

MFN-35

2029

POSIBILIDADES DE COMERCIALIZACION  
DE FRUTOS TROPICALES  
Provincia de Misiones

SECRETARIO GENERAL DEL CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
Ing. Juan José Ciàcera

DIRECCION DE COOPERACION TECNICA  
Ing. Susana Blundi

AREA ACTIVIDAD ECONOMICA  
Lic. Francisco del Carril

DEPARTAMENTO DESARROLLO PRODUCTIVO  
Ing. Teresa L. Barzelogna



AUTOR  
Lic. José Luis Gandini

H 41121  
I 2111  
O 322(2)  
H 12221

1993

# CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

## COLABORADORES

Diseño de portada  
Arq. Eduardo L. Barrón

Diseño asistido por computadoras  
Sr. Norberto E. Gardella  
Sr. Marcelo F Pérez

Compaginación, troquelado y abrochado  
Sr. Jorge A. Pani

## ORGANISMOS PROVINCIALES

Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial  
de la Provincia de Misiones  
Ing. Eduardo J. Villafafila  
Prof. Rafael Guillem

INDICE GENERAL

Temario	Pág.
1. <u>Mercado Interno</u>	2
1.1 <u>Estructura de la oferta</u>	2
1.1.1 Productos, zonas y volúmenes de producción. Variedades y rendimientos	3
1.1.2 Tendencias de la oferta provincial	17
1.2 <u>Estructura de la comercialización</u>	18
1.2.1 Identificación y caracterización de la red de comercialización	18
1.2.2 Normas legales que rigen la comercialización y la industrialización	36
1.3 <u>Estructura de la demanda</u>	40
1.3.1 Identificación, caracterización y localización del consumo	40
1.3.2 Determinación del consumo aparente	43

Temario	Pág
2. <u>Mercado Internacional</u>	45
2.1    Principales países exportadores e importadores	46
2.2    Factores básicos a considerar en la operatoria de las exportaciones	53
2.2.1  Principales puntos de ventas en el mercado inter nacional donde se fijan habitualmente los precios de referencia para los productos frutícolas	53
2.2.2  Principales puertos de importación	55
2.2.3  Condiciones de embarque	57
2.2.4  Naturaleza del envase y embalaje	58
2.3    Características generales de la red de comercialización	59
3. <u>Conclusiones y recomendaciones</u>	62
3.1 <u>Conclusiones</u>	62
3.2 <u>Recomendaciones</u>	64
3.2.1  Respecto a los productos	64
3.2.2  Respecto a los mercados	67

# CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Temario	Pág
<u>Anexos</u>	
Anexo A	Referencias 71
Anexo B	Localización de cultivos 78
Anexo C	Frutos comercializados en el Mercado Central 90
Anexo D	Información Provincial 100
Anexo E	Modelo resumido de Convenio productores y agroindustria 114
Anexo F	Principales países importadores 119
Anexo G	Principales países exportadores 128
Anexo H	Principales puertos de importación de frutas 138
Anexo I	Direcciones de exportadores e importadores 139

## Introducción

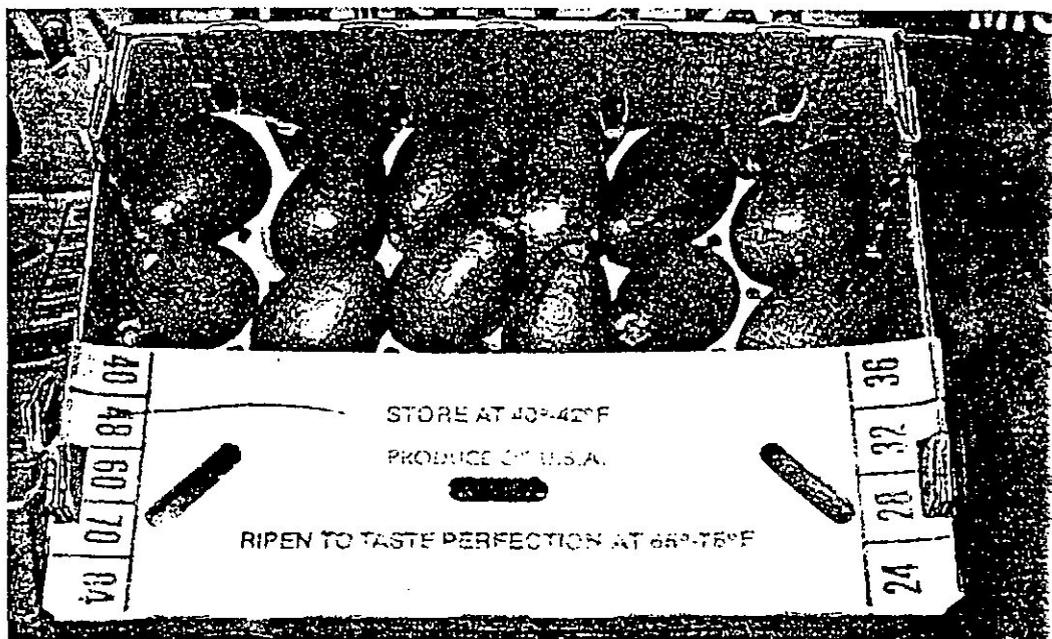
A propuesta de las autoridades de la Provincia de Misiones más específicamente del personal técnico del Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial, dentro del marco de Cooperación Técnica, el Consejo Federal de Inversiones llevó a cabo el estudio sobre "Posibilidades de Comercialización de frutos tropicales".

