, que mermarán la disponibilidad de mano de obra de origen mexicano en el área de la producción agrícola de los Estados Unidos.
- . Los factores meteorológicos que, en relación con las "ventanas de oportunidad", ocurren actualmente. Las heladas que cayeron en Florida a destiempo, diciembre del corriente año, ocasionaron un importante daño a los cultivos de cítricos, y se informó de una pérdida casi total de las hortalizas de invierno. Este mismo fenómeno dañó el 70% de los cultivos de cítricos de Texas y el 80% de sus hortalizas de invierno. Aunque se trata de pérdidas devastadoras, este mismo hecho significa grandes oportunidades, para que los productores de hortalizas de México, Chile y del Caribe, aumenten significativamente tanto la cantidad como el precio de sus productos destinados al mercado invernal.

Se puede afirmar que los daños causados a los cítricos son de una gravedad tal que puede llevar años sobreponerse a las pérdidas. Tanto es así que los mayoristas de Atlanta informaron a la prensa que los precios de las hortalizas frescas se han duplicado, y en algunos casos triplicado. Estas condiciones climáticas extremas fueron históricamente la mayor amenaza tanto para Florida como para Texas, debido a su ubicación climática.

B. Identificación de problemas/amenazas

- . La exportación del producto cítrico argentino en fresco a los Estados Unidos está vedada debido a la presencia del cancro y de otras patologías que se detectaron en los cultivos. Se espera que este inconveniente sea superado en un futuro cercano y que se pueda aprovechar el caudal de experiencia que posee dicho país en el rubro cítricos con un sos-

tenido ritmo de exportaciones a los Estados Unidos.

- . En mayo de 1989 el gobierno argentino fijó un impuesto a las exportaciones de cítricos frescos y elaborados, equivalente a un 20% del valor de exportación. Dado que una de las ventajas potenciales de la Argentina la constituye la producción de limones, y que en la campaña 1988/89 pasará a ocupar el tercer lugar entre los mayores procesadores de limones del mundo, se espera que los problemas que traban actualmente su exportación se puedan solucionar a la brevedad.
- . Esta industria tiene un sistema de distribución con un nivel de organización y expectativas tal que los contactos se deben realizar con gran cuidado y pericia.
- . La actitud del consumidor en lo referente al menor uso de pesticidas y de otros insumos en el producto fresco, atenta contra la imperiosa necesidad de incrementar los rendimientos por hectárea.
- . Es cada vez mayor la cantidad de cadenas de almacenes en los Estados Unidos que verifica en sus propios laboratorios el contenido de pesticidas y de productos químicos que contienen los productos en fresco que compran. Este hecho se agrega a otras clases de inspecciones y puede representar demoras o barreras para el ingreso de nuevos proveedores.
- . Durante todo el tiempo de elaboración del presente estudio se recogieron opiniones acerca de la falta de eficacia con que los productores realizan la comercialización. Un ingreso eficiente y eficaz a esta industria requerirá sofisticadas estrategias de comercialización, además de las exigencias físicas con relación al cultivo propiamente dicho; serán necesarios, pues, sistemas coordinados y correctamente dirigidos.
- . Los convenios e instrucciones para la comercialización representan un

gran problema para los importadores de frutas y hortalizas frescas al mercado estadounidense.

- . Las entrevistas realizadas en diversas instancias de la red de distribución acerca del potencial de la importación argentina, mostraron que si bien los contactos con la Argentina habían sido limitados, los mismos se caracterizaron por la falta de continuidad en las ventas por parte de los productores, irregularidad en las fechas de embarque y de entrega, y lentitud en las comunicaciones. Estos son aspectos que se deben encarar con gran cuidado al realizar cualquier intento de comercialización y de venta. Dadas las exigencias de la red de distribución de la industria de la fruta y hortaliza fresca, los aspectos antes mencionados son de fundamental importancia.
- . En cada uno de los niveles, ya sea el del productor, del empacador, del despachador, mayorista, corredor, o comprador, la complejidad del sistema y de las mercaderías con que opera esta industria, constituyen los mayores problemas de administración y de comercialización. El manejo de los rendimientos de los cultivos así como del nivel de comercialización no se pueden descuidar. Se trata de aspectos que requieren de una administración hábil y de gran experiencia.
- . Recientemente se ha informado de los esfuerzos por parte del gobierno argentino destinados a estabilizar la economía, los que podrían resultar en un aumento de los impuestos a la exportación. Se presume que éstos alcanzarán también a la industria agraria.
- . El reciente ingreso de Chile a la vida democrática, podría constituirse en un factor favorable para ese país, ya que obtendría por parte de los Estados Unidos aranceles y trato comercial más favorables.

C. Análisis y ventajas competitivas de cada producto específico

Los casos que se indican a continuación no pretenden ser ejemplos acabados, sin embargo servirán de orientación para identificar las oportunidades que ofrecen las macro y micro ventanas del mercado interno de los Estados Unidos.

Limas

Si bien la importación de limas desde la Argentina está vedada en este momento, se trata de un mercado que ofrece ventajas específicas en términos de demanda, ya que la misma supera la producción y proporciona a los productores la oportunidad de elevar sus precios.

Uvas

La publicación titulada "Comercialización de Frutas y Melones de Chile" (86/87) ("Marketing Chile Fruits and Melons") detalla toda la producción de uvas chilenas, lugar y fecha de entrada a los EE.UU. así como el precio en los distintos mercados. El volumen más importante ingresa durante los meses de enero, febrero, marzo y abril. A continuación se indican algunas de las variedades seleccionadas, las que constituyen interesantes ejemplos de ventanas para la introducción de uvas a los Estados Unidos.

Mercado de Filadelfia

Perlette	Durante el mes de diciembre
Sin semillas	Durante el mes de enero

Mercado de Nueva York

Var. Flame sin semillas	Del 16 de diciembre al 22 de enero
Var. Thompson sin semillas	Del 18 de diciembre al 3 de febrero

Espárragos

La producción y la cosecha de los EE.UU. se limita principalmente al período febrero-mayo, por lo cual, la Argentina podría introducir su producción de espárragos desde setiembre hasta diciembre, sin inconveniente alguno.

Ajo

En la actualidad, la exportación argentina de ajo a los Estados Unidos abarca los meses de enero a mayo y existen grandes posibilidades de expansión en este rubro. En cuanto a México, su mayor aporte de este producto se realiza a partir de abril, cuando finaliza el ingreso de ajo desde la Argentina.

Melones cantalupenses y rocío de miel

Durante la temporada enero/abril

Frutas y hortalizas diversas

Manzana	Damascos	Alcauciles
Cerezas	Duraznos	Berenjenas
Peras	Ciruelas	Zanahoras
Pepinos	Frutillas	Pelones
Ajíes	Cebolla	

La magnitud y profundidad de las áreas de cultivo que posee la Argentina y su gran variedad de microclimas impone un exhaustivo análisis de las ventanas que ofrece el mercado estadounidense tanto en el macro como en el micro nivel, teniendo en cuenta las épocas de producción y de cosecha de nuestros competidores. Dicho análisis permitiría coordinar la producción con la cosecha y el mercado en momentos en que se produce un considerable

aumento de precios respecto a nuestros competidores y significaría un gran avance hacia el ingreso exitoso y firme a esta industria. Si logramos combinar las condiciones climáticas de diversas regiones de la Argentina con las distintas exigencias específicas de cada producto en coordinación con las ventanas detectadas en el mercado estadounidense, habremos obtenido una importante ventaja sobre nuestros competidores. Esta clase de planificación reduce los niveles de riesgo que implica el ingreso a esta industria.

IV. EVALUACION Y NIVEL GENERAL DE ACEPTACION

A. Evaluación

Deberían realizarse esfuerzos privados sobre bases cooperativas por parte de los pequeños productores de la Argentina. Además de la investigación preliminar ya mencionada en el punto anterior, se debería contratar personal de origen estadounidense, debido a su conocimiento de esta industria, para realizar una encuesta de los compradores de los principales mercados receptores de los Estados Unidos. Dicha encuesta tendría un doble propósito: En primer lugar, ayudaría a definir el perfil de nuestro futuro comprador en términos de personalidad, hábitos de compra, necesidades y preocupaciones. El segundo objetivo, el que mayores beneficios aportaría a largo plazo, consiste en la iniciación y consolidación de contactos en las áreas donde se efectuará la comercialización de nuestros productos. Se debe trazar el perfil de cada posible cliente.

La Argentina deberá obtener el asesoramiento del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos acerca de la planificación y los requerimientos de los diversos cultivos. En esa etapa se encararía la capacitación del productor.

En cuanto se hayan constituido sus miembros permanentes, la cooperativa de-

bería invitar a una cantidad limitada de productores que no desean intervenir en la cooperativa con toda la producción a que lo hagan por producto y por compañía. En otras palabras, se admite la participación de productores "individualistas" en condiciones limitadas.

Se requerirá un equipo de investigación y desarrollo que funcione en forma continuada para brindar a los productores una capacitación permanente, así como información actualizada del USDA y de otros organismos que regulan las importaciones en los Estados Unidos.

La cooperativa se hará cargo del proceso de distribución a partir del momento en que finaliza la cosecha. Dicho proceso comprende la centralización de empresas empacadoras y de puntos de embarque, así como la coordinación del acarreo desde el productor hacia los lugares de empaquetado y de embarque. En este momento, la cooperativa asume la responsabilidad de la coordinación del embarque y de la entrega del producto al mercado estadounidense.

El equipo de la cooperativa argentina trabajará en forma coordinada con el equipo de comercialización que actúa en territorio de los Estados Unidos. Al grupo de trabajo argentino le corresponde cumplimentar los trámites de inspección y tratamiento previos y los del embarque; a partir de ese momento la contraparte estadounidense se hace cargo de las inspecciones pertinentes en los puntos de importación y de la coordinación del transporte desde los lugares de ingreso hasta el cliente. El equipo de comercialización también realizará un trabajo de seguimiento de sus clientes para garantizar un funcionamiento eficiente del sistema y efectuar los ajustes necesarios en el extremo estadounidense de la línea de distribución.

A modo de incentivo para la creación de la cooperativa, indispensable dentro de este esquema, se indican a continuación las ganancias netas que percibieron en 1987 las cooperativas de frutas y hortalizas de los Esta-

dos Unidos. Las mismas fueron de U\$S 158.000.000, que representan un valor neto de U\$S 1.113.000.

La configuración de esta industria deposita las cuestiones relacionadas con la producción en manos del agricultor. La investigación y el desarrollo y las operaciones relacionadas con la salida de la mercadería del país corren por cuenta del empresario que actúa por su propia cuenta y riesgo y de los agentes de ventas en los EE.UU. cuyos ingresos dependen de la habilidad para detectar las necesidades del mercado y establecer contactos provechosos con sus clientes de los Estados Unidos.

B. Objetivos/Ganancias

1. Ganancias netas

Las ganancias netas del productor, después de haber cubierto los gastos de la cooperativa, pueden oscilar entre el 15% y el 20%. Se trata de cifras estimativas ya que la información de que se dispone es limitada y además se presume que los gastos del transporte desde la Argentina a los EE.UU. se compensará con costos más bajos de la mano de obra y de la tierra.

2. Alcance de los objetivos

Los objetivos respecto al mercado estadounidense deberán abarcar el mercado primario y el secundario. El primero está compuesto por los encargados de compras de las cadenas de grandes almacenes y de compras institucionales. El segundo lo componen los importadores y los mayoristas que no están directamente asociados con estas cadenas y los jefes de compras institucionales. Este es un sector que requiere un tratamiento muy especial. No es posible efectuar ventas directas a una cadena de almacenes cuando se le está vendiendo al mayorista de quien esa misma cadena es cliente. Por lo cual no se aconseja el contacto directo entre el mayoris-

ta y el agente de ventas de la Argentina.

3. Ingresos

El material de consulta incluye una reciente publicación que detalla los productos importados a los Estados Unidos durante 1987 y 1988, agrupados por producto, indicando cantidades y valores en dólares estadounidenses. Las frutas frescas representaron U\$S 6.418.108 y las hortalizas frescas U\$S 2.177.980. La proyección de las ventas totales para 1989 debería rondar los U\$S 7.500.000. Estimando un crecimiento promedio moderado de un 33,5% durante un lapso de 10 años, los ingresos alcanzarían los U\$S 135.000.000 y las ganancias netas de los productores, de un 17,5%, serían de U\$S 23.600.000.

C. Presentación en el mercado/Posibilidades promocionales

1. Colocación de marcas

Aunque algunos clientes pueden solicitar a sus proveedores envases especiales para ciertos productos, en general se aconseja ajustarse a los tamaños y envases que establecen las Normas Estadounidenses para frutas y hortalizas. Si bien existen dentro de la legislación en estudio disposiciones relacionadas con la colocación de marcas en los productos importados y la indicación de su procedencia, en la actualidad no hay exigencias en este sentido, salvo el pedido expreso de algún cliente en particular. Algunos estados podrían implantar en breve esta práctica, pero es un tema que se debe estudiar con mayor detenimiento.

La colocación de marcas es una excelente herramienta de comercialización que cumple el propósito de crear una reputación en el mercado, y es, al mismo tiempo, una forma de ejercer un constante control sobre la calidad y condición del producto. Si bien resulta conveniente que el cliente tenga siempre presente de dónde proviene el producto cuya excelencia conoce,

este mismo hecho puede ser un arma de doble filo. Tal sería el caso de embarques con problemas que, al estar identificados por las mismas marcas, tendrían un efecto negativo en un mercado tan diversificado y complejo.

El presente estudio no recomienda que la Argentina cubra todos los productos y las necesidades de todos los clientes. Teniendo en cuenta los objetivos de comercialización ya mencionados, tales como las ventanas de productos específicos, se aconseja, más bien, la especialización en ciertos productos en los cuales se logre desarrollar un alto nivel de experiencia. Este mismo hecho puede constituirse en una herramienta de comercialización ya que dará a la Argentina, una reputación por medio de la experiencia, el desarrollo y la producción, respecto a uno o dos productos específicos. Esta estrategia de comercialización posee dos ventajas. La primera es la reputación que adquiriría la Argentina, y la segunda la repercusión favorable en el precio que, a su vez, se traduce en mayores ganancias para el productor. Los japoneses han logrado excelentes resultados con los productos que presentaron en el mercado con marcas y envoltorios individuales. Otro producto identificado en el mercado estadounidense debido a la marca, es el pelón Jimmy Ito (Jimmy rojo), que es un producto patentado.

2. ¿De qué manera ingresa/se promueve la Argentina en el mercado de hortalizas en fresco?

Con el desarrollo estructural anteriormente mencionado y la elección de varios productos generales y uno o dos de especialización la Argentina estaría en óptimas condiciones para ingresar al mercado de frutas y hortalizas frescas.

En la actualidad, la Argentina posee cierta experiencia en la producción de manzanas, que ingresaron al mercado en 1988, en el período mayo-julio. El producto de origen chileno entró en febrero. Un ingresó adelantado

con el objeto de competir abiertamente con Chile llamaría la atención por parte del sistema de distribución del mercado.

Si la Argentina supera los problemas que tiene actualmente con sus cítricos, contará con productos de las tres categorías que se analizaron en el presente estudio. Los cítricos, no cítricos y las hortalizas frescas son rubros que representan idénticos beneficios para la Argentina dentro del mercado estadounidense. Los productos en que la Argentina podría especializarse deberían introducirse en el mercado en los momentos de mayor demanda y menor entrega, y por lo tanto, de precios más altos. La especialización en determinados productos arrojará mayores "ganancias de promoción" ya que contribuirá a ilustrar al mercado sobre los productos de origen argentino.