El trabajo trata sobre los aspectos generales de la comercialización de 7 especies de frutas tropicales o subtropicales: mamón, mango, palta, banana, ananás, palmito y guayaba; agregándose otras 5 especies no tropicales o subtropicales, a ser eventualmente cultivadas en la provincia; arándano, frambuesa, pera asiática, uva de mesa y manzana.

El criterio moderno de comercialización incluido el de productos agropecuarios, es que se deben producir aquellos productos o cultivar aquellas variedades - en el caso de las frutas - que demanda el mercado. Si se desea introducir un nuevo producto o variedad al mercado, debe tenerse una clara conciencia del riesgo que implica la nueva elección, asumiendo las nuevas formas que han de tomar no solamente los costos de comercialización sino también los costos de producción o explotación.

Así como una empresa industrial debe reacomodar su estrategia de marketing testeando permanentemente el mercado, ajustando el producto a los gustos del consumidor, el productor frutícola debe conocer la variedad de la fruta que cuenta con mayor probabilidad en el mercado. Una variedad implica una determinada forma de la fruta; color, olor, maduración y presentación, que hace que sea esa variedad y no otra, la más demandada.

Este dato, aunque importante, es un dato más dentro de la multiplicidad de datos que es necesario disponer para armar los mecanismos del análisis y las conclusiones respectivas. Para ello se ha recurrido tanto a la información primaria como secundaria; desde el Mercado Central de Buenos Aires, hasta la consulta a firmas que cultivan algunas de estas frutas, también mayoristas, entes como el I.N.T.A Naciones Unidas, embajadas etc y, por supuesto a productores y usuarios directos, gente vinculada al sector en la provincia de Misiones.



POSIBILIDADES DE COMERCIALIZACION

DE FRUTOS TROPICALES

Provincia de Misiones

1. MERCADO INTERNO

1.1. Estructura de la oferta.

Con respecto a la serie de frutos a estudiar, objeto de esta investigación, es de lamentar no poder contar con los datos básicos provinciales actualizados como por ejemplo; producción actual del mango, superficie cultivada y cosechada, rendimientos por hectárea, variedades, volúmenes de producción desagregados con destino al consumo fresco, al sector industrial etc,. Esta carencia se hace extensible no solamente a los otros frutos tropicales, tales como el guayabo, el mamón, el banano, el ananás, la palta y el palmito, sino también hacia los frutos restantes ya que la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca posee actualmente registrados datos estimados de manzana, uva y pera hasta la campaña 1987/88, casos como la guayaba, los últimos registros datan de la campaña 1964/65 y datos referentes a la frambuesa y el arándano se encuentran en procesamiento. Finalmente la pera asiática, es una fruta que se importa desde hace poco tiempo y sobre la cual la información que existe no es abundante. Este problema de actualización de los datos se reproduce en muchas provincias incluida la provincia de Misiones (ver 1, Anexo A).

Esta situación hace imposible a todas luces, dimensionar el tamaño adecuado de la oferta y, en consecuencia sus eventuales implicaciones, de ahí la obvia imposibilidad no solo de interpretar proyecciones, sino también de elaborarlas.

No obstante, se posee información de 1987 para atrás y durante estos seis años, no se ha producido dentro del mercado interno ningún acontecimiento de relevancia que haya alterado significativamente la estructura productiva de los cultivos de los frutos tropicales manteniendo sus características sin modificaciones.

1.1.1 Productos. Zonas y volúmenes de producción, Variedades y rendimientos

Mamón (Carica papaya)

El mamón conocido generalmente en el mercado mundial como papaya es una planta herbácea cuya altura oscila entre los 1,50 y 10 metros, crece en suelos sueltos provistos de buenos desagües, generando frutos que van desde 700 gramos hasta 12 kilos según la variedad y zona geográfica. La forma de la fruta es entre redondeada y ovalada. La piel, presenta una tonalidad de verde oscuro que cuando va alcanzando su madurez va tomando un color entre amarillo y anaranjado. El contacto de la pulpa con el paladar produce un gusto dulzón (ver 2, Anexo A)

La provincia de Formosa es la única que produce volúmenes importantes de mamón para ser regularmente colocado en el mercado. Esto no significa que provincias tales como Misiones o Corrientes no lo cultiven sino que lo regular en estas provincias es el cultivo a escala familiar, en volúmenes escasos, aunque circunstancialmente puedan producir para el mercado. (Ver mamón, Anexo B).

Los departamentos de Pirané, Pilcomayo, Pilagás, Lahisí y Formosa se destacan en el cultivo de este fruto.