La elección de los productos que se incorporarán al mercado implicará un exhaustivo estudio de investigación y desarrollo, con el objeto de determinar la localización y las condiciones climáticas de los diversos productos seleccionados. La investigación acerca de la ventana específica sobre la base de dicho estudio y de otros específicos relacionados con la distribución, le permitirá a la Argentina avanzar sobre bases seguras y con un menor nivel de riesgo.

Se recomienda, además, la compra de un estudio sobre el consumidor dirigido por el "Servicio de Investigaciones Vance", denominado "Tendencias hacia el producto en fresco" ("Fresh Trends" 1989), que realiza una proyección de la demanda futura del consumidor estadounidense en relación con las frutas y hortalizas frescas. (El precio de dicho material es de US\$ 695.). Dicho estudio permitirá afianzar y verificar las tendencias del consumidor que se han analizado en el presente trabajo; asimismo se podrán identificar los aspectos que no se han detectado o desarrollado con suficiente detenimiento.

Es de fundamental importancia que el avance de la Argentina hacia el mercado estadounidense a gran escala, se efectúe contemplando dos factores primordiales: en primer lugar la calidad y la consistencia del producto, y en el segundo, las comunicaciones y la forma en que se habrán de establecer las relaciones con la clientela del mercado estadounidense. La responsabilidad del primero correspondería al equipo de investigación y desarrollo de la Argentina, mientras que el segundo aspecto estaría a cargo del equipo de comercialización de los Estados Unidos.

3. Nichos

- . En esta industria, el nicho principal lo constituye la identificación de aquellas ventanas de oportunidad que pueden ofrecer mayores ventajas competitivas. El análisis se realizará en el macro y el micro nivel con la participación de los equipos de investigación y desarrollo y el de comercialización.
- . La industria de las comidas rápidas continúa creciendo en los EE.UU. así como el empleo de la fruta y hortaliza fresca. Es un área que ofrece grandes oportunidades.
- . Las frutas y hortalizas frescas semipreparadas (lavadas, picadas o cortadas en rebanadas y envasadas adecuadamente) son un nicho tanto a corto como a largo plazo. Este factor con "valor agregado" se presenta en el mercado de la lechuga e irá extendiéndose a una cantidad de productos cada vez mayor.
- . Parte de las responsabilidades de los equipos de investigación y desarrollo consistirá en la investigación e identificación de las "demandas latentes". Un ejemplo del efecto que produce dicha demanda latente lo constituyó la comercialización de las papas fritas por la cadena de comidas rápidas de Mc Donalds en el mercado japonés, donde han tenido una gran acogida.

- . En el futuro, se deberán tener en cuenta dos factores fundamentales, como son un cuidadoso estudio de los precios del mercado y los movimientos de la población de los Estados Unidos. En este momento, los mayores aumentos de precios se registran en los mercados de Nueva York y de Chicago. Sin embargo, como la población continúa desplazándose del noreste hacia el sur, dichos incrementos en los precios pueden afectar favorablemente las importaciones desde la Argentina.

- . La capacidad de obtener rendimientos razonables con una reducción en el empleo de pesticidas y fertilizantes y la realización de una adecuada campaña promocional en este sentido, serán elementos invalorable para la Argentina. En la actualidad, tanto el Departamento de Agricultura de los EE.UU. como los productores independientes están realizando estudios destinados a satisfacer las necesidades del consumidor en materia de inocuidad y nutrición en el rubro de productos en fresco. Los esfuerzos que pudiera realizar la Argentina en la investigación y el desarrollo para "empalmar" con los estudios mencionados, resultarían en un importante nicho dentro del mercado en cuestión. La producción por parte de la Argentina de un par de artículos específicos con menor cantidad de insumos, o sea, productos aun más naturales y frescos, hallaría, sin lugar a dudas, una acogida muy favorable por parte del consumidor estadounidense.

4. Facilidad del ingreso

En nuestra opinión, el presente estudio ha logrado abrir muchas ventanas que requieren mayor investigación. Confiamos en que si la misma se lleva a cabo, la Argentina ingresará al mercado con gran facilidad. Se ha puesto énfasis en la necesidad de planificación e investigación que evidentemente requerirán el aporte de capitales para su financiación, sin embargo, se necesitarán aun mayores recursos financieros para la producción y la comercialización. Las ganancias potenciales en el mercado estadounidense los

compensarían con creces.

Como una alternativa respecto a Chile, la Argentina junto con sus productos privilegiados por el clima, sería recibida con beneplácito por este sistema de distribución tan sensible. Dicha característica del sistema se debe tener siempre presente y los contactos se deben establecer con el mayor de los cuidados. La estructura que se propone en el presente estudio presentará a la Argentina con una imagen de responsabilidad y solvencia frente a las necesidades propias del sistema. Aunque esta presentación parece tener un tinte "deferente", esta "deferencia con confianza" significa en los Estados Unidos, una comercialización eficaz. La realización de las acciones necesarias y la capacidad de coordinarlas con las necesidades del sistema de distribución y las del cliente posibilitará un ingreso satisfactorio al mercado estadounidense de frutas y hortalizas frescas.

5. Precios

a. En general

Para un proveedor nuevo, el tema de la fijación de precios ocupa el segundo lugar en importancia, después de la consistencia en la calidad y conocimiento del mercado. A corto plazo, se podrá contemplar la posibilidad de descuentos promocionales, pero la planificación a largo alcance se deberá realizar de acuerdo con los precios que fije la demanda del mercado en los Estados Unidos. Aun en un mercado que se mueve en base al producto, la competencia y el volumen de la oferta determinan el precio. Ante una respuesta satisfactoria a ciertas necesidades específicas del mercado, tales como una calidad consistente, ventanas del mercado adecuadas durante las épocas de menor oferta y mayor demanda, los precios pasan a un segundo plano en la mente del comprador.



Es evidente que un precio excesivo puede conducir a la búsqueda de productos sustitutivos, pero por otro lado, en los Estados Unidos precios demasiado bajos tienden a producir el efecto de saturación del mercado (dumping). En consecuencia, el objetivo es un precio tal que el producto sea rentable desde el punto de vista de la calidad; esto se logra desde el momento del ingreso y a través de la investigación y desarrollo permanentes en el área de las ventanas del mercado.

b. Con relación a Chile

Si bien nos hemos ocupado ya de la competencia y de las posibles medidas que podría adoptar Chile, cabe agregar algunos comentarios. Sería lógico suponer una de las estrategias que podría emplear Chile para proteger su mercado de los Estados Unidos es la reducción de precios. Sin embargo, si la misma es muy significativa puede considerarse "saturadora" y causar un efecto negativo en las importaciones chilenas. Además, si Chile continúa con su apertura hacia nuevos mercados su dependencia del mercado estadounidense irá disminuyendo, con lo cual la amenaza representada por el recorte de precios se desvanecerá.

6. Metas comerciales

Aunque las metas específicas requieren mayor investigación sobre todo en el aspecto climático, se puede afirmar que las posibilidades de la Argentina en cuanto a la variedad y cantidad de frutas y hortalizas en fresco es mucho mayor que la de su competidor, Chile. Existen fuertes motivos para suponer que con un esfuerzo concertado en las áreas señaladas en el presente estudio, la Argentina podrá reemplazar a Chile como proveedor de productos en fresco en el mercado estadounidense.

V. RESUMEN

El responsable del presente estudio expresa su más amplio apoyo a la implementación de las medidas propuestas aquí. A pesar de los imprevistos que pudieran presentarse y de los ajustes que hubiera que efectuar con las investigaciones complementarias, manifestamos todo nuestro apoyo al ingreso de la Argentina al mercado de frutas y hortalizas frescas de los Estados Unidos. Las oportunidades son grandes y los problemas que pudieran presentarse tienen sin lugar a dudas, solución. La planificación e implementación deben ser cuidadosas. Las estrategias que se proponen en el presente estudio tienen un doble carácter: iniciales y de seguimiento. Constituyen un requisito previo e indispensable para el ingreso y permanencia en el mercado, que requiere inversión de recursos y dedicación. Si se descuida la etapa inicial, se agravarán y multiplicarán los problemas anteriormente mencionados y al mismo tiempo no se podrán aprovechar las oportunidades que ofrece la nueva plaza. El aporte de recursos y esfuerzos previos, combinados con una cuidadosa planificación durante los próximos años redundarán en una imagen favorable de la Argentina como nuevo proveedor del mercado estadounidense.

VI. ASPECTOS QUE REQUIEREN UN MAYOR ANALISIS

- . Esfuerzos cooperativos en la industria agraria de los Estados Unidos, en particular, en el rubro de frutas y hortalizas.
- . Compra del estudio realizado por Investigaciones Vance sobre las Actitudes del Consumidor (Fresh Trends, 1989) (Precio: U\$S 695).
- . Entrevistas informativas con reducidas cantidades de productores de los mercados competitivos identificados.
- . Técnicas productivas y avances en materia de menores insumos para una agricultura orgánica (L.I.S.A.: Less input for sustainable agriculture).

- . Entrevistas adicionales para recabar información en todo el sistema de distribución, en diversos puntos geográficos.
- . Análisis legal de las reglamentaciones exigidas.
- . Análisis legal de los emprendimientos cooperativos de la industria agraria.
- . Régimen de aranceles, gravámenes e impuestos a la exportación de la Argentina.
- . Estudio geográfico/climático de la Argentina a la luz de las necesidades de cultivos específicos. (Se sugiere la asistencia del USDA).
- . Ley de Productos Agrícolas Perecederos (conocidas como PACA: Perishable Agricultural Commodities Act) relacionada con el comercio.
- . Análisis de las publicaciones del USDA sobre las Frutas y Hortalizas de la Cuenca del Caribe y Comercialización de las Frutas y melones chilenos durante las campañas 1988/89. (Ambas publicaciones ya fueron solicitadas y se enviarán en cuanto sean editadas).

CITRICOS

Pomelos 15

Limones 15

Limas 15

Varios 16

Cítricos híbridos 16

Naranjas 16

Híbrido de pomelo y mandarina 17

Mandarinas 17

NO CITRICOS

Manzanas 17

Damascos 18

Paltas 18

Bananas 18

Arándanos 18

Cerezas 18

Arándanos agrios 19

Otros 19

Uvas, de mesa 19

Uvas, negras para jugo . . . 19

Uvas, blancas para jugo . . . 19

Uvas, híbridas para jugo . . 20

Kiwi 20

Mango 20

Perecederas, híbridos 20

Pelones 20

Papayas 20

No Cítricos (Cont.)

Duraznos 21

Peras 21

Granadas 22

Ananás 22

Plátanos 22

Ciruelas 22

Frambuesa 22

Frutilla 23

MELONES

Cantalupenses 23

Rocío de miel 23

Melones, híbridos 24

Sandías 24

HORTALIZAS

Alcauciles 25

Espárragos 25

Porotos 25

Remolachas 25

Brócoli 26

Repollitos de Bruselas . . . 26

Repollo 26

Zanahorias 26

Coliflor 27

Apio 27

Hortalizas (Cont.)

Repollo chino	28
Maíz dulce	28
Pepinos	28
Berenjenas	29
Escarola - Endibia	29
Ajo	29
Hortalizas de hoja	29
Lechuga iceberg	29
Lechuga romana	30
Lechuga, otras	30
Lechuga procesada	30
Hierbas varias	31
Hortalizas orientales varias	31
Frutas y hortalizas tropica-	
les varias	31
Hortalizas, mezcla	31
Hongos	31
Chaucha turca (gombo)	31
Cebolla, deshidratada	31
Cebolla, fresca	32
Perejil	32
Zanahoria (Pastinaca Sativa)	32
Arvejas frescas	32
Arvejas, que no son frescas .	32
Pimientos morrones	33
Pimientos, otros	33
Papas, de mesa	33
Papas, para freir	34

Hortalizas (Cont.)

Papas, semilla	35
Zapallo	35
Rábanos	35
Espinacas	35
Zapallitos	35
Batata	36
Tomates	36
Tomates, perita	37
Nabos	37
Hortalizas, otras	37

Cuadro 1 - Hortalizas producidas comercialmente. Consumo total per cápita en los EE.UU., 1970-1988.

Año	Total		Hortalizas				Papas				Batatas		H o n g o s		Arvejas desecadas y lentejas
	Total General	Total frescas y procesadas	Frescas		Enlatadas		Congeladas		Fritas		Otras		Total Frescos	Procesados	
			(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)					
1970	301.8	175.3	70.6	91.4	13.3	119.3	62.3	25.6	17.4	14.0	5.4	1.2	0.3	0.9	0.6
1971	305.4	181.7	70.4	98.2	13.1	117.3	56.1	29.6	17.2	14.4	4.7	1.3	0.3	1.0	0.4
1972	306.4	179.9	71.6	95.1	13.2	119.4	57.9	30.2	16.7	14.6	5.0	1.6	0.4	1.2	0.5
1973	299.8	176.3	73.4	88.6	14.3	117.1	52.4	33.1	16.3	15.3	4.4	1.7	0.5	1.2	0.3
1974	300.0	178.2	74.2	89.8	14.2	114.8	49.4	33.0	15.7	16.7	4.9	1.7	0.6	1.1	0.4
1975	305.5	176.2	73.5	88.9	13.8	121.6	52.6	36.8	15.5	16.7	5.4	1.9	0.7	1.2	0.4
1976	314.0	183.3	75.3	94.1	13.9	122.8	49.4	39.4	15.8	18.2	5.4	2.1	0.7	1.4	0.4
1977	312.0	182.7	75.2	92.1	15.4	121.8	50.1	41.9	16.2	13.6	4.7	2.4	0.9	1.5	0.4
1978	306.0	177.8	76.5	87.0	14.3	120.2	46.1	43.3	16.8	14.0	5.0	2.6	1.0	1.6	0.4
1979	312.6	185.3	79.1	91.2	15.0	119.0	49.6	39.7	16.9	12.8	5.2	2.7	1.1	1.6	0.4
1980	309.2	185.5	80.5	90.6	14.4	116.0	51.1	36.9	16.7	11.3	4.5	2.8	1.2	1.6	0.4
1981	294.7	174.0	79.3	80.0	14.7	112.7	45.7	37.8	16.8	12.4	4.8	2.8	1.4	1.4	0.4
1982	298.6	174.7	82.3	78.9	13.5	114.9	46.6	39.1	17.2	12.0	5.5	3.1	1.4	1.7	0.4
1983	302.9	176.6	82.5	79.6	14.5	118.1	49.9	38.7	17.9	11.6	4.6	3.1	1.6	1.5	0.5
1984	318.5	190.3	87.6	85.2	17.5	119.2	48.8	40.5	18.1	11.8	5.0	3.6	1.8	1.8	0.4
1985	323.4	192.7	88.0	87.5	17.2	121.3	46.6	44.0	17.7	13.0	5.4	3.5	1.8	1.7	0.5
1986	333.2	198.7	95.3	87.6	15.8	126.0	49.6	45.9	18.2	12.3	4.5	3.6	1.9	1.7	0.4
1987	334.8	202.3	98.5	87.0	16.8	124.0	48.4	45.7	17.7	12.2	4.5	3.6	1.9	1.7	0.4
1988	336.2	200.6	100.3	82.8	17.5	127.3	54.6	43.9	17.0	11.8	4.4	3.5	2.0	1.5	0.4

(1) Incluye espárragos, brócoli, zanahorias, apio, maíz dulce, lechuga, cebolla, tomates y melones, rocío de miel. (2) Incluye espárragos, porotos, zanahorias, maíz dulce, arvejas, pickles y tomates. (3) Incluye espárragos, porotos, brócoli, zanahorias, coliflor, maíz dulce, arvejas.

(4) Cálculo ajustado del consumo debido a un error de cálculo anterior. (5) Incluye papas fritas y enlatadas. (6) Incluye papas fritas y deshidratadas. (7) Los cálculos del consumo incluyen piensos, semilla, uso familiar y secado. (8) Incluye enlatadas, congeladas y deshidratadas.

Cuadro 86 - Frutas frescas: Consumo per cápita, 1970 a la fecha. (1)

Año	C i t r i c a s					N o C i t r i c a s							
	Naranjas	Mandarinas	Tangelos	Limones	Limas	Pomelos	Total(4)	Manzanas	Damascos	Paltas	Bananas	Cerezas	Arándanos
1970	16.16	1.60	0.61	2.04	0.19	8.18	28.78	17.01	0.12	0.44	17.38	0.50	0.18
1971	15.72	1.78	0.70	2.24	0.18	8.51	29.13	16.41	0.13	0.83	18.05	0.66	0.19
1972	14.48	1.63	0.73	1.86	0.22	8.53	27.45	15.53	0.08	0.44	17.92	0.38	0.15
1973	14.44	1.69	0.61	1.93	0.22	8.54	27.43	16.20	0.09	0.83	18.16	0.73	0.19
1974	14.42	1.88	0.67	2.00	0.22	8.21	27.40	16.42	0.06	0.68	18.49	0.58	0.15
1975	15.88	2.00	0.99	1.95	0.24	8.32	29.38	19.46	0.08	1.16	17.64	0.69	0.14
1976	14.74	1.98	0.93	1.90	0.25	9.24	29.04	16.93	0.10	0.79	19.26	0.82	0.19
1977	13.44	1.84	0.94	2.10	0.25	7.70	26.27	16.55	0.09	1.27	19.21	0.63	0.18
1978	13.45	1.62	0.81	2.12	0.24	8.32	26.56	18.00	0.07	1.02	20.20	0.54	0.18
1979	12.61	1.61	0.68	1.97	0.25	7.56	24.68	17.24	0.08	1.23	21.98	0.69	0.13
1980	15.84	1.97	0.71	1.95	0.37	8.01	28.85	19.23	0.10	0.82	20.79	0.70	0.14
1981	13.57	1.26	0.81	2.05	0.40	6.89	24.98	17.23	0.10	2.16	21.50	0.55	0.21
1982	12.71	1.32	0.69	2.11	0.39	7.51	24.73	17.67	0.08	1.50	22.53	0.53	0.21
1983	16.08	1.43	0.72	2.42	0.57	8.08	29.30	18.42	0.08	1.95	21.21	0.76	0.14
1984	12.79	1.39	0.61	2.31	0.56	6.33	23.99	18.69	0.13	2.22	22.13	0.73	0.12
1985	12.37	1.73	0.55	2.39	0.66	5.74	23.44	17.47	0.17	1.88	23.41	0.43	0.13
1986	15.30	1.04	0.50	2.64	0.70	6.49	26.67	18.28	0.10	0.99	25.72	0.49	0.14
1987	14.82	1.23	0.48	2.57	0.65	6.62	26.37	21.28	0.08	2.37	24.92	0.73	0.12
1988(5)	14.94	1.21	0.51	2.53	0.58	6.70	26.47	18.90	0.11	1.62	24.15	0.51	0.15

N.D. No disponible.

(1) Toda la información corresponde al año calendario, excepto: no cítricos, octubre a noviembre; manzanas, agosto; uvas y peras, julio; anteriores a los años indicados. (2) Información por separado a partir de 1983. (3) Incluye mangos, aceitunas, caquis, nísperos, granadas, kiwi y otras frutas. (4) Algunas cifras pueden no coincidir debido al redondeo. (5) Cifras provisionarias.

Observación: Se corrigieron los valores correspondientes a manzanas, uvas y peras para que reflejen el consumo per cápita por campaña, más que por año calendario.- Fuente: División Economía del Producto (Commodity Economics Division), ERS, USDA.

Cuadro 86 - Frutas frescas: Consumo per cápita, 1970 a la fecha. (Cont.)

Año	N o C i t r i c o s											Total frutas (4)	
	Higos	Uvas	Kiwi(2)	Pelones	Duraznos	Peras	Ananás	Papaya	Ciruelas y Ciruelas pasas	Frutillas	Frutas Varias(3)		Total no cítricos(4)
1970	0.01	2.50	N.D.	0.58	5.82	1.90	0.70	0.12	1.47	1.73	0.14	50.60	79.38
1971	0.01	2.23	N.D.	0.61	5.66	2.54	0.64	0.10	1.28	1.83	0.16	51.33	80.46
1972	0.03	2.22	N.D.	0.82	3.88	2.28	0.78	0.11	1.08	1.67	0.15	45.72	74.97
1973	0.04	2.68	N.D.	0.72	4.26	2.57	0.92	0.14	1.14	1.58	0.18	50.43	77.86
1974	0.05	2.85	N.D.	0.95	4.34	2.48	0.90	0.16	1.50	1.83	0.20	51.64	79.04
1975	0.03	3.20	N.D.	0.89	4.98	2.74	1.03	0.16	1.33	1.80	0.23	55.56	84.94
1976	0.02	3.23	N.D.	1.00	5.14	2.84	1.15	0.20	1.25	1.66	0.23	54.81	83.85
1977	0.03	3.17	N.D.	1.25	5.10	2.38	1.36	0.25	1.55	1.91	0.17	55.10	81.37
1978	0.03	3.09	N.D.	1.15	5.00	2.34	1.45	0.25	1.56	2.16	0.15	57.19	83.75
1979	0.03	3.54	N.D.	1.36	5.44	2.31	1.47	0.17	1.70	1.90	0.14	59.41	84.09
1980	0.02	3.81	N.D.	1.62	5.67	2.64	1.50	0.21	1.60	2.01	0.22	61.08	89.93
1981	0.01	4.01	N.D.	1.52	5.52	2.85	1.57	0.22	1.78	2.24	0.32	61.79	86.77
1982	0.01	5.81	N.D.	1.41	3.95	2.90	1.66	0.16	1.09	2.44	0.20	62.15	86.88
1983	0.01	5.45	0.15	1.50	4.06	3.05	1.70	0.18	1.49	2.40	0.14	62.69	91.99
1984	0.02	6.48	0.15	1.49	5.41	2.63	1.52	0.26	1.97	3.07	0.54	67.56	91.55
1985	0.01	7.45	0.18	1.68	3.99	2.86	1.48	0.18	1.53	3.09	0.54	66.48	89.92
1986	0.01	7.27	0.20	1.35	4.72	3.04	1.75	0.18	1.36	3.00	0.58	69.18	95.85
1987	0.01	7.63	0.18	1.50	4.76	3.63	1.71	0.18	2.03	3.22	0.62	75.07	101.44
1988	0.01	7.40	0.26	1.53	5.12	3.10	1.81	0.15	1.76	3.46	0.40	70.44	96.91

(en libras)

Cuadro 2 - Consumo de frutas cítricas y no cítricas en los Estados Unidos.
Año 1970 a la fecha.

Año	Cítricos (1)	No Cítricos	Total
(en miles de toneladas cortas)			
1970	11,348	9,890	21,238
1971	11,919	10,535	22,454
1972	12,163	8,436	20,599
1973	13,894	10,965	24,859
1974	13,412	11,937	25,349
1975	14,586	12,384	26,970
1976	14,788	11,846	26,634
1977	15,242	12,274	27,516
1978	14,255	12,460	26,715
1979	13,329	13,689	27,018
1980	16,484	15,153	31,637
1981	15,105	12,961	28,066
1982	12,057	14,217	26,274
1983	13,608	13,707	27,315
1984	10,792	13,796	24,588
1985	10,525	13,680	24,205
1986	11,051	13,408	24,459
1987	11,968	15,454	27,422
1988 (2)	12,728	15,259	27,987

(1) Cosecha anual completa.

(2) Cifras provisionarias.

Fuentes: Citrus Fruits Summary, Noncitrus Fruit and Nuts Midyear Supplement, Crop Production de julio de 1988, NASS, USDA.

Cuadro 4 - Producción de las principales hortalizas correspondientes al producto en fresco. 1970-88 (1)

Año	Espárragos (1)	Brócoli (1)	Zanahorias (1) (2)	Colifor (1)	Apio (en miles de Quintales)	Maíz dulce	Lechuga	Cebolla	Tomates	Melón rocío de miel	Total
1970	944	977	10.952	1.354	15.531	13.102	46.540	30.493	18.234	1.931	140.058
1971	833	1.286	11.671	1.274	15.909	12.654	47.367	29.803	17.827	2.039	140.683
1972	922	1.375	12.571	1.611	16.021	13.284	48.720	28.355	19.925	2.307	145.091
1973	860	1.497	12.857	1.442	16.784	14.008	50.535	29.689	19.556	2.453	149.681
1974	824	1.590	13.289	1.553	16.476	13.909	51.431	33.151	20.081	2.185	154.489
1975	874	2.035	12.423	1.744	15.826	14.398	53.658	31.418	21.114	2.395	155.885
1976	919	2.234	12.353	1.989	16.904	14.921	55.931	35.288	21.772	2.346	164.657
1977	733	2.572	10.735	2.113	16.561	14.343	59.929	34.583	19.895	2.591	164.055
1978	701	2.647	11.374	1.817	17.201	14.061	60.275	36.174	22.408	3.413	170.071
1979	640	3.255	12.880	2.627	17.603	14.033	61.310	38.602	23.292	3.477	177.719
1980	784	3.795	13.704	2.801	18.655	14.281	63.297	33.526	25.393	3.180	179.416
1981	819	4.517	14.511	3.489	18.628	14.288	62.649	35.155	25.981	3.419	183.456
1982	-	5.414	15.685	3.420	19.139	14.435	62.949	41.861	26.769	3.780	193.452
1983	-	5.582	15.234	3.704	18.287	14.868	57.969	38.762	27.237	3.918	185.561
1984	1.043	6.740	15.476	4.817	18.757	15.589	64.309	43.657	28.189	4.031	202.608
1985	1.152	7.154	15.347	4.904	18.349	15.721	61.804	45.059	29.898	4.758	204.146
1986	1.387	8.442	23.594	5.906	17.614	15.018	63.715	43.301	31.554	5.438	215.969
1987	1.388	8.611	30.606	5.928	17.847	15.400	67.972	45.867	32.099	4.811	230.529
1988	1.481	10.023	25.485	6.515	19.423	14.503	71.024	48.264	35.685	5.241	237.644

(1) Debido a cambios introducidos en el programa, los datos correspondientes al año 1983 no se pueden comparar con otros años. Se consideró sólo el producto en fresco.

(2) Se corrigieron los datos de los años 1986-88 debido a cambios en la información.

1988?

Cuadro 1 - Embarques por producto y mes (Cont.) (en miles de Quintales)

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
(IMPORTADO)													
Manzanas	91	87	361	343	656	334	250	37	53	164	167	107	2,650
Demascos	7	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	27
Aucaules	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Espárragos	23	87	97	8	-	7	25	22	14	15	23	16	337
Paltas	3	-	-	-	-	-	2	7	29	29	40	14	124
Bananas	5,628	5,444	5,689	5,601	5,375	4,743	4,773	5,334	5,197	5,286	5,174	4,913	63,157
Porotos	97	64	56	16	8	4	2	16	5	9	7	60	344
Remolachas	1	1	1	-	1	1	-	17	3	4	4	3	36
Arándanos	2	1	1	-	-	-	4	212	34	-	-	2	256
Brócoli	61	35	40	23	2	4	8	12	12	6	10	29	242
Repollitos de Bruselas	11	31	45	29	9	-	-	-	-	-	-	1	126
Repollo	31	18	15	5	4	2	27	51	55	46	37	21	312
Melones Cantalupenses	330	398	749	895	437	104	17	-	-	9	138	415	3,492
Zanahorias	180	95	56	29	37	36	5	67	188	210	191	103	1,197
Colíflor	37	36	21	13	1	3	6	9	13	5	4	22	170
Apio	22	52	53	42	10	2	9	46	64	22	6	4	332
Cerezas	4	-	-	-	-	-	7	-	-	-	2	26	39
Repollo Chino	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	2
Maíz dulce	34	33	28	10	3	4	3	3	1	2	5	24	150
Pepinos	955	940	750	202	46	50	44	8	28	35	562	658	4,278
Berenjenas	73	68	90	65	25	3	-	-	-	-	37	59	420
Escarola - Endibia	9	7	5	6	6	4	4	4	4	7	6	9	71
Frutas, otras	-	-	-	-	-	-	-	4	9	5	-	-	18
(Ajo)	15	34	44	66	73	69	41	22	4	2	2	2	372
Pomelos	27	22	15	7	2	-	-	-	-	1	50	9	133
Uvas, de mesa	772	1,865	1,749	1,131	366	410	57	2	263	84	-	174	6,873

372

133

X

Cuadro 1 - Embarques por producto y mes (Cont.) (en miles de Quintales)

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV.	DIC	TOTAL
Hortalizas de hoja	21	19	16	4	-	-	-	-	-	1	6	19	86
Melones rocfo de miel	137	91	103	148	204	14	8	-	-	2	88	115	910
Kiwi	-	-	-	1	145	10	88	2	72	3	1	-	322
Limones	1	13	-	5	15	13	21	30	45	20	1	3	167
Lechuga, iceberg	84	85	50	3	1	2	13	7	5	1	1	81	333
Lechuga, romana	6	9	4	1	-	-	-	-	-	-	-	8	28
Lechuga, otras	20	18	9	-	-	-	-	-	-	-	1	18	66
Limas	76	79	101	87	101	78	109	137	114	149	113	113	1.257
Mangos	-	-	14	67	131	189	217	167	25	1	1	1	813
Cítricos varios	54	69	76	80	92	88	56	95	65	80	53	68	876
Hierbas varias	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Hortalizas orientales varias	7	3	2	1	-	-	-	-	-	-	1	4	18
Frutas y hortalizas tropica- les varias	90	119	156	118	120	100	91	89	105	108	131	134	1.361
Melones nfridos varios	126	123	127	199	89	8	1	-	-	2	35	57	767
Hongos	1	1	1	2	1	2	2	1	-	1	2	1	15
Chauchas turcas (gombo)	10	20	31	25	55	145	157	80	72	35	5	12	647
Cebollas, deshidratadas	331	347	1.047	752	119	32	11	15	28	27	34	72	2.815
Cebollas, frescas	150	170	204	195	138	116	47	39	41	70	160	183	1.513
Naranjas	43	93	58	70	35	15	7	-	-	22	20	17	380
Papaya	7	9	12	13	15	17	17	10	6	6	5	5	122
Perejil	3	6	6	3	1	-	-	-	1	-	1	6	26
Pastinaca sativa	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	3
Duraznos	304	337	105	21	14	-	-	2	4	1	3	147	938
Peras	4	155	178	192	144	62	11	-	26	50	11	5	738
Arvejas, frescas	32	36	29	2	1	1	-	1	-	8	4	13	127
Arvejas, excepto frescas	14	13	17	14	23	11	8	15	14	59	75	28	291

Cuadro 1 - Embarques por producto y mes (Cont.) (en miles de Quintales)

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Pimientos morrones	600	546	432	138	60	51	46	50	30	29	64	270	2.316
Pimientos, otros	86	83	103	97	89	51	81	86	55	32	50	68	881
Ananá	192	208	221	212	211	180	278	136	150	136	173	140	2.237
Plátanos	175	208	193	186	199	213	189	213	207	226	196	190	2.395
Ciruelas, Ciruelas frescas	96	157	58	35	1	-	-	-	-	-	-	50	397
Papas	462	415	500	421	366	213	84	107	413	370	389	279	4.019
Papas, semillas	81	96	277	371	39	7	2	-	1	6	37	32	949
Zapallitos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	2	14
Rábanos	34	45	47	17	7	7	6	5	6	9	26	37	246
Frambuesas	2	5	4	2	-	-	174	60	4	1	-	4	256
Espinaca	11	13	6	1	-	1	-	-	-	1	2	10	45
Zapallo	400	423	357	180	117	38	24	19	19	59	203	389	2.228
Frutillas	28	39	95	70	53	50	8	1	1	7	17	34	403
Mandarinas	39	4	-	-	-	-	-	-	-	52	114	147	356
Tomates	1.019	1.590	1.186	951	329	326	404	621	560	407	329	195	7.917
Tomates, perita	121	129	129	109	78	41	18	6	12	27	70	95	835
Nabos	63	43	40	20	12	1	6	23	45	54	98	37	442
Otras Hortalizas	46	50	52	41	43	35	35	16	23	23	28	35	427
Sandías	202	290	523	759	990	124	30	2	-	10	17	96	3.043
T O T A L	13.592	15.480	16.435	14.005	11.099	8.021	7.534	7.908	8.125	8.041	9.037	9.909	129.186

Cuadro 4 - Índice de precios promedio de la fruta en los Estados Unidos, 1970 a la fecha.