En lo que se refiere a las variedades es de destacar que la variedad *Sunrise Sóló* de tamaño chico tiene buenas perspectivas cultivándosela en la provincia de Jujuy por ahora en volúmenes incipientes.

Formosa

campaña	superficie .			rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.	cosech.		
1984/85	30	8	22	11500	253
1985/86	30	7	23	9435	217
1986/87	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1987/88	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

\* superficies; cultivadas, no cosechada y cosechada está en hectáreas

\*\* s/d: sin datos

Fuente: SAGyP

Mango (Mangifera Indica)

Es una especie arbórea que prospera en climas tropicales y subtropicales en lugares con relativa abundancia de precipitaciones. Es conveniente que la floración coincida con el periodo de sequía, de esta manera, la fecundación de las flores puede realizarse en condiciones apropiadas.

Necesita suelos sin exceso de humedad siendo las temperaturas óptimas las que oscilen entre los 26 y 38 grados. El fruto es carnoso provisto de un carozo de gran tamaño. La piel es brillante, lisa presentando distintas tonalidades; verde, verde amarillo, amarillo oro, etc. La pulpa tiene un sabor dulce emanando a la vez un aroma muy singular, pudiendo llegar hasta 2700 grs de peso. Jujuy, Salta y Formosa son las principales provincias productoras de mango en nuestro país.

En Formosa se destacan los departamentos de Pilagás y Pilcomayo, en tanto que en Jujuy se lo cultiva en el departamento de Ledesma. Justamente, este departamento es el que registra mayor rendimiento promedio de mango por hectárea de todo el NOA. Finalmente, en la provincia de Salta hallan plantaciones en los departamentos de Orán y General San Martín. (ver mango, Anexo B) La variedad *Criolla* se cultiva actualmente en la provincia de Jujuy con buenos resultados

Jujuy

campaña	superficie			rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.	cosech.		
1984/85	25	15	10	20000	200
1985/86	25	15	10	20000	200
1986/87	25	15	10	20500	205
1987/88	25	15	10	17333	260
1988/89	30	5	25	15000	375
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Formosa

campaña	superficie			rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.	cosech.		
1984/85	26	6	20	10000	200
1985/86	28	6	22	10000	220
1986/87	28	6	22	10091	222
1987/88	6	1	5	10000	5
1988/89	6	-	6	10000	6
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

## Salta

campaña	superficie			rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.	cosech.		
1985/85	13	3	10	18000	180
1985/86	13	3	10	18000	180
1986/87	13	-	13	179	233
1987/88	13	-	13	100	195
1988/89	13	-	13	5000	195
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

En cuanto a la provincia de Misiones, según la opinión de algunos expertos, la mayor limitación que presenta el cultivo es que necesita lluvias con estación seca, de esa manera se estimula la fructificación.

Banana (*Musa Sapientum*)

Son varias las especies del género *musa* -entre 70 y 80- entre las que se destacan: la *Musa Paradisiaca*, una planta herbácea grande que no se consume en estado crudo, ya que el fruto es extremadamente harinoso la *musa sapientum* banana propiamente dicha que da frutos menores, dulces y aromáticos, la *Musa Cavendishii*, o bananero enano, etc.

El bananero requiere un clima, con constante humedad en el aire, protegido de los vientos fuertes. Próspera en suelos que no presenten acumulación de agua, arcillosos silíceos, ricos en potasio y sustancias nitrogenadas.

Para esta fruta los volúmenes producidos a nivel nacional superan a la de las otras especies tropicales, participando al mismo tiempo en su cultivo, una mayor cantidad de provincias.

Salta y Formosa son las principales provincias productoras, Siguiéndoles en orden de importancia, Jujuy Misiones y Corrientes.

Los departamentos salteños donde se detecta una mayor actividad son General San Martín y Orán. En la provincia de Formosa, Pilagás y Pilcomayo, en Jujuy el departamento de Ledesma, en Misiones, fundamentalmente El Dorado y Montecarlo, finalmente en la provincia de Corrientes; los departamentos de Concepción, General Paz, Itati e Ituzaingó. (ver banana, Anexo B)

En cuanto a las variedades de mayor difusión, se destacan en primer lugar la *Nanika* y la *Nanikón* principalmente en Salta, como así también la *Carapé*. *Cavendish* roja o *congo*, en el caso de Jujuy ". En Formosa se destaca la *Musa Simensis Sweet*. En la provincia de Misiones se comercializan variedades tales como la *Carapé* y *Gros Michel*.

Salta

campaña	superficie		rendimiento	producción	
	cultivada	no cosech. cosech.			kg/ha
1984/85	5000	500	4500	28000	126000
1985/86	5200	500	4700	25532	120000
1986/87	5200	520	4680	27778	130000
1987/88	7000	700	6300	30000	189000
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Formosa

campaña	superficie		rendimiento	producción	
	cultivada	no cosech. cosech.			kg/ha
1984/85	1850	150	1700	17176	29200
1985/86	3250	320	3200	20000	64000
1986/87	6700	670	6030	17827	107500
1987/88	7600	900	6700	18507	124000
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Jujuy

campaña	superficie		rendimiento	producción	
	cultivada	no cosech. cosech.			kg/ha
1984/85	150	20	130	30000	3900
1985/86	150	10	140	26429	3700
1986/87	150	10	140	27857	3900
1987/88	350	50	300	30000	9000
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SEAyB

## Misiones

campana	superficie		rendimiento kg/ha	producción tn	
	cultivada	no cosech. cosech.			
1984/85	170	-	170	5882	1000
1985/86	150	-	150	8200	1230
1986/87	128	-	128	8997	1126
1987/88	127	-	127	9055	1150
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

## Corrientes

campana	superficie		rendimiento kg/ha	producción tn	
	cultivada	no cosech. cosech.			
1984/85	130	-	130	25385	330
1985/86	80	20	60	17832	1070
1986/87	22	-	22	21545	474
1987/88	23	-	23	19565	450
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Junto con las heladas, la violencia de los vientos y granizos, así como de algunos problemas sanitarios que ocasionan algunas enfermedades - como la mancha de la hoja - son factores que influyen en el buen desarrollo de los cultivos.

Ananás (Ananás Comosus)

Aunque el ananás, nombre nativo americano, ó piña nombre castellano, pertenece a la familia Bromeliceae, pertenezca al grupo de las denominadas plantas aéreas, su hábitat es básicamente terrestre. La fruta es de color variable, en tre rojo, amarillo, anaranjado o verdoso. El sabor es dulce y suave. El peso según la región y variedad oscila en tre 0,45 gramos y 7 kilos (caso: la variedad *Cabezona* de de Puerto Rico).

La altura adecuada para su cultivo esta entre los 100 y 800 metros del nivel del mar, a una temperatura, entre los 21 y 27 centigrados. Los suelos deben ser húmedos, pero bien drenados preferentemente ácidos y bajos en sales.

Misiones es la única provincia que produce ananás en volúmenes comercializables. Los departamentos que registran mayor movimiento respecto de este cultivo, según la información disponible son; San Ignacio, 25 de Mayo, Montecarlo, Libertador General San Martín, Iguazú. En menor escala, Alem, El Dorado, San Javier, Oberá y Candelaria. Las heladas y algunas enfermedades como la gomosis, impide, entre otros factores, el normal desarrollo de su crecimiento. La variedad que tradicionalmente ha respondido a las expectativas es la *Cayena Lisa*. Esta variedad está siendo introducido actualmente en la provincia de Jujuy con excelentes resultados. (ver ananás, Anexo B)

Misiones

campaña	superficie		cosech.	rendimiento	producción
	cultivada	no cosech.		kg/ha	tn
1984/85	319	-	319	10006	3192
1985/86	445	-	445	8303	3695
1986/87	465	-	465	10946	5090
1987/88	440	-	440	8000	3520
1988/89	570	-	570	9649	5500
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Palta (Persea Americana)

La palta, más conocida en el mercado mundial como aguacate es un árbol que está generalmente entre 10 y 18 metros de altura, de tronco verdoso, que da un fruto en climas cálidos. Es resistente a la sequía pero no a los inviernos crudos. Como otras especies tropicales, la palta es susceptible a las heladas. Las variedades más importantes que se cultivan en el país son: *Lula*, *Torre* y *Hass*. De la gama de frutas tropicales producidas en el mercado interno, esta es la que durante los últimos años se ha ido consolidando en todos los planos hasta el punto de que la oferta total muestra regularidad no sólo a través de la producción local, sino que se ha tenido que recurrir también a la importación. Las variedades *Lula* y *Torres* se cultivan con excelentes resultados. En cuanto al volumen de producción por orden de importancia son: Tucumán, Jujuy, Salta y Formosa. (Ver palta, Anexo B).

Tucumán

campaña	superficie		cosech.	rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.			
1984/85	144	13	131	11603	1520
1985/86	360	110	250	10980	2475
1986/87	340	85	255	10502	2680
1987/88	340	85	255	10588	2700
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Jujuy

campaña	superficie		cosech.	rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.			
1984/85	154	94	60	11000	660
1985/86	150	90	60	11500	690
1986/87	150	80	70	10071	705
1987/88	150	75	75	10000	750
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Salta

campaña	superficie		cosech.	rendimiento kg/ha	producción tn
	cultivada	no cosech.			
1984/85	40	-	40	8000	320
1985/86	40	-	40	9000	360
1986/87	40	-	40	8675	347
1987/88	40	-	40	8750	350
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

## Formosa

campaña	superficie		kg/ha	rendimiento producción	
	cultivada	no cosech.		tn	Tn
1984/85	19	6	13	9231	120
1985/86	25	8	17	9118	155
1986/87	5	-	5	9000	45
1987/88	5	5	-	-	-
1988/89	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
1989/92	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d

Fuente: SAGyP

Las principales zonas productoras en Tucumán están localizadas en los departamentos de Tafi, Chicligasta, Famallá, Burruyacu, Capital, Monteros, Río Chico; en la provincia de Jujuy en El Carmen, Ledesma, San Pedro y Santa Bárbara, en Salta; en los departamentos de General Güemes, General San Martín y Orán. Finalmente en Formosa; el único departamento de importancia es Pilcomayo.