Año	Índice de todos los precios de fruta percibidos por el productor	Índice de precio productor				Índice de precio al consumidor	
		Fruta fresca	Fruta desecada	Frutas enlatadas y jugos congelados	Frutas y jugos congelados	Fruta Fresca	Procesada
	(1977 = 100)		- 1982 = 100 -			- 1982 - 84 = 100 -	
1970	59	42.3	29.3	39.8	37.5	35.6	38.4
1971	67	48.0	29.6	41.7	40.7	37.8	40.6
1972	72	48.2	34.9	43.4	43.8	39.8	41.8
1973	84	57.2	45.6	47.2	44.9	44.6	43.5
1974	86	60.8	50.1	56.3	47.1	48.5	50.3
1975	85	66.6	47.1	61.2	51.2	51.8	59.7
1976	80	67.4	53.8	61.5	50.9	51.7	59.3
1977	100	74.9	71.4	67.1	64.4	59.4	62.2
1978	137	90.1	78.2	75.3	75.9	71.0	68.9
1979	144	98.2	117.0	84.6	81.3	79.8	77.0
1980	124	100.3	97.4	90.3	79.9	84.8	82.1
1981	130	96.6	99.1	96.6	100.0	89.4	91.7
1982	175	100.0	100.0	100.0	100.0	99.3	96.7
1983	128	106.4	100.0	101.0	98.7	95.1	98.1
1984	202	106.8	94.4	110.1	114.8	105.6	105.2
1985	180	108.1	88.7	113.8	118.5	116.3	109.5
1986	169	112.9	91.9	111.0	103.0	118.7	106.3
1987	181	112.0	95.0	115.4	113.3	132.0	110.6
1988	181	112.8	98.9	120.3	130.0	143.0	121.9

Fuentes: Agricultural Prices, NASS, USDA and Bureau of Labor Statistic, Department of Labor.

Cuadro 10 - Hortalizas frescas: Índice promedio mensual de precios percibidos por el productor estadounidense (1)

R U B R O	AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	ANUAL	
		1910 - 14 = 100													
Comerciales (2)	1985	659	648	750	622	575	516	657	613	569	558	659	872	642	
	1986	687	591	618	738	728	596	592	614	654	666	714	598	650	
	1987	741	688	765	677	655	633	662	632	639	609	1.053	876	719	
	1988	1.037	679	713	662	580	599	624	761	728	650	731	725	707	
	1989	891	833	744	851	760	757	882							
Frescas	1985	844	805	960	766	710	599	842	765	690	667	832	1.199	807	
	1986	865	719	763	965	949	721	714	750	825	825	904	728	811	
	1987	990	908	1.046	894	850	807	875	826	833	768	1.554	1.263	968	
	1988	1.479	859	911	819	682	717	747	970	925	814	941	963	903	
	1989	1.216	1.075	963	1.106	956	982	1.195							
		1977 = 100													
Comerciales (2)	1985	132	130	151	125	115	104	132	123	114	112	132	175	129	
	1986	138	119	124	148	146	120	119	123	131	134	143	120	130	
	1987	149	138	154	136	132	127	133	127	128	122	211	176	144	
	1988	208	136	143	133	116	120	125	153	146	131	147	146	142	
	1989	179	167	149	171	153	152	177							
Frescas	1985	128	122	146	116	108	91	128	116	105	101	126	182	122	
	1986	131	109	116	147	144	110	108	114	125	125	137	111	123	
	1987	150	138	159	136	129	123	133	126	127	117	236	192	147	
	1988	225	131	138	124	104	109	113	147	141	124	144	146	137	
	1989	185	163	146	168	145	149	182							

(1) Los índices no se hallan ajustados estacionalmente. Los de 1989 corresponden a cifras provisionarias.

(2) Incluye hortalizas frescas y procesadas.

Fuente: Agricultural Prices, NASS, USDA

Cuadro 3 - Indices de Precios al Consumidor de la fruta fresca, anuales y trimestrales. 1986-89.

Año	Anual	T r i m e s t r e			
		1°	2°	3°	4°
- 1982 = 84 = 100 -					
1986	119	113	121	124	117
1987	132	129	138	132	129
1988	143	132	143	150	146
1989		148	154	152	

Fuente: Bureau of Labor Statistics,
U.S. Department of Labor

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

TOTAL DE IMPORTACIONES AGRICOLAS DE LOS ESTADOS UNIDOS U\$S 20.642.887.000

Frutas/Nueces/Hortalizas (excepto jugo) U\$S 2.869.368.000

País	Toneladas métricas *	en miles de U\$S	% de Frutas/Nueces/ /Hortalizas (en dólares estado- unidenses)
México	1.721.408	732.661	25,5 %
Brasil	47.611	115.233	4,0 %
Colombia (1)	9.660	5.258	0,2 %
Guatemala (1)	50.010	25.462	0,9 %
Costa Rica (1)	54.094	22.542	0,8 %
Honduras	53.491	14.748	0,5 %
República Dominicana	98.098	39.911	1,4 %
Argentina	23.768	14.413	0,5 %
Chile	356.887	254.058	8,9 %
Nueva Zelandia (2)	<u>60.551</u>	<u>62.316</u>	<u>2,2 %</u>
	2.475.578	1.286.602	44,9 %

(1) Principalmente Bananas

(2) Principalmente Manzanas, Kiwi

* 1 tn = 1.000 kg

TOTAL DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE DE FRUTAS, HORTALIZAS Y MELONES FRESCOS
(por fecha de embarque)

Octubre a mayo:

(en miles de
quintales)

Total importaciones	12,6 %	54.448
Total estados	<u>87,4 %</u>	<u>379.292</u>
	100,0 %	433.780

Porcentaje so (en miles de
bre el total quintales)

Argentina	0,05%	222
Canadá	1,5 %	6.603 (Principalmente papas, zanahorias, manzanas, cebollas)
Chile	2,0 %	8.537
Rep. Dominicana	0,2 %	1.060
México	7,2 %	31.184
Honduras	0,2 %	1.049
California	28,5 %	123.612 (principalmente apio, uvas, lechuga, naranjas, tomates)
Florida	16,0 %	69.590
Texas	3,8 %	16.637
Arizona	5,0 %	21.454 (principalmente lechuga)
Colorado	3,4 %	14.887 (principalmente papas, cebollas)
Washington	7,0 %	30.334 (principalmente manzanas, papas)
Idaho	<u>5,8 %</u>	<u>24.941</u> (principalmente papas)
	80,7 %	350.110

PRINCIPALES PROVEEDORES DE FRUTAS, HORTALIZAS Y MELONES DEL MERCADO DE LOS EE.UU. (octubre a mayo) 1988.

	Participación en el mercado por peso	(en miles de Quintales)
Chile	2,00 %	8.537
Argentina	0,05 %	222
República Dominicana	0,20 %	1.060
México	7,20 %	31.184
Honduras	0,20 %	1.049
California	28,50 %	123.612
Florida	16,00 %	69.590
Texas	3,80 %	16.637

Cuadro 4 - Embarques por país de origen, producto y mes (Cont.) (montos en miles de Quintales).

M E X I C O

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
IMPORTADO													
Alcauciles	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1
Espárragos	20	87	97	8	-	7	25	22	11	1	4	3	285
Paltas	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	2
Bananas	156	174	170	160	178	150	143	146	143	226	182	154	1.982
Porotos	96	62	55	16	7	3	1	-	1	1	5	57	304
Remolachas	1	1	1	-	1	1	-	-	-	-	2	3	10
Brócoli	61	35	40	23	2	4	7	11	3	3	10	29	228
Repollito de Bruselas	11	31	45	29	9	-	-	-	-	-	-	1	126
Repollo	2	2	3	1	1	-	1	-	-	1	1	7	19
Melones Cantalupenses	191	289	611	628	360	101	17	-	-	9	106	199	2.511
Zanahorias	35	21	15	12	32	30	1	1	10	7	23	30	217
Colifor	37	35	21	13	-	3	-	-	-	-	3	20	132
Apio	18	47	52	39	9	-	-	-	-	-	-	3	168
Repollo Chino	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	2
Maíz dulce	34	33	28	10	3	4	3	1	1	2	5	24	148
Pepinos	926	883	710	193	31	36	32	1	22	31	558	655	4.078
Berenjenas	72	67	90	65	25	3	-	-	-	-	37	59	418
Escarola - Endivia	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Otras frutas	-	-	-	-	-	-	-	4	9	5	-	-	18
Ajo	-	2	19	55	70	69	38	11	2	1	-	-	267
Uvas, de mesa	-	-	-	-	316	410	57	-	-	-	-	-	783
Hortalizas de hoja	21	19	16	4	-	-	-	-	-	1	6	19	86
Melones rocfo de miel	137	91	103	148	204	14	8	-	-	2	88	115	910
Lechuga, Iceberg	82	83	50	3	-	-	-	-	-	-	-	81	299

Cuadro 4 - Embarques por país de origen, producto y mes (Cont.) (montos en miles de Quintales)

MÉXICO

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Lechuga romana	6	9	4	1	-	-	-	-	-	-	-	8	28
Lechugas, otras	20	18	9	-	-	-	-	-	-	-	1	18	66
Limas	73	79	98	79	97	78	109	136	105	131	109	109	1.203
Mangos	-	-	-	38	83	144	196	166	24	-	-	-	651
Hierbas varias	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Hortalizas orientales varias	7	3	2	1	-	-	-	-	-	-	1	4	18
Frutas y Hortalizas tropica- les varias	13	15	16	15	13	9	14	15	16	18	14	14	172
Melones híbridos varios	10	13	9	13	13	3	1	-	-	2	11	4	79
Chauchas turcas (gombo)	9	19	28	23	48	133	150	69	47	30	3	10	569
Cebollas, disecadas	234	255	951	689	84	24	4	-	-	-	3	46	2.290
Cebollas, frescas	150	170	204	195	138	116	47	39	41	70	160	183	1.513
Naranjas	30	54	39	35	3	-	-	-	-	17	5	2	189
Papaya	7	9	12	12	14	15	15	8	6	6	5	5	114
Perejil	3	6	6	3	1	-	-	-	-	-	1	6	26
Duraznos	-	-	-	15	13	-	-	-	-	-	-	-	28
Arvejas, frescas	32	36	29	2	1	1	-	1	-	8	4	13	127
Arvejas, excepto frescas.	1	1	3	2	10	5	4	-	2	50	61	7	146
Morrones	592	535	423	130	38	29	24	19	12	13	47	262	2.124
Pimientos, otros	86	83	103	96	87	51	81	86	55	32	50	68	878
Ananá	34	32	85	38	59	53	31	30	21	5	10	15	413
Zapallitos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	7	2	14
Rábanos	34	45	46	17	7	6	2	1	1	8	26	37	230
Espinaca	11	13	6	1	-	1	-	-	-	1	2	10	45
Zapallo	394	415	350	174	111	36	24	18	18	56	199	382	2.177
Frutillas	26	35	94	70	53	46	8	1	1	4	12	18	368
Mandarinas	38	4	-	-	-	-	-	-	-	52	96	119	309

Cuadro 4 -- Embarques por país de origen, producto y mes (Cont.) (montos en miles de Quintales)

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Tomates	1.009	1.577	1.157	912	316	314	389	612	552	402	324	188	7.752
Tomates perita	121	129	129	109	78	41	18	6	12	27	70	95	835
Nabos	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	1	7
Otras hortalizas	46	50	52	41	43	35	35	16	23	23	28	35	427
Sandías	195	272	506	741	984	124	30	2	-	10	16	90	2.970
TOTAL IMPORTADO	5.084	5.842	6.490	4.860	3.542	2.099	1.516	1.422	1.140	1.260	2.295	3.211	38.761

	P A I S E S B A J O S												
IMPORTADO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zanahorias	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1
Pepinos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1	4
Escarola - Endivia	-	-	-	1	1	2	2	2	1	1	1	1	12
Cebollas deshidratadas	1	1	2	-	1	1	1	2	1	4	2	3	19
Pimientos morrones	-	-	1	4	17	18	17	16	7	10	8	3	101
Pimientos, otros	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Tomates	-	-	1	2	3	4	6	4	3	3	3	3	32
TOTAL IMPORTADO	1	1	4	7	23	25	26	25	12	18	17	11	170

Cuadro 4 - Embarques por país de origen, producto y mes (Cont.) (en miles de Quintales)

C H I L E

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
IMPORTADO													
Manzanas	-	3	272	199	332	49	-	-	-	-	-	-	855
Damascos	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	26
Espárragos	-	-	-	-	-	-	-	-	3	12	15	4	34
Paltas	-	-	-	-	-	-	-	2	25	25	35	9	96
Melones cantalupenses	2	3	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Cerezas	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	26	32
Ajo	2	7	3	2	2	-	-	-	-	-	-	-	14
Uvas, de mesa	772	1.865	1.748	1.130	50	-	-	-	-	-	-	174	5.739
Kiwi	-	-	-	-	1	2	-	14	2	-	-	-	3
Limones	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	21
Melones híbridos varios	-	19	21	4	-	-	-	-	-	-	-	-	44
Cebolla, deshidratada	-	6	11	34	28	-	-	-	-	-	-	-	79
Duraznos	304	336	103	6	1	-	-	-	-	-	3	147	900
Peras	2	130	155	53	36	-	-	-	-	-	-	-	376
Ciruelas frescas	96	157	58	35	1	-	-	-	-	-	-	50	397
Frambuesas	2	5	4	2	-	-	-	-	-	-	-	4	17
TOTAL IMPORTADO	1.191	2.531	2.376	1.465	449	51	5	16	30	37	55	433	8.639

Cuadro 4 - Embarques por país de origen, producto y mes (Cont.) (en miles de Quintales)

REPUBLICA DOMINICANA

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Paltas	3	-	-	-	-	-	2	5	2	4	5	5	26
Bananas	-	1	1	1	1	4	9	4	1	2	1	1	26
Melones Cantalupenses	12	17	46	68	24	3	-	-	-	-	2	66	238
Pepinos	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Berenjenas	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Frutas y hortalizas tropicales varias	44	43	72	48	51	50	44	44	51	52	69	60	628
Melones híbridos varios	3	1	1	11	6	1	-	-	-	-	1	7	31
Chauchas turcas	-	-	-	-	-	1	-	1	1	1	-	-	4
Naranjas	1	2	5	14	16	10	5	-	-	2	5	2	62
Arvejas, que no son frescas	1	1	1	1	1	1	-	1	1	-	-	-	8
Morrones	6	5	2	4	5	3	2	3	2	2	7	5	46
Ananás	12	20	11	24	18	27	140	9	18	22	18	21	340
Plátanos	1	2	1	2	2	3	4	3	1	1	1	1	22
Zapallo	1	1	2	1	2	-	-	-	-	-	-	2	9
Tomates	2	7	23	31	1	-	-	-	-	-	-	-	64
Sandías	-	-	10	5	1	-	-	-	-	-	-	1	17
TOTAL IMPORTADO	87	101	176	210	128	103	206	70	77	86	109	171	1.524