Palmito (*Euterpe Edulis Mart*)

Aunque en la Secretaría de Agricultura no existen datos de cosecha y producción de palmitos a nivel nacional existen algunas zonas de explotación de esta variedad de palmera en la provincia de Misiones. Como el cultivo, explotación y comercialización del palmito presenta prácticas en algunos casos reñidas con la legislación vigente (ver 3, Anexo A), en particular los que se llevan a cabo en los terrenos fiscales de la provincia, a la importación que es la principal fuente de suministro de palmito en el país, debe también sumársele la oferta interna no cuantificable por las razones antedichas. El "manchanal" de palmitos se acentúa en varias partes de la provincia, desde Aristóbulo del Valle; en Caniguas, y San Vicente, concentrándose hacia el norte y noroeste de la provincia, en Puerto Delicia, Puerto Esperanza, Puerto Libertad, Puerto Bosetti, Puerto Iguazú, Puerto Andresito, Almirante Brown, Piñalito, las cercanías de Bernardo de Irigoyen, etc. Existen también explotaciones privadas en etapa de experimentación, con buenos resultados como es el caso del Establecimiento Forestal de San Jorge, de la Compañía Pérez Companc, en Puerto Bosetti y, el Establecimiento Iguazú del Ejército Argentino, en Puerto Península.

En la provincia existen dos variedades, la blanca y la roja. Su explotación es sensible a las heladas, pero también a las lluvias con estación seca. (ver palmito, Anexo B).

Guayaba (*Psidium Guajaba*)

De las frutas seleccionadas para esta investigación, la guayaba es la única de la cual no se ha podido conseguir ninguna información de relevancia.

Ya se ha visto más atrás, que la última información disponible de la Secretaria de Agricultura, Ganadería y Pesca data del periodo 1963/64.

Esta especie arbustiva proveniente de las regiones habitadas por los antiguos Quichuas, en nuestro país puede llegar a alturas entre 6 y 10 metros. Produce un fruto ovalado en forma de pera, de color variable entre verde, amarillo y rojizo. Su pulpa está entre un blanco y rosa cremoso. Su peso puede oscilar entre 80 y 300 gramos. Da fruto todo el año, menos en la época invernal.

Arándano (*Vaccinium Macrocarpon*)

Las únicas hectáreas de arándano cultivadas hasta el presente en el país están localizadas en las cercanías de la ciudad de Zárate, en la provincia de Buenos Aires. Es que esta pequeña fruta de color azul es prácticamente desconocida en la repostería local, aunque el "blueberry" alcanzado hace rato carta de ciudadanía comercial a nivel internacional. (Ver arándano, Anexo B).

Su cultivo requiere suelos ácidos con distintos valores de P.H (de 4 a 6) según el tipo de variedad. El perfil del suelo debe ser altamente homogéneo, permeable, para evitar posibles frecuentes anegamientos. Al presentar esta planta un sistema radicular marcadamente superficial, el control de malezas debe hacerse con sumo cuidado.

Las variedades adecuadas a las características edáficas y climáticas en nuestro país son:

*Cowbush*: comprende a todas las variedades silvestres

-*Highbush*: de excelente calidad pero de marcados requerimientos de suelo y clima.

-*Rabbiteye*: su fruta es más chica, pero también poca exigencia de suelo y clima.

-*Southern*: buena calidad. Suelo y clima no exigentes.

Se estima que actualmente son 5 las hectáreas cultivadas en la localidad de Zárate. (ver 4. Anexo A)

Frambuesa (*Rubus Idaeus*)

El el país las principales regiones de cultivo de la frambuesa se encuentran en la comarca andina del paralelo 42 abarcando la zona de influencia del Bolsón, en la provincia de Río Negro, y, en la provincia de Buenos Aires. (Ver frambuesa, Anexo B)

En la comarca andina se estima que hay aproximadamente 84 hectáreas de frambuesa destinándose a otros cultivos como la frutilla, la cereza, la guinda, el boysenberry la grosella, es decir, la restante gama de frutas finas otra determinada cantidad de hectáreas.

Especie	Hectáreas cultivadas
Frambuesa	83.2
Guinda	31.8
Cereza	28.4
Grosella	11.7
Frutilla	10.4
Boysenberry	10.5

Fuente: El Cultivo de la Frambuesa en la Argentina (Ver 5, Anexo A) SAGyP

Las principales localidades de cultivo son: El Bolsón (Río Negro), Lago Puelo (Chubut), el Hoyo (Chubut), Epu yén (Chubut). La producción por provincias en la comarca andina fué;

Especie  
en Kgs

Localidad	Frambuesa	Frutilla	Cereza	Guinda	Boysenberry	Grosella
Epu yén	5400	11000	-	-	4500	20900
El Hoyo	456000	2550	9900	12730	200	2450
Lago Puelo	67450	7750	9300	8300	600	6000
El Bolsón	144600	54000	31450	15800	5350	17645

Fuente: El Cultivo de Frambuesa en la Argentina. Campaña 1990/91

Las variedades predominantes son la *Schoenemann* y *Heritage*, existen otras variedades que se están probando actualmente como la *Willamette*, *Glen Clova* y la *Aurum Bliss*.

En la provincia de Buenos Aires el cultivo se halla disperso en dos orientaciones; la orientación norte; constituida por las localidades Zárate, Campana y Baradero y la localización sur, en las localidades de Tandil, Balcarce y Mar del Plata. Existe una relevación estimada de 33 hectáreas cultivadas en las localidades del norte y unas 80 hectáreas en la región sur. Todas exclusivas de frambuesa.

Las variedades de cultivo están representadas fundamentalmente por la *Glen Clova*, la *Heritage* y la *Meeker*.

Finalmente la superficie total de hectáreas asignadas al cultivo de la frambuesa en la República Argentina estaría distribuida de la siguiente manera:

Zona	Hectáreas Cultivadas
Comarca Andina	83.2
Provincia de Buenos Aires	113.0
Total	196.2

#### Manzana (*Malus Sylvestris*)

La principal región productora de manzanas del país está formada por las provincias de Río Negro y Neuquén.

La superficie abarca 58000 hectáreas para Río Negro y 8300 hectáreas para Neuquén. Ambas representan aproximadamente el 79% del total del país, siguiéndoles las provincias de Buenos Aires y Mendoza con una menor participación.

Dentro de la provincia de Río Negro, la zona irrigada del Alto Valle concentra el mayor movimiento de operaciones ligadas al cultivo y producción de la manzana, destacándose las localidades de Cipolletti, Villa Regina, General Roca y Allen. En la lindante provincia de Neuquén también por los valles irrigados de los ríos Neuquén y Limay, sobresalen las localidades de Vista Alegre, Centenario y Plottier. En la provincia de Mendoza la actividad frutícola se concentra en los departamentos de San Carlos, Tunuyán, La Consulta y Tupungato. (Ver manzanas y peras, Anexo B).

Río Negro

año	superficie cultivada ha	producción tn
1984	57500	667000
1985	58150	623000
1986	58500	365700
1987	58000	675000
1988	56760	611180
1989	56440	567300

Fuente: Fundación Mediterránea, Filial, Comahue, en base a datos de CORPOFRUT, SAGyP y otras Instituciones.

Neuquén

año	superficie cultivada	producción tn
1984	7805	141668
1985	8030	149531
1986	8060	106043
1987	8100	157437
1988	8320	138606
1989	s/d	133328

Fuente: Fundación Mediterránea, Filial, Comahue, en base a datos de CORPOFRUT, SAGyP y otras Instituciones

Para las restantes zonas productoras, los datos de producción son los siguientes:

tn

Año	Mendoza	Buenos Aires	Otros
1984	119000	-	26900
1985	128700	9000	16600
1986	121000	8100	14600
1987	180000	-	21600
1988	144720	-	15030
1989	131000	-	16200

Fuente: Fundación Mediterránea, Filial, Comahue, en base a datos de CORPOFRUT, SAGyP y otras Instituciones.

Respecto de las variedades por orden de importancia son la *Red Delicious*, la *Granny Smith* y el tercer cultivar de importancia, aunque bastante distante de las dos primeras es la *Home Beauty*. También en menor escala se distinguen las variedades *Gala* y *Starking*.

Tanto la *Red Delicious* es un cultivar antincompatible es decir, debe ser cultivada junto con otras que le brindan su polen, por eso también el empleo de otras variedades como la *Granny Smith*, la *Golden Delicious* etc.

Debe señalarse aquí que todos las preocupaciones y cambios que se dan en el en la explotación de los cultivos proviene por las reiteradas presiones que ejerce el mercado, tanto en el mercado interno como internacional.

Los productores del Alto Valle y de Mendoza están permanentemente alertados sobre los cambios que se dan en el mercado, de ahí, la persistente atención sobre las técnicas de los cultivos. Esto se manifiesta, por ejemplo en la necesidad de "clonar" las variedades para su adaptación.

Uva de Mesa (*Vitis Vinifera*)

Actualmente existen en el país unas 209000 hectáreas im plantadas con vides con aproximadamente 36000 viñedos di sembradas en 5 zonas productivas, a saber;

- .Valles Calchaquies; en Salta y Catamarca
- .Valle de la Rioja y Tinogasta de Catamarca
- .Provincia de San Juan
- .Provincia de Mendoza
- .Valle del Río Negro

Debe también señalarse que en esta franja geográfica están las principales localizaciones vitivinícolas del país. (Ver uvas, Anexo B).

La superficie promedio es de 5.7 hectárea con un rendimiento promedio de 100 qq/ha.