HONDURAS

Bananas	1.146	950	1.026	1.265	1.458	1.273	1.210	1.207	942	994	1.030	898	13.399
Melones Cantalupenses	88	35	41	115	30	-	-	-	-	-	1	56	366
Pepinos	16	30	5	2	1	-	-	-	-	-	-	-	54
Limas	1	-	2	5	1	-	-	-	1	2	3	2	17
Melones híbridos varios	26	14	4	6	10	-	-	-	-	-	-	1	61
Arvejas que no son frescas	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Ananá	81	70	55	54	66	26	18	18	25	45	40	42	540
Plátanos	7	9	11	17	19	18	12	12	16	11	6	7	145
Zapallo	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	.2
Tomates	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Sandías	-	4	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	8
TOTAL IMPORTADO	1.365	1.113	1.146	1.469	1.585	1.317	1.240	1.237	984	1.052	1.080	1.006	14.594

Cuadro 4 - Embarques por país de origen, producto y mes. (Cont.) (en miles de Quintales)

ARGENTINA

PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
IMPORTADO													
Manzanas	-	-	-	-	12	58	94	-	-	-	-	-	164
Espárragos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
Ajo	13	25	22	9	3	-	-	-	-	-	-	-	72
Peras	-	24	21	20	72	38	10	-	-	-	-	-	185
TOTAL IMPORTADO	13	49	43	29	87	96	104	-	-	1	-	-	422

ENTRADA DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRSCAS

1989

EN BASE A LAS DESCARGAS EFECTUADAS EN LAS CADENAS DE ALMACENES

% entregado a mercados
y otros en 1989

% entregado directamente
a las cadenas

Ciudad	%	1989	1988	1987	1986	1985	1984	1983
Atlanta, Georgia	70	30	24	34	33	35		33
Baltimore-Washington	57	43	41	41	47	47	S	58
Boston, Massachussetts	75	25	38	27	24	22	D	23
Buffalo, New York	62	38	40	35	41	35	A	36
Chicago, Illinois	49	51	30	24	24	17	T	21
Cincinnati, Ohio	85	15	15	17	14	17	O	17
Columbia, Carolina del Sur	100	--	--	--	14	11	S	12
Dallas, Texas	79	21	21	22	25	25	I	31
Denver, Colorado	22	78	73	70	73	75	N	87
Detroit, Michigan	59	41	45	44	16	19		39
Los Angeles, California	93	7	6	5	6	12		7
Miami, Florida	25	75	75					
New Orleans, Louisiana	53	47	46	45	68	53		45
New York-Newark	65	35	31	32	32	40		34
Philadelphia, Pennsylvania	90	10	12	--	13	10		13
Pittsburgh, Pennsylvania	71	29	41	40	40	51		50
St.Louis, Missouri	75	25	21	30	41	39		53
San Francisco-Oakland	69	31	30	31	40	33		41
Seattle-Takoma, Washington	78	22	32	34	28	33		33
Promedio	67	33	33	27				

% de entradas
totales

Por producto
%
Cadenas Otros

Manzanas	5	43	57
Bananas	9	33	67
Repollo	3	32	68
Zanahorias	3	33	67
Apio	3	39	61
Maíz	1	41	59
Pepinos	2	33	67
Pomelos	3	39	61
Uvas	2	36	64
Lechuga	9	30	70
Cebolla, deshidrat.	6	27	73
Naranjas	6	40	60
Peras	1	35	65
Ajíes	2	29	71
Papas	18	25	75
Frutillas	1	38	62
Batatas	1	28	72
Tomates	7	15	85
Otros	20	26	74

IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS DESDE CHILE
(años, cantidades e importes)
(toneladas métricas)

PRODUCTOS	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Hortalizas frescas										
Espárragos, Air	0	0	0	0	0	15	552	801	1.015	1.167
Espárragos, otros	1	0	2	60	627	649	303	466	375	410
Endibia	0	0	4	16	20	28	18	10	4	14
Pimientos	0	0	3	0	1	0	10	2	345	19
Porotos	0	0	0	0	0	0	0	0	187	130
Arvejas	0	0	0	0	0	1	9	0	24	0
Hortalizas varias	0	0	0	3	2	1	3	341	865	21
Otras hortalizas	0	10	0	1	62	137	161	6	17	82
Subtotal	1	10	9	80	712	831	1.056	1.626	2.832	1.843
Hortalizas de raíz y tubérculos										
Ajo	179	344	197	182	105	70	76	866	998	609
Cebolla p/trasplante	40	0	0	0	0	0	0	0	82	0
Cebolla, otras	2.369	769	1.924	3.247	0	7.869	1.259	399	9.344	3.582
Zanahoria	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0
Col tropical	0	0	0	0	0	0	0	0	89	0
Subtotal	2.588	1.113	2.121	3.429	105	7.949	1.335	1.265	10.513	4.191
Citricos										
Limones	0	0	0	0	1.209	890	6.288	3.079	1.904	962
Naranjas	0	0	0	2	24	0	0	0	9	0
Citricos, otros	5	0	0	0	9	10	8	513	18	16
Subtotal	5	0	0	2	1.242	900	6.296	3.592	1.931	978

Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas frescas desde Chile (Cont.)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Fruta caediza										
Manzanas	11.947	10.167	12.706	10.256	14.782	26.538	22.225	31.041	43.020	38.762
Damascos	0	0	12	0	23	89	511	1.264	998	1.190
Cerezas	0	22	36	103	409	523	678	690	751	1.451
Pelones y Duraznos del 6/1 al 30/11	0	0	0	1	27	29	181	240	262	141
Pelones y Duraznos de otras épocas	2.902	3.906	3.047	5.509	11.882	15.820	27.427	31.471	34.789	40.614
Peras, ingreso 1/4 al 30/6	1.006	1.123	874	359	981	786	1.217	2.484	4.028	3.806
Peras, de otras épocas	1.343	1.785	1.583	5.454	3.236	5.878	5.983	7.593	10.769	13.278
Ciruelas, ingreso del 1/1 al 31/5	357	1.581	1.484	1.536	3.626	5.774	13.059	14.181	16.939	15.735
Ciruelas, otras épocas	909	2	18	31	165	159	619	1.318	1.102	2.266
Subtotal	18.554	18.586	19.760	23.249	35.131	55.596	71.900	90.282	112.658	117.243
Fresas										
Arándanos	0	0	0	0	1	4	1	2	6	1
Fresas de invierno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Frambuesas, 1/7-31/8	0	0	0	0	2	0	2	0	0	12
Frambuesas, en otras épocas	0	0	3	12	134	85	152	323	382	774
Frutillas, 15/6-15/9	0	0	0	0	0	1	0	0	21	0
Frutillas, en otras épocas	3	0	0	5	26	23	17	4	58	7
Otras fresas	0	0	2	1	18	52	28	23	100	45
Subtotal	3	0	5	18	181	165	200	352	574	839

Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas frescas desde Chile (Cont.)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Uvas										
De invernadero	9	47	6	9	86	62	125	667	97	0
Del 15/2 al 31/3	13.572	17.475	22.451	32.177	59.672	67.828	80.934	80.265	107.864	125.185
Del 1/4 al 30/6	17.382	15.851	22.927	40.391	40.866	47.132	62.149	48.963	44.368	51.306
En otras épocas	1.718	1.878	3.435	3.372	7.513	16.686	26.266	44.773	60.510	83.787
Subtotal	32.681	35.251	48.819	75.949	108.137	131.708	169.474	174.658	212.839	260.278
Melones										
Cantalupenses, 1/12-31/3	0	0	0	0	59	58	3	252	979	305
Cantalupenses, otras	0	53	0	0	0	1	4	17	354	0
épocas	1.484	0	0	0	0	13	24	0	0	0
Sandías	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Melones, ingreso del 1/12 al 31/5	0	1.974	1.743	1.609	5.177	8.170	4.944	4.673	3.441	2.007
Subtotal	1.484	2.027	1.743	1.609	5.236	8.242	4.975	4.952	4.774	2.312
Frutas tropicales										
Paltas	0	0	0	0	0	1	594	2.735	496	4.323
Bananas	0	0	0	193	87	0	1.537	0	45	0
Ananás	0	0	0	0	490	0	0	0	0	0
Plátanos	0	3	0	0	0	0	13	0	0	146
Mangos, ingreso del 1/11 al 30/4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kiwi	0	0	0	0	0	0	17	42	357	106
Otras frutas	61	53	107	10	137	305	540	529	1.091	1.715
Subtotal	61	56	107	203	714	306	2.701	3.306	1.989	6.290
TOTAL GENERAL	55.377	57.043	72.564	104.539	151.458	205.697	257.937	280.043	348.110	393.974
Total menos Uvas	22.696	21.792	23.745	28.590	43.321	73.989	88.463	105.375	135.271	133.696

(1) Las hortalizas varias incluyen repollo, coliflor, choclo, pepinos, berenjenas, zapallo.

Fuente: Horticultural Products Review: Marzo de 1989.

IMPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS DESDE CHILE
(años, cantidades e importes)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Hortalizas frescas	0	0	0	0	0	15	643	1.130	1.643	1.718
Espárragos, Air	2	0	5	46	617	724	435	664	727	627
Espárragos, otros	0	0	8	29	20	32	18	13	7	30
Endibia	0	0	1	0	0	0	57	3	183	94
Pimientos	0	0	0	0	0	0	0	0	116	72
Porotos	0	0	0	0	0	2	5	0	5	0
Arvejas	0	0	0	0	0	2	3	173	434	21
Hortalizas varias (1)	0	0	0	1	4	2	3	6	11	68
Otras hortalizas	0	8	0	2	55	137	136	6	11	68
Subtotal	2	9	13	78	697	911	1.297	1.989	3.126	2.630
Hortalizas de raíz y tubérculos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cebolla p/trasplante	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cebolla, otras	199	359	247	374	133	42	68	1.027	950	510
Zanahoria	16	0	0	0	0	0	0	0	14	0
Col tropical	490	197	433	845	0	2.011	307	87	1.555	974
Subtotal	706	556	681	1.219	133	2.053	376	1.114	2.519	1.484
Cítricos	0	0	0	0	433	388	2.913	1.140	695	376
Limones	0	0	0	1	20	0	0	0	4	0
Naranjas	0	0	0	0	6	6	10	230	7	11
Cítricos, otros	4	0	0	0	459	394	2.923	1.369	705	387
Subtotal	4	0	0	1	459	394	2.923	1.369	705	387

Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas frescas desde Chile (Cont.)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Fruta caediza										
Manzanas	4.101	3.008	5.050	4.009	5.389	11.082	7.490	10.914	17.028	15.240
Damascos	0	0	14	0	25	120	525	1.140	942	1.072
Cerezas	0	22	82	301	631	861	962	1.097	1.346	1.871
Pelones y Duraznos del 6/1 al 30/11	0	0	0	1	27	30	138	224	192	109
Pelones y Duraznos de otras épocas	1.553	2.393	2.098	4.728	8.455	9.889	18.445	19.568	23.295	26.809
Peras, ingreso 1/4 al 30/6	367	415	310	142	501	304	540	1.015	1.564	1.636
Peras, de otras épocas	494	573	619	2.310	1.467	2.190	2.176	3.197	4.794	6.071
Ciruelas, ingreso del 1/1 al 31/5	228	1.149	153	1.590	3.373	4.420	10.083	8.442	10.506	9.396
Ciruelas, otras épocas	582	2	18	51	176	152	468	841	673	1.558
Subtotal	7.325	7.562	8.344	13.132	20.045	29.048	40.827	46.439	60.339	63.762
Fresas										
Arándanos	0	0	0	0	3	10	3	5	3	5
Fresas de invierno	0	0	0	0	0	0	0	0	32	0
Frambuesas, 1/7-31/8	0	0	0	2	8	1	4	0	0	51
Frambuesas, en otras épocas	0	0	19	82	443	232	435	1.070	1.493	2.900
Frutillas, 15/6-1/9	0	0	0	0	0	0	0	0	23	0
Frutillas, en otras épocas	5	0	0	12	55	43	29	6	124	13
Otras fresas	0	0	5	3	27	110	40	88	418	143
Subtotal	5	0	24	99	535	399	510	1.169	2.094	3.113

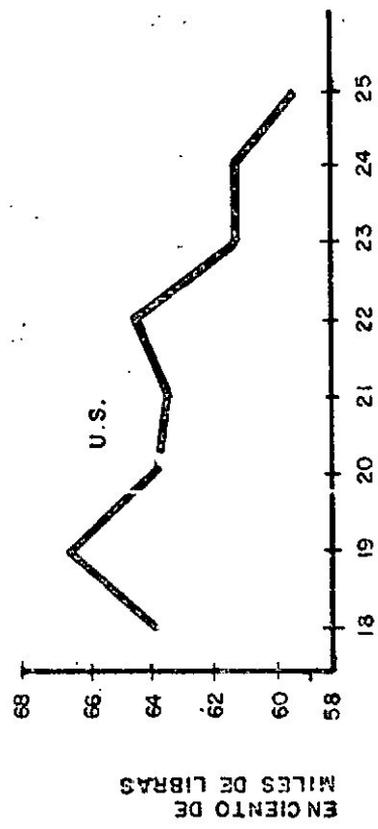
Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas frescas desde Chile (Cont.)

	1979	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Uvas										
De invernadero	5	32	4	11	96	43	124	647	77	0
Del 15/2 al 31/3	10.362	13.741	19.162	25.712	42.678	46.521	64.667	59.723	88.251	98.786
Del 1/4 al 30/6	12.946	11.510	18.533	33.116	26.553	35.514	46.909	33.856	31.953	38.171
En otras épocas	1.187	1.371	3.081	4.363	9.222	12.245	23.642	42.028	53.270	70.617
Subtotal	24.500	26.654	40.780	63.201	78.549	94.323	135.342	136.254	173.551	207.574
Melones										
Cantalupenses, 1/12-31/3	0	0	0	1	19	27	2	83	255	80
Cantalupenses, otras										
épocas	0	11	0	0	0	1	1	10	101	0
Sandías	433	0	0	0	0	0	8	0	0	0
Melones, ingreso										
1/12 al 31/5	0	603	567	688	2.181	2.736	1.457	1.460	876	518
Subtotal	433	614	567	689	2.200	2.763	1.468	1.553	1.232	598
Frutas tropicales										
Paltas	0	0	2	0	0	1	531	2.419	368	4.305
Bananas	0	0	0	32	13	0	535	0	18	0
Ananá	0	0	0	0	84	0	0	0	0	0
Plátanos	0	0	0	0	0	0	10	0	0	32
Mangos, ingreso										
del 1/11 al 30/4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Kiwi	0	0	0	0	0	0	34	49	527	169
Otras frutas	37	37	109	10	128	251	396	424	612	1.088
Subtotal	37	37	111	41	226	252	1.506	2.892	1.525	5.594
TOTAL GENERAL	33.011	35.431	50.520	78.460	102.843	130.143	184.251	192.779	245.093	285.141
Total menos Uvas	8.512	8.777	9.740	15.260	24.294	35.821	48.908	56.525	71.542	77.567

(1) Las hortalizas varias incluyen repollo, coliflor, choclo, pepinos, berenjenas, zapallo.

Gráfico 20

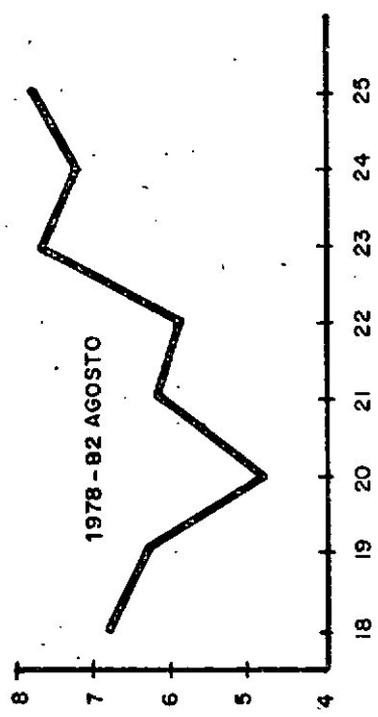
VOLUMEN DE ZAPALLO



SEMANAS ENTRE EL 6 DE MAYO Y EL 24 DE JUNIO

Gráfico 21

PRECIOS DE ZAPALLOS (Pequeños)



SEMANAS ENTRE EL 6 DE MAYO Y EL 24 DE JUNIO

MINISTERIO DE SALUD PUBLICA Y SERVICIOS A LA COMUNIDAD

ADMINISTRACION DE ALIMENTOS Y DROGAS (FOA).

<input type="checkbox"/> AVISO ANTICIPADO DE ID		NUMERO			
<input type="checkbox"/> MANIFIESTO		FECHA			
<input type="checkbox"/> AVISO ANTICIPADO DE T		<input type="checkbox"/> FACTURA COMERCIAL ADJUNTA		----- N° DE DECLARACION Y FECHA -----	
CONOCIMIENTO DE EMBARQUE N°		PUERTO DE ENBARQUE		PAIS DE ORIGEN	
				PUERTO DE DESCARGA	
				PUERTO DE ENTRADA	
N° DE REFERENCIA DEL DESPACHANTE		N° DE COMPARTIMIENTO EN LA ADUANA		VALOR DE LA MERCADERIA EN DOLARES ESTADOUNIDENSES	
				CONTENEDOR N°	
				BUQUE DE IMPORTACION	
				FECHA DE LLEGADA	
A NOMBRE DE Consignatario Nombre, Dirección y Código Postal		IMPORTADOR Nombre, Dirección y Código Postal		FABRICANTE/CARGADOR Nombre, Dirección y Código Postal	
Cantidad de Muestras Tomadas del Presente Envío		Números de las Muestras		MUESTRA PRINCIPAL	
				AGENTE (SI no fuera el antes mencionado)	
				LOCALIZACION DE LA PARTIDA (Para Inspección de la FDA)	
				DISPONIBILIDAD DE FECHA	
				N° DE TELEFONO	

(PARA USO DEL AGENTE)

LA IMPORTACION

PUEDE PROSEGUIR SU CURSO SIN INSPECCION DE LA FDA

ESTO NO IMPIDE ACCIONES POSTERIORES SI LAS MERCADERIAS NO CUMPLEN CON LAS DISPOSICIONES VIGENTES

VALIDO SOLO CON FIRMA

FIRMADO -----
Representante del FDA Fecha -----

DETALLE GENERAL DEL EMBARQUE		
CANTIDAD	ENVASADO	MERCADERIA (Incluye IND, NDA, FCE, Números de Certificados de Antibióticos, etc.)

AGENTE: Las instrucciones relativas al informe sobre importaciones se hayan al dorso de la parte (4) del presente juego de formularios.

AVISO IMPORTANTE: LOS EMBARQUES DE IMPORTACION DEBERAN PERMANECER INTACTOS EN ESPERA DEL AVISO DE LA FDA. EL AGENTE O EL IMPORTADOR DEBERAN COMUNICAR A LA FDA MEDIANTE AVISO ANTICIPADO O POR CUALQUIER OTRO MEDIO, LO SIGUIENTE:

LA FECHA MAS PROXIMA DE EMBARQUE DE LAS MUESTRAS

EL LUGAR EN QUE SE ENCUENTRA EL EMBARQUE EN ESE MOMENTO

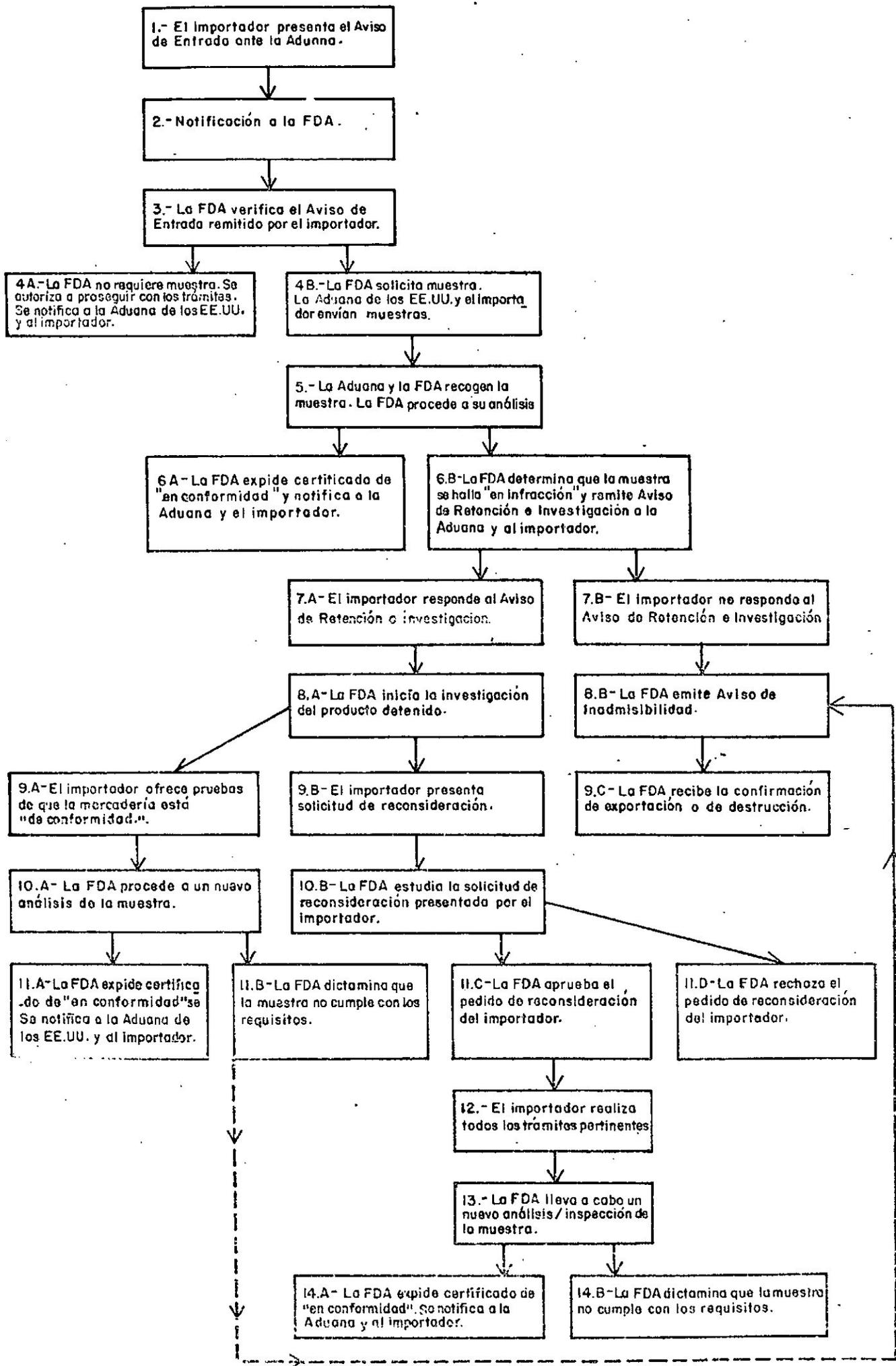
EL DETALLE QUE FIGURA EN LA FACTURA, CANTIDAD DE UNIDADES QUE CONTIENE CADA LOTE CON SUS DIMENSIONES Y EL VALOR EN DOLARES DE CADA LOTE.

PRIMERA HOJA

AVISO DE ENTRADA DEL IMPORTADOR

(JUEGO FDA 700)

TRAMITES PARA LA IMPORTACION DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS



PESOS NETOS DE LOS ENVASES

<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Manzanas</u>	
Caja de cartón, embalaje con bandejas o celdas.	40
<u>Damascos</u>	
Caja de cartón.	24
<u>Alcauciles</u>	
Caja de cartón.	23
<u>Espárragos</u>	
Caja de cartón o jaula semipiramidal.	15
<u>Paltas</u>	
Planchuela o caja de cartón, 1 capa.	13
<u>Bananas</u>	40
<u>Arvejas frescas</u>	
Canasto, caja de cartón o jaula de 1 bushel (1 bu = 35,238 dm ³).	30
<u>Remolachas</u>	
Caja de cartón o jaula, con 12 unidades.	20
<u>Arándanos</u>	
12 bandejas de 1 pinta c/u (1 pt = 0,551 dm ³).	11
<u>Brócoli</u>	
Caja de cartón o jaula con 14-18 unidades.	23
<u>Repollo</u>	
Caja de cartón, jaula o bolsa.	50
<u>Zanahorias (sin hojas)</u>	
48 unidades, en bolsas plastilleras de 1 lb.	48
En bolsas, según lo indicado.	25 y 50

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Coliflor</u>	
Caja de cartón, envueltas con plástica.	25
Jaula Long Island.	60
<u>Apio</u>	
Caja de cartón o jaula.	60
<u>Cerezas</u>	
Caja de cartón o de madera.	18 y 20
<u>Repollo chino</u>	
Jaula para apio.	50
<u>Cítricos</u>	
<u>Pomelos</u>	
Caja de cartón de 4/5 bushel (Florida).	40
Caja de cartón (Arizona y California).	34
Caja de cartón de 7/10 bushel (Texas).	40
<u>Limonos</u>	
Caja de cartón (Arizona y California).	38
<u>Limas</u>	
Caja de cartón	10, 38 ó 40
<u>Naranjas</u>	
Caja de cartón de 4/5 bushel (Florida).	43
Caja de cartón (Arizona y California).	38
Caja de cartón de 7/10 bushel (Texas).	42
<u>Cruza de pomelo y mandarina (Tangelo)</u>	
Caja de cartón o jaula de 4/5 bushel.	43
Caja de cartón de 1/2 bushel.	30
<u>Mandarinas</u>	
Caja de cartón o jaula de 4/5 bushel.	43
Caja de cartón (Arizona y California).	25

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Choclos</u>	
Jaula, 4 - ½ - 5 docenas.	42
<u>Pepinos</u>	
Caja de cartón o jaula de 1 bushel ó 1.1/9 bu	55
<u>Berenjenas</u>	
Caja de cartón o jaula de 1 bushel ó 1.1/9 bu	33
<u>Escarola</u>	
Caja de cartón o jaula de 1.1/9 bu	25
Caja de cartón con 24 unidades.	34
<u>Ajo</u>	
Caja de cartón.	30
<u>Uvas</u>	
<u>De mesa</u>	
Caja de madera o de cartón.	20 y 24
Caja de madera o de cartón (Chile).	18
<u>Para jugo</u>	
Caja de madera.	36 y 42
<u>Hortalizas de hoja (excepto espinaca).</u>	
Canasto, caja de cartón o jaula de 1 bushel.	25
Caja de cartón o jaula, en atados.	35
<u>Kiwi</u>	
Planchuela de 1 capa.	7 y 8
<u>Lechuga</u>	
<u>Iceberg</u>	
Caja de cartón con 24 unidades.	50
<u>Romaine</u>	
Caja de cartón o jaula de 1.1/9 bushel.	22
Caja de cartón o jaula con 24 unidades.	40

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Otras</u>	
<u>Boston</u>	
Caja de cartón con 24 unidades.	20
<u>Leaf</u>	
Jaula de 1.1/9 bushel.	14
Caja de cartón con 24 unidades.	25
<u>Mangos</u>	
Cajita, con 1 capa.	10 y 14
<u>Melones</u>	
<u>Cantalupenses</u>	
Caja de cartón o jaula.	40
<u>Rocío de miel y varios</u>	
Caja de cartón.	30
<u>Sandías</u>	
Caja de cartón o de madera.	75
<u>Pelones</u>	
Caja de cartón o de madera con 2 capas.	22
1/2 bushel sin acomodar.	25
Caja de cartón o de madera con 2 capas (Chile).	18
<u>Chauchas turcas</u>	
Canasta o jaula de 1/2 bushel.	15
<u>Cebolla</u>	
Sacos, según lo indicado.	25 y 50
<u>Cebolla de verdeo</u>	
Caja de cartón, 48 atados.	13
<u>Papaya</u>	
Caja de cartón (Hawaii).	10



<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Perejil</u>	
Envase de 1 bushel de capacidad, 60 atados.	21
<u>Duraznos</u>	
Caja de cartón o jaula.	38
Caja de cartón, 2 capas.	22
Caja de cartón o de madera, 2 capas (Chile).	18
<u>Peras</u>	
Cajón o caja de cartón de 4/5 bushel.	45 y 46
<u>Pimientos</u>	
Caja de cartón o jaula de 1 ó 1.1/9 bushel.	28
Caja de cartón (California, Texas y México).	30
<u>Pimientos, otros</u>	
<u>Fingerhot</u> : Caja de cartón de 1/2 bushel.	15
<u>Ialopeno</u> : Caja de cartón de 1/2 bushel.	18
<u>Caqui</u>	
Caja de cartón o de madera, 1 capa.	11
<u>Ananá</u>	
Caja de cartón, 2 capas.	40
<u>Ciruelas</u>	
Canasto o caja de cartón de 1/2 bushel.	30
Caja de cartón o de madera, en 2 capas (Chile).	18
<u>Granadas</u>	
Caja de cartón o de madera, en 2 capas.	22
<u>Papas</u>	
Sacos, según lo indicado.	
Caja de cartón.	50
<u>Rábanos (sin hojas)</u>	
Caja de cartón con 30 bolsas de 6 onzas (1 oz = 28,35 g).	12
Cartón o jaula, 48 atados.	35

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

<u>Producto</u>	<u>Peso</u>
<u>Frambuesas</u>	
Cajita de 12 unidades, 1/2 pt. (1 pt = 0,550 dm ³).	6
<u>Espinaca</u>	
Canasto, caja de cartón o jaula de 1 bushel.	25
<u>Zapallo</u>	
<u>Cáscara blanda</u>	
Canasto, caja de cartón o jaula de 1/2 bushel.	21
Caja de cartón o de madera.	26
<u>Cáscara dura</u>	
Jaula de 1-1/9 bushel.	50
<u>Frutillas</u>	
Cajita de 12 unidades, 1 pinta.	12
<u>Batatas</u>	
Caja de cartón o jaula.	50
<u>Tomates</u>	
Caja de madera con 3 capas.	30
Caja de cartón.	25
Cajita de 2 capas.	20
<u>Guindas</u>	
Cajita de 12 unidades, 1 pinta.	15
<u>Nabos</u>	
Canasto o bolsa de 1 bushel.	50