Más del 96% de los cultivos están destinados a la vinificación, quedando resto para el consumo fresco y de pasas de uva.

Luego, la superficie de vid implantada en la Argentina en miles de hectáreas:

Año	Uvas para vinificar			Uvas de mesa y pasas	Otras	Total
	Común	Finas	Total			
1984	243	57	300	5.0	0.6	306
1985	243	54	288	5.1	0.6	294
1986	228	50	278	5.2	0.6	284
1990	174	28	202	7.2	0.3	209

Fuente: Producción Vitivinícola en la Argentina (ver 6, Anexo A)

Los cultivares para la producción vitivinícola que sobre salen son; *Cereza, Moscatel de Alejandria y Pedro Gimenez* (San Juan), para la elaboración de vinos finos; *Malbeck, Cabernet Sauvignon, Franc, Chardonnay, Chenin, Merlot y Ugni Blanc*, para vinos comunes; *Cereza y Criolla - grande y chica - Bonarda, Barbera, Sangiovesse* (Mendoza), otros cultivares para vinos finos, *Pinot Noire, Riesling, Semi Ilón* (Rio Negro)

En cuanto a las uvas de mesa; *Alphonse Lavalloé, Thompson Seedless, Flame Seedless, Red Seedless, Moscatel Rosado*. En menor proporción; *Alba y Patagonia*

Producción Vitivinícola en la Argentina

Año	Uva	Uva Vinos	Vinos			Cham	Mostos	Uva
	Mill q.q	mill hl	com	fin	total	Espu	hl	qq
1985	22.5	21.9	13.7	2.0	15.7	0.09	1.57	0.6
1986	25.6	25.0			18.6	0.10	0.87	0.7
1987	36.9	36.2	24.1	1.9	26.0	0.07	2.44	0.8
1988	31.9	31.0	18.5	2.1	20.6	0.13	3.83	0.9
1989	29.7	28.6	18.4	1.9	20.3	0.15	2.61	1.1
1990	24.1	22.9			14.0		3.68	1.2
1991	21.1	20.0			14.4		1.55	1.1

Fuente: La Producción Vitivinícola en la Argentina

1.1.2 Tendencias de la oferta provincial

Con respecto a la oferta provincial, como ya se señaló no existe información relevante y sistemática disponible que contribuya a caracterizar la evolución de los cultivos de los frutos en cuestión. La única información aun que incompleta es la suministrada por el INTA de Montecarlo y la obtenida del relevamiento "in situ" llevada a cabo en la provincia en consulta con informantes calificados vinculados al sector (Ver Anexo D).

Las conclusiones sobre la situación provincial al respecto se verán en una forma más detallada en el punto 3.1

1.2 Estructura de la Comercialización

1.2.1 Identificación y caracterización de la red de comercialización.

Considerando este análisis, resultado de relevamientos efectuados; las frutas, de acuerdo con su grado de actividad (volúmenes producción volcado al mercado, grado de organización productiva, grado de organización comercial) se han identificado en tres grupos; a saber:

Grupo 1). Frutos de producción interna que presentan producción limitada, irregular y esporádica y, en consecuencia, una comercialización también irregular y esporádica.

-guayaba

-mango

-ananás

-palmito

Grupo 2). Frutos de producción interna que presentan una comercialización en desarrollo, tendientes a generar formas más firmes de comercialización

-mamón

-banana

-palta

-frambuesa

-arándano

Grupo 3). Frutos de producción interna ya tradicionales que presentan una estructura regular de comercialización

-manzana

-pera

-uva

La identificación de las tramos, operaciones y sujetos que intervienen en la comercialización dependerá del rumbo que tomen los productos comercializados.

a) Un primer destino es el consumidor final de fruta fresca y, en este caso, aparecen ya la planta de empaque que puede o no pertenecer al productor y los distintos canales de comercialización estarían representados por dos niveles fundamentales:

1) el grupo de mercados que se encuentran operando en cada una de las provincias con un desigual cumplimiento en lo que respecta tanto a las disposiciones legales por ejemplo; la aplicación de lo dispuesto en el Decreto-Ley 9244/63, referente a frutas frescas no cítricas como en lo que concierne a las disposiciones bromatológicas, impositivas, etc.

Esta situación persistiría todavía porque aunque esta vigente la ley 19227/71 que trata sobre los mercados que son considerados de interés nacional, no ha podido todavía instrumentarse en la práctica (ver 7, Anexo A).

2) la red de supermercados.

El precio obviamente, constituye junto con otros parámetros, un indicador determinante analizándolo no sólo conjuntamente sino dentro del contexto de una determinada tendencia, del ritmo que toma una determinada especie de fruta, de su pedido, en la cantidad, tipo y oportunidad de vehículos, que deben ponerse a disposición para su traslado, de la cantidad de hectáreas que ha de asignar el productor para la próxima cosecha, de la rentabilidad, de los márgenes, etc.

Para este trabajo se ha tenido en cuenta a los precios mayoristas cotizados en dólares estadounidenses en el Mercado Central de Buenos Aires datos que no solamente están organizados sistemáticamente, sino que también están disponibles.