TABLA DE EQUIVALENCIAS PARA EMBARQUES DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE FLORIDA

Al 1° de enero de 1989

Mercadería	Envase	Peso del embalaje para camión		Peso total para transporte automotor		Peso total para vagón plataforma
		Libras	Libras	Libras	Libras	
<u>Citricos</u>						
Pomelos	Caja de cartón, jaula	40	60.000	60.000	45.000	
Naranjas	Caja de cartón, jaula	43	60.000	60.000	45.000	
Cruza de mandarina c/pomelo	Caja de cartón, jaula	43	60.000	60.000	45.000	
Mandarinas	Caja de cartón, jaula	43	60.000	60.000	45.000	
Temples	Caja de cartón, jaula	43	60.000	60.000	45.000	
Varios	Caja de cartón	45	60.000	60.000	45.000	
<u>Hortalizas</u>						
Porotos	Envase de 1 bushel de capacidad	30	60.000	60.000	32.000	
Repollo	Jaula, saco, caja de cartón	50	60.000	60.000	45.000	
Zanahorias	48-1 lb	48 y 50	80.000	80.000	40.000	
Coliflor	Caja de cartón	25	42.000	42.000	31.000	
Apio	Jaula, caja de cartón	60	60.000	60.000	45.000	
Repollo chino	Jaula	50	60.000	60.000	40.000	
Choclo	Jaula	42	60.000	60.000	42.000	
Pepinicos	Envase de 1 y 1-1/9 bus.de capacidad	55	60.000	60.000	45.000	
Berenjenas	Envase de 1 y 1-1/9 bus.de capacidad	33	60.000	60.000	40.000	
Escarola	Jaula, caja de cartón	25	60.000	60.000	31.000	
Hortalizas de hoja	Envase de 1 bushel de capacidad	25	34.000	34.000	25.000	
Lechuga Iceberg	Caja de cartón	50	60.000	60.000	45.000	
Lechuga Romaine	Envase de 1-1/9 bushel de capacidad	22	60.000	60.000	36.000	
Lechuga, Otras	Envase de 1-1/9 bushel de capacidad	22	40.000	40.000	20.000	
Chaucha turca	Envase de 1 bushel de capacidad	30	60.000	60.000	32.000	
Cebollas	Sacos	50	100.000	100.000	45.000	

./

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Mercadería	Envase	Peso del embalaje para camión	Peso total para transporte automotor	Peso total para vagón plataforma
Perejil	Caja de cartón	21	40.000	21.000
Pimientos	Envase de 1 y 1-1/9 bu de capacidad	28	57.000	41.000
Papas	Quintal	100	80.000	40.000
Rábanos, paquetes	30-6 onzas	12	60.000	40.000
Rábanos, a granel	Bolsa	40	60.000	40.000
Arvejas del Sur	Envase de 1 bushel de capacidad	25	31.000	24.000
Zapallo	Envase de 1 y 1-1/9 bus.de capacidad	42	60.000	40.000
Tomates	Caja de cartón	25	65.000	40.000
Tomates Perita	Cajón chato	15	---	---
Otras hortalizas frescas		25	60.000	40.000
Otras hortalizas, procesadas	Peso real		60.000	40.000
<u>Frutas varias</u>				
Paltas	Cajón chato	13	60.000	40.000
Limones	Caja de cartón	42	89.000	45.000
Limas	Caja de cargón	38	60.000	36.000
Mangos	Cajón chato	14	60.000	40.000
Duraznos	Envase de 1/2 bushel de capacidad	25	60.000	35.000
Frutillas	Cajón chato	12	40.000	24.000
Sandías	Peso real		60.000	45.000
Otras frutas	Bulto	45	60.000	35.000

/.

ENVASES DE EXPORTACION

A continuación se proporcionan las normas de envases y pesos que se usan en las exportaciones de los Estados Unidos. Cada rubro contiene toda o parte de la siguiente información y en el orden indicado más abajo.

Peso en kilogramos, (peso en libras estadounidenses), zona de embarque, tipo de envase, forma de embalaje y/o cantidad de artículos por envase.

FRUTAS FRESCASManzanas

18-20,25 kg (40-45), caja de cartón, embalaje con bandejas.

16,65-19,8 kg (37-44), caja de cartón, embalaje con celdas.

16,65-19,35 kg (37-43), caja de cartón o cajón, por tiradas.

16,2 kg (36), caja de cartón, 12 bolsas de 3 lb c/u (1 lb = 453,6 g).

18 kg (40), caja de cartón, 8 bolsas plastilleras de 5 lb c/u.

Paltas

11,25-12,60 kg (25-28), caja de cartón, caja chata o caja de madera, dos capas.

5,625-6,3 kg (12½-14), caja de cartón o caja chata, una capa.

16,2-18 kg (36-40), Florida: caja de cartón de 4/5 bushel de capacidad (1 bu = 35,238 dm³).

Fresas. Arándanos

4,95-5,4 kg (11-12), 12 bandejas de 1 pinta c/u (1 pt = 0,550 dm³).

. Arándanos agrios

10,8 kg (24), caja de cartón, 24 envases de 1 lb c/u.

Frutillas

4,5-5,4 kg (10-12), 12 bandejas de 1 pinta c/u.

14,4 kg (32), jaula de 16 cuartos de galón de capacidad (1 quart = 1,137 dm³).

Higos

2,25 - 2,7 kg (5-6), caja chata, una capa, envase con bandejas.

4,5-6,75 kg (10-15), caja chata, dos capas, envase con bandejas.

Pomelos

19,3 kg (42½), Florida: caja de cartón de 4/5 bushel.

18,1 kg (40), Texas: caja de cartón de 7/10 bushel.

16,1 kg (35½), California-Arizona: caja de cartón.

Uvas

9,9 kg (22), California Coachella Valley: caja de madera, embalaje común.

10,35 kg (23) en California; otras regiones: caja de madera o de cartón, embalaje común.

Kiwi

2,925-3,6 kg (6½-8), California: cajita de una capa, tamaños 25-49.

9,45-10,35 kg (21-23), California: caja de madera.

Limonas

Caja de cartón de 18,1 kg (40).

Limas

Caja de cartón de 9 kg (20).

Envase de 4,5 kg (10) y 1/5 bushel de capacidad.

Mandarinas. Cruza mandarina y pomelo (Tangelos)

18,1-20,4 kg (40-45), Florida: caja de cartón de 4/5 bushel de capacidad.

12,5-13,6 kg (27½-30), caja de cartón de 1/2 bushel de capacidad.

. Mandarinas

21,15-22,5 kg (47-50), Florida: caja de cartón de 4/5 bushel de capacidad.

11,25-13,5 kg (25-30), California: caja de cartón de 1/2 bushel de capacidad.

Mangos

6,3 kg (14), Florida: cajita.

4,5-4,95 kg (10-11), México: caja de madera.

Melones. Variedad Cantalupenses

15,75-16 kg (35-40), 1/2 caja de cartón o jaula con 12, 15, 18 ó 23 unidades.

31,5-36 kg (70-80), jaula jumbo, con 18 a 45 unidades.

28,35-24,75 kg (53-55), 2/3 caja de cartón con 15, 18, 24 ó 30 unidades.

. Variedad melón de la China/India (Casabas)

14,4-15,3 kg (32-34), caja de cartón con 4, 5, 6 u 8 unidades.

. Variedad Crenshaws

13,05-14,4 kg (29-32), caja de cartón con 4, 5, 6 u 8 unidades.

. Variedad Rocío de miel (Honeydews)

13,05-14,4 kg (29-32), caja de cartón, diversas cantidades.

18 kg (40), jaula chata, envase común.

. Variedad Persians

15,75-22,5 kg (35-50), caja de cartón con 4, 5 ó 6 unidades.

Pelones*Libras*

9,9 kg (22), Los Angeles, California: caja de madera, embalaje con bandejas, dos capas.

11,25 kg (25), caja de madera o de cartón, embalaje comprimido.

Naranjas

20,4 kg (45), Florida: caja de cartón de 4/5 bushel de capacidad.

19,3-20,4 kg (42½-45), Texas: caja de cartón de 7/10 bushel de capacidad.

17,9 kg (39½), California-Arizona: caja de cartón de 7/10 bushel de capacidad.

Duraznos

9,9 kg (22), California: dos capas caja de madera o de cartón.

8,1 kg (18), California: cajón del tipo de duraznos Western.

11,25 kg (25), Otras regiones: jaula o caja de cartón de 1/2 bushel de capacidad.

17,1 kg (38), Otras regiones: jaula o caja de cartón de 3/4 bushel de capacidad.

Mangos (Papaya)

4,5 kg (10), caja de cartón.

Peras

20,25-21,6 kg (45-48), cajón o caja de cartón comunes, con envoltura.

16,2 kg (36), caja de cartón, embalaje comprimido.

Ananás

18 kg (40), caja de cartón de dos capas.

9 kg (20), caja de cartón de una capa.

Ciruelas

12,6-13,5 kg (28-30), caja de madera o de cartón, por tiradas.

10,8-14,4 kg (24-32), jaula con cuatro canastos.

Ciruelas desecadas

13,5 kg (30), caja de cartón.

Sandías

18.000 kg (40.000), Western y New México: sin embalaje.

20.250 kg (45.000), Florida, Texas y otros estados: sin embalaje.

360-450 kg (800-1.000), Florida, Texas y otros estados: en cajas por tiradas, tamaño pequeño.

630-810 kg (1.400-1.800), Florida, Texas y otros estados: en cajas sin embalaje, tamaño pequeño.

29,25-36 kg (65-80), Florida, Texas y otros estados: caja de cartón.

29,25-36 kg (65-80), Texas y México: caja de cartón, 3 ó 4.

HORTALIZAS FRESCASAlcahuciles

9-10,25 kg (20-25), caja de cartón o caja, por recuento o tiradas.

Espárragos

13,5-16,2 kg (30-36), jaula piramidal.

6,75-7,65 kg (15-17), jaula semipiramidal o caja de cartón.

10,8-11,25 kg (24-25), caja de cartón o 16 atados de 1 lb c/u.

Brócoli

9-10,8 kg (20-24), 14 a 18 atados, caja de cartón.

Repollo

22,5-24,75 kg (50-55), saco, jaula o caja de cartón.

. Variedad Savoy

16,65 kg (37), saco, jaula o caja de cartón.

Zanahorias

10,35-12,15 kg (23-27), atados: caja de cartón, atados de 2 docenas c/u.

21,5 kg (48), sin hojas: 48 bolsas de 1 lb c/u ó 24 de 2 lb en contenedor.

11,25-24,75 kg (25-55), sin hojas: bolsa de red, a granel, según lo indicado.

6,75-7,65 kg (15-17), mini: 20 bolsas de celofán de 12 onzas c/u (1 oz = 28,35 g).

Coliflor

8,1-10,8 kg (18-24), cajita o caja de cartón de dos capas con 9-16 piezas sin hojas.

20,25-24,79 kg (44-55), jaula tipo Long Island.

Apio

27-29,5 kg (60-65), California: jaula de 15½ pulgadas, embalaje plano.

24,75-27 kg (55-60), Florida: jaula de 14½ pulgadas.

. Pencas de apio

10,8-12,6 kg (24-28), California: caja de cartón de 12 bolsas de polietileno (2 a 3 unidades c/u).

14,4-17,1 kg (32-38), Florida: caja de cartón de 12 bolsas plásticas (2 a 3 unidades c/u).

Repollo chino

22,5-23,85 kg (50-53), jaula de 15½ pulgadas atada con alambre.

18-20,25 kg (40-45), jaula de 1.1/9 bushel de capacidad, atada con alambre.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONESChoclos

18,9-22,5 kg (42-50), jaula atada con alambre, 4½ a 5 docenas.

15,75-18 kg (35-40), sacos.

Pepinos

22,5-24,75 kg (50-55), caja de cartón de 1 bushel de capacidad o jaula atada con alambre.

22,5-24,75 kg (50-55), caja de cartón de 1.1/9 bushel de capacidad y atada con alambre.

12,6-14,4 kg (28-32), Los Angeles, caja de cartón.

9,9-12,6 kg (22-28), caja de cartón de 24.

Escarola/Endibia

13,5-16,2 kg (30-36), caja de cartón o jaula de 24 plantas atada con alambre.

11,25-12,6 kg (25-28), jaula de 1.1/9 bushel atada con alambre.

Lechuga. Var. Iceberg

16,2-20,25 kg (36-45), caja de cartón tipo Western Iceberg de 18-30 plantas, celofán.

. Var. Romaine

9-11,25 kg (20-25), jaula de 1.1/9 bushel de capacidad, atada con alambre.

Cebolla. Bulbo

22,5 kg (50), saco.

11,25 kg (25), saco.

20,25 kg (45), caja de cartón, 15 bolsas de 3 lb.

18 kg (40), caja de cartón, 20 bolsas de 2 lb.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES. Verdeo

6,75-11,25 kg (15-25), caja de cartón o jaula, 4 atados de 4 docenas.

9 kg (20), caja de cartón o jaula, atados de 2 docenas.

Pimientos

11,25-13,5 kg (25-30), caja de cartón de 1 bushel de capacidad.

. Ajies (var. Bell)

11,25-13,5 kg (25-30), California: jaula de 1 1/9 bushel atada con alambre.

12,15-15,3 kg (27-34), California: caja de cartón.

. Var. Chile

7,2-11,25 kg (16-25), California: caja de madera o de cartón.

9 kg (20), Texas y México: caja de cartón de 3/4 bushel de capacidad.

Papas

45 kg (100), saco de 100 lb.

22,5 kg (50), saco o caja de cartón de 50 lb.

9 kg (20), bolsa de papel o de polietileno de 20 lb.

22,5 kg (50), 5 bolsas de polietileno o de papel de 10 lb.

22,5 kg (50), 10 bolsas de polietileno o de papel de 5 lb.

Rábanos (sin hojas)

5,4 kg (12), caja de cartón, o 25 bolsas de polietileno de 8 onzas.

4,95-5,4 kg (11-12), caja de cartón, o 30 bolsas de polietileno de 6 onzas.

18 kg (40), bolsa de polietileno de 40 lb.

Zapallo. Invierno

18-22,5 kg (40-50), jaula de 1 1/9 bushel de capacidad.

360-405 kg (800-900), envase de cartón, plegable y retornable.

405-900 kg (900-2.000), envases de materiales diversos.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONESVerano

9,45 kg (21), jaula o caja de cartón de 5/9 bushel de capacidad.

9,45 kg (21), canasto o caja de cartón de 1/2 bushel de capacidad.

10,8-12,6 kg (24-28), caja de cartón o caja de madera tipo Los Angeles.

8,1-9,9 kg (18-22), 3/4 caja de madera.

18,9-20,25 kg (42-45), jaula de 1 1/9 bushel.

Batatas

22,5 kg (50), caja de cartón o canasto de 1 bushel de capacidad.

18 kg (40), California: caja de cartón.

Se proporciona la escala de pesos para la mayoría de los productos. Puede ocurrir que los pesos reales sean mayores o menores que los límites señalados. Si se deseara trabajar con un solo valor se deberá calcular el peso promedio de la escala.

Fuente: "Conversion Factors and Weights and Measures for Agricultural Commodities and Their Products", Statistical Bulletin N° 616, USDA's Economics Statistics and Cooperative Service.

1990 North American Export Directory/15.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CUADRO 36 - AJIES: COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION, AREAS SELECCIONADAS DE FLORIDA Y MEXICO, 1984/85 (1)

R u b r o	F l o r i d a		Sinaloa
	Palm Beach	Sudoeste	
	Dólares/acre		
Pre-cosecha:			
Arrendamiento de la tierra	375,00	240,00	64,41
Maquinaria	513,00	473,23	147,00
Fertilizantes	395,60	362,04	104,50
Pesticidas	319,43	489,38	190,91
Mano de obra y supervisión	623,04	400,31	390,34
Intereses	121,11	113,67	55,65
Otros insumos (2)	657,41	741,55	427,87
Total pre-cosecha	3.004,59	2.820,18	1.380,68
	Bushels/acre		
Rendimiento	875	900	708,5
	Dólares/bushel		
Costo pre-cosecha	3,43	3,13	1,95
Cosecha y embalaje:			
Recolección y embalaje	(3) 1,15	(4) 2,21	(3) ,95
Materiales	,88	,73	1,06
Transporte y acarreo	,20	,22	NC
Administración	(5)	(5)	,10
Total cosecha y embalaje	2,23	3,16	2,11
Comercialización:			
Ventas (comisiones)	,40	,30	1,46
Transporte	NC	NC	1,31
Aranceles, impuestos	NC	NC	,97
Total comercialización	,40	,30	3,74
Costo total	6,06	6,59	7,80

NC: Indica "no corresponde".