Precios promedio ponderados anuales en dólares estadounidenses por kilo

ESPECIE	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
ANANAS	0,43	0,63	0,38	0,45	0,53	0,82	0,87
BANANA	0,29	0,34	0,24	0,26	0,22	0,36	0,40
MAMON	1,92	1,03	0,83	1,13	1,72	2,20	2,04
MANGO	-	1,09	1,15	2,36	2,07	=	5,43
MANZANA	0,27	0,62	0,31	0,33	0,24	0,41	0,63
PALTA	0,99	1,46	0,72	0,93	0,89	0,89	1,29
LIVA	1,24	1,30	0,44	0,59	0,24	0,31	1,30

A estos precios habria que agregársele un intervalo promedio que oscila entre los 100 y 250 % de margen bruto que le adicionan las verdulerías y los supermercados para saber los precios que deben abonar los consumidores para comprar la fruta. (Ver 8, Anexo A).

El Mercado Central presenta la cotización de los siguientes frutos:

- .Aceituna
- .Ananás
- .Banana
- .Cereza
- .Ciruela
- .Coco
- .Damasco
- .Durazno
- .Frutilla
- .Granada
- .Kaki
- .Kiwi
- .Kumquat
- .Lima
- .Limón
- .Mamón
- .Mandarina
- .Mango
- .Manzana
- .Melón
- .Membrillo
- .Naranja
- .Palta
- .Pelón
- .Pera
- .Pomelo
- .Sandia
- .Uva

Fuente: Mercado Central de Buenos Aires

Puede observarse que no aparecen la guayaba, el palmito la pera asiática, la frambuesas y el arándano. De alguna manera esto marca la importancia que le asigna el consumidor a cada uno de los productos, aunque los dos últimos se estén difundiendo cada vez más.

Aunque la fruta por disposiciones legales, debe ser transportada a la planta de empaque dentro de las 48 horas, después de cosechada e ingresada a cámaras frigoríficas -con excepción del melón y la sandia- (Art. 6, Capítulo III, De la Fruta, Decreto-Ley 9244/63), no siempre, y en cada uno de los casos y situaciones es observada como corresponde.

Una vez que la fruta ha sido empacada, es transportada generalmente a las ciudades en camiones no siempre en los adecuados, salvo el caso de las peras y manzanas.

- b) Como se sabe, la fruta cosechada puede terminar también como materia prima en alguna planta elaboradora de dulces jaleas, mermeladas, jugos etc, en este caso la figura del intermediario es prácticamente inexistente, ya que la vinculación comercial se establece directamente entre el productor (integrado o nó) y la planta elaboradora. En este caso los precios son fijados directamente entre las partes contratantes.

De las frutas seleccionadas para este trabajo, las siguientes es este momento son objeto de transacciones comerciales entre los productores y las plantas procesadoras:

- .Mamón
- .Ananá
- .Palmito
- .Manzana
- .Uva
- .Frambuesa

- c) Finalmente, la fruta cosechada, previo proceso de empaque y aclimatizada convenientemente en cámara frigorífica transportada adecuadamente hasta el puerto o aeropuerto de embarque puede terminar en alguna bodega de buque o de avión para ser exportada. Tanto en el buque como en el avión debe ser ingresada nuevamente en bodega frigorífica sin interrumpir la cadena de frío.

Para la fruta proveniente del litoral, el puerto de Campana, que cobró un importante impulso a partir de 1989 representa la alternativa más conveniente (Ver 9 ,Anexo A)

Los puertos argentinos por donde el tráfico de frutas registra una mayor actividad son, por orden de importancia:

Puerto	% de bultos exportados 89/91
.San Antonio Este	36
.Buenos Aires	32
.Paso de los Libres/Iguazú	27
.Campana	4
.Bahía Blanca	1

Fuente: Elaboración propia en base a información de IASCAV, Aduana e Informe Frutihortícola

Grupo 1). Guayaba, mango, ananás, palmito

La mayor parte de estos frutos no llevan a cabo las modalidades adecuadas de comercialización. Al caer sus explotaciones en prácticas fundamentalmente a) familiares; no con una finalidad decididamente comercial, b) heterogéneas; no se encara con seriedad, la selección de las variedades, atentando con esto al requisito de homogeneidad en la presentación, c) esporádicas; no cumpliendo el requisito de continuidad, las oportunidades comerciales se hacen sencillamente escasas ya que los compromisos comerciales se hacen sumamente frágiles desapareciendo las transparencias operativas. Esta falencia es aprovechada cuando las circunstancias lo recomiendan; por los importadores.

La falta de homogeneidad hace que el consumidor de los grandes centros urbanos mire con desconfianza o rechazo las ofertas, los diferentes tamaños, así como, los diferentes grados de coloración, los diferentes grados maduración de frutas que se exponen en algunas verdulerías es un riesgo para el consumo en fresco. Es un riesgo para el verdulero, para el mayorista y para el productor comprometidos.

Por