(1) El detalle de los costos aparece en el apéndice..

(2) Incluye los costos de administración y gastos generales.

(3) Incluye mano de obra y maquinaria.

(4) Incluye mano de obra, mantenimiento y depreciación de la maquinaria y de los inmuebles, intereses sobre las inversiones de capital, materiales varios, costos de administración.

(5) Los costos de administración para Florida se incluyen en los costos de recolección.

CUADRO 37 - PEPINOS: COSTOS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION, AREAS SELECCIONADAS DE FLORIDA Y MEXICO, 1984/85 (1)

Rubro	Florida Sudoeste	Sinaloa
	Dólares/acre	
Pre-cosecha:		
Arrendamiento de la tierra	240,00	64,41
Maquinaria	384,74	129,20
Fertilizantes	343,15	54,77
Pesticidas	315,85	152,48
Mano de obra y supervisión	588,96	285,63
Intereses	63,87	39,41
Otros insumos (2)	408,22	105,58
Total pre-cosecha	2.344,79	831,15
	Bushels/acre	
Rendimiento	500	499
	Dólares/bushel	
Costo pre-cosecha	4,69	1,66
Cosecha y embalaje:		
Recolección y embalaje	(3) 2,87	(4) 1,29
Materiales	,76	,86
Transporte y acarreo	,24	,11
Administración	(5)	
Total cosecha y embalaje	3,87	2,26
Comercialización:		
Ventas (comisiones)	,25	1,50
Transporte	NC	1,62
Aranceles, impuestos	NC	1,50
Total comercialización	,25	4,62
Costo total	8,81	8,54

NC: Indica "no corresponde".

- (1) El detalle de los costos aparece en el apéndice.
- (2) Incluye los costos de administración y gastos generales.
- (3) Incluye mano de obra, mantenimiento, depreciación de los inmuebles y de la maquinaria, intereses sobre las inversiones de capital, materiales varios, costos de administración.
- (4) Incluye mano de obra y maquinaria.
- (5) Los costos de administración para Florida se incluyen en los costos de recolección.

F L E T E A E R E OPAN AM

Buenos Aires a New York

Contenedores de hortalizas 1000 lb.mínimo U\$S1,30/kilo

Costos para carga sin embalar:

<u>Kilos</u>	<u>/Kilo</u>
0 - 45	4,97
45 - 300	3,85
300 - 500	2,45

AEROLINEAS ARGENTINAS

Buenos Aires a Miami

Costos para carga sin embalar:

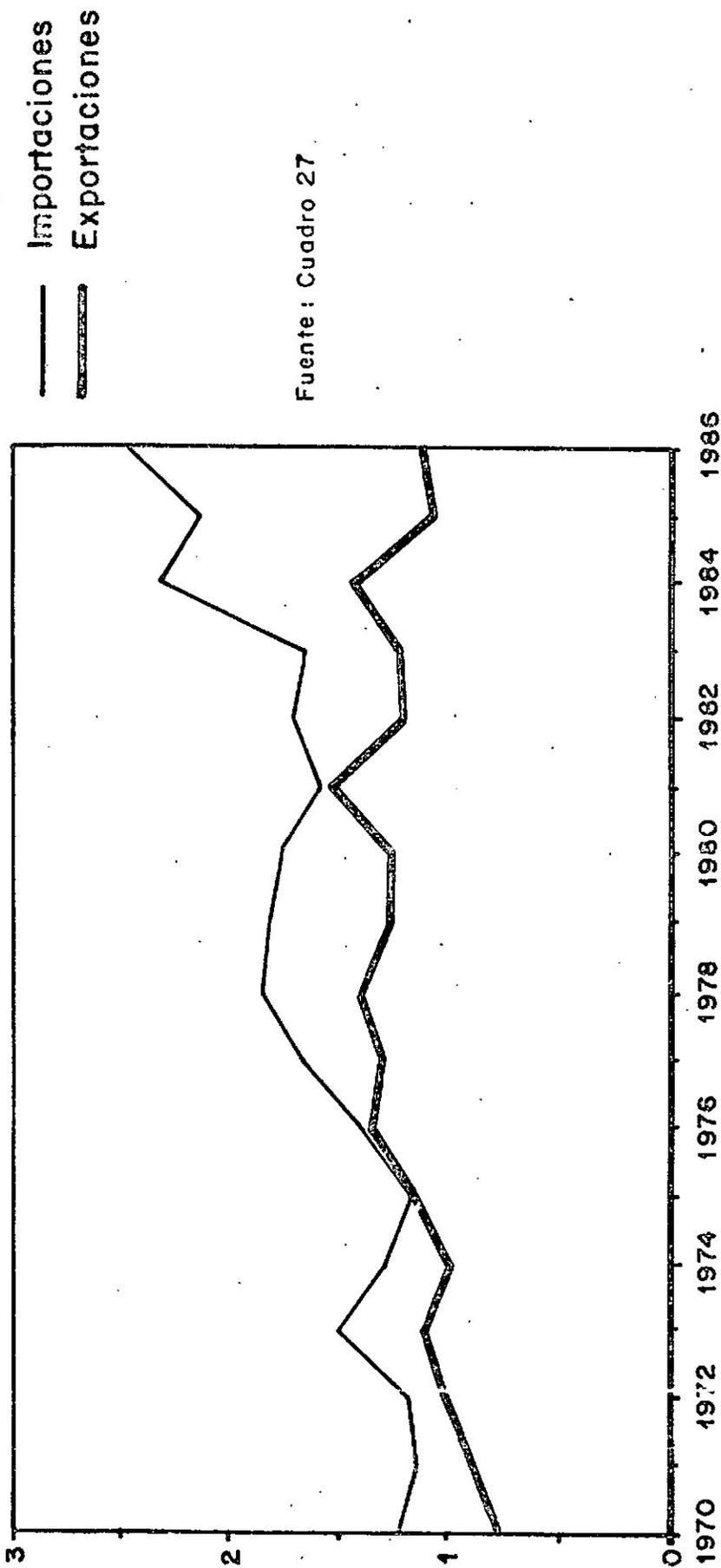
<u>Kilos</u>	<u>/Kilo</u>
0 - 45	4,97
45 - 100	3,85
100 - 300	2,83
500 y más	2,45

Reglamento Práctico General:

En contenedores - U\$S 1,80/kilo

Grafico 7: — Importaciones y Exportaciones . Mercado de hortalizas frescas. 1970 - 86.

En miles de millones de libras.



Fuente: Cuadro 27



REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFIA.

Mientras no se realice la publicación del presente estudio, deseamos señalar el material bibliográfico de donde se extrajeron informaciones, ideas y las citas y párrafos que se reprodujeron a los fines del estudio.

Las referencias de especial interés citadas en el estudio se indican con asteriscos (*)

- 1.* Harmonized Tariff Schedule of the United States, 1990 (Sistema Arancelario Armonizado de los Estados Unidos).
- 2.* Marketing Chile Fruits and Melons, 1986-1987, Federal, State Market News Service, USDA (Comercialización de frutas y melones de Chile).
- 3.* Department of Health and Human Services, 'Public Health Service, Food and Drug Administration, HHS Publication N°82-2142.
(Ministerio de Salud y Asistencia Social, Area de Salud Pública, Administración de Alimentos y Drogas).
- 4.* Preparing and Presenting a Customs Entry/Entry Summary, U.S. Customs.
(Confección y presentación de una declaración de aduana/resumen de declaración, Aduana de los EE.UU.).
- 5.* United States Department of Agriculture, Animal and Plant Health Inspection Service, Section 319,56. Fruits and vegetables. (Ministerio de Agricultura de los Estados Unidos, Servicio de Inspección Sanitaria Animal y Vegetal, Apartado 319,56, Frutas y Hortalizas).
- 6.* Requirements of Laws and Regulations Enforced by the United States Food and Drug Administration, U.S. Department of Health and Human Services, Public Health Service, FDA.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

(Requisitos en materia de leyes y disposiciones emanadas de la Administración de Alimentos y Drogas de los Estados Unidos, Ministerio de Salud y Asistencia Social, Area de Salud Pública).

- 7.* The Food Defect Action Levels, Department of Health and Human Services, Public Health Service, FDA (Procedimientos a seguir respecto a los alimentos que no cumplen con los requisitos establecidos).
- 8.* Federal Food Drug and Cosmetic Act As Amended and Related Laws, August, 1985.
(Ley federal del uso de productos químicos en alimentos y de cosméticos modificada y leyes afines).
- 9.* Artículos publicados por el Agricultural Marketing Service, USDA, N°945,341, fascículo 945.
- 10.* Marketing Agreements and Orders, USDA, Fruits and Vegetables.
(Convenios e instrucciones para la comercialización).
11. Diversos informes periódicos publicados por el United States Department of Agriculture, Agricultural Marketing Service, Fruit and Vegetable Division.
12. Windows and Opportunities for Regional, National and Institutional Marketing of Fresh Produce from Georgia. Epperson and Mc Hue, diciembre de 1985.
(Nichos y oportunidades para la comercialización de productos en fresco de Georgia, a nivel regional, nacional e institucional).
13. Market Access Considerations Regarding Produce Sales From Growers To Wholesales Handlers, Brooker, Epperson, Law and Bateman, Southern Cooperative Series Bulletin, N°295, Nov.1983.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

(Consideraciones acerca de la inserción en el mercado en relación con la venta del productor al mayorista).

14. Wholesale Market Prices, Atlanta, Fresh Fruits and Vegetables, USDA, Fruit and Vegetable Division.
(Precios mayoristas en el mercado de Atlanta de frutas y hortalizas).
15. Marketing Mexico Fruits and Vegetables, 1988-1989. Fruit and Vegetable Market News Service, USDA.
(Comercialización de frutas y hortalizas de origen mexicano).
16. Marketing Florida Vegetables Summary, 1988-1989 Season. USDA, Fruit and Vegetable Division, Market News Branch.
(Comercialización de hortalizas procedentes de Florida, Síntesis de la Campaña 1988-1989).
17. Marketing Caribbean Basin Fruits and Vegetables, 1987-88 Season, USDA, Fruits and Vegetable Division, Market News Branch.
(Comercialización de frutas y hortalizas de la Cuenca del Caribe, Síntesis de la Campaña 1987-88).
18. Market Windows for Selected Georgia Vegetables, Mizelle, Cooperative Extension Service, University of Georgia, Bulletin 887, Marzo de 1983.
(Nichos para hortalizas seleccionadas procedentes de Georgia).
19. Foreign Agricultural Trade of the United States. FY 1987 Supplement, USDA Economic Research Service.
(Comercio Agrícola Exterior de los Estados Unidos. Suplemento correspondiente al año fiscal de 1987).
20. Fresh Fruit and Vegetable Shipments, Calendar Year 1988, USDA, Agricultural Marketing Service, Fruit and Vegetable Division, Market News Branch.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

(Embarques de frutas y hortalizas frescas, año civil 1988).

21. Non-Citrus Fruits and Nuts, 1988 Summary, USDA, Agricultural Statistic Board, January 1989.
(Frutas no cítricas y nueces. Síntesis del año 1988).
22. Outlook for Vegetables, Agricultural Economic Research Service, USDA, Shannon Hamm, noviembre de 1989.
(Panorama de las hortalizas).
23. 1990 Outlook for Fruit and Tree Nuts, Economic Research Service, Katherine C. Buckley, 29 de noviembre de 1989.
(Panorama de las frutas frescas y secas del año 1990).
24. US Imports of Fruits and Vegetables Under Plant Quarantine Regulations, FY 1986, USDA, Economic Research Service, Joan Pearrow.
(Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas sujetas al régimen de cuarentena, año fiscal de 1986).
25. US Imports of Fruits and Vegetables Under Plant Quarantine Regulations, FY 1985, USDA, Economic Research Service, Mary L. Wright.
(Importaciones estadounidenses de frutas y hortalizas sujetas al régimen de cuarentena, año fiscal de 1985).
26. Horticultural Products Review, USDA, Foreign Agricultural Service, marzo de 1989.
(Revista de productos hortícolas).
27. Non-Citrus Fruits and Nuts, USDA, National Agricultural Statistics Service, 1988 mid year supplement released July 10, 1989.
(Frutas no cítricas y nueces; Servicio Nacional de Estadísticas Agrícolas, Suplemento correspondiente al primer semestre de 1988, publicado el 10 de julio de 1989).

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

28. Horticultural Products Review, USDA, Foreign Agricultural Service, julio de 1989.
29. Vegetables, 1988 Summary, USDA, Agricultural Statistics Board, julio de 1989.
(Hortalizas, Síntesis del año 1988).
30. Fruit and Tree Nuts, USDA, Economic Research Service, noviembre de 1989.
31. Florida and Mexico Competition for the Winter Fresh Vegetable Market, USDA, Economic Research Service, Agricultural Economic Report N°556, Buckley, Van Sickle, Bredahl, Belibasis, and Gutierrez, junio de 1986.
(Competencia de Florida y México por el mercado invernal de frutas y hortalizas frescas).
32. Citrus Fruits, 1989 Summary, USDA, National Agricultural Statistics Service, septiembre de 1989.
33. Vegetables and Specialties, USDA, Economic Research Service, noviembre de 1989.
34. Fresh Fruits and Vegetables, USDA, Economic Research Service.
35. Some Characteristics of the U.S. Market for Nine Selected Imports, 1975 to '85. Richard N. Brown, Jr. y Nydiar Suárez.
(Algunas características del mercado estadounidense respecto a nueve productos importados seleccionados).
36. Fruits and Vegetables, W.H. Crocker, Chief Market News Branch, Fruits and Vegetable Division, Agricultural Marketing Service.
37. Horticultural Products Review, USDA, Foreign Agricultural Service, no-

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

viembre y diciembre de 1989.

38. Fruits and Tree Nuts, USDA, Economic Research Service, agosto de 1989.
(Frutas frescas y secas).
39. Vegetables and Specialties, USDA, Economic Research Service, agosto de 1989.
40. Fruit, USDA, Economic Research Service, julio de 1987.
41. 1990 North American Export Directory.
(Guía norteamericana de exportación del año 1990).
42. The Packer, Vance Publishing Corporation, Shawnee Mission, Kansas.
(El embalador).
43. The Packer, 1989 Produce Availability and merchandising Guide.
(El embalador, Guía 1989 de Disponibilidad y Comercialización del Producto).
44. The Packer. Vance Publishing Corporation, Overland Park, Kansas.
45. Farmer Statistics, 1989, USDA ACS.
46. Cooperatives' Positions in the Fresh Vegetable Industry, USDA ACS, Report N°82.
(El lugar que ocupan las cooperativas en la industria de las hortalizas frescas, USDA ACS, Informe N° 82).
47. Cooperative's Principles and Legal Foundations, USDA ACS, julio de 1988.
(Principios y bases legales de la cooperativa).

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

48. Cooperative Organization and Structure, USDA ACS, septiembre de 1988.
(Organización y estructura cooperativa).
49. Farmer Cooperative Publications, USDA ACS, diciembre de 1988.
(Publicaciones de las Cooperativas de Agricultores).
50. Directory of Farmer Cooperatives, USDA ACS, enero de 1989.
(Guía de cooperativas de agricultores).
51. Farmer Cooperatives, ACS USDA, diciembre de 1989.
(Cooperativas de agricultores).
52. Tropical Products Transport Handbook, USDA, Office of Transportation,
agosto de 1987.
(Manual del transporte de productos de origen tropical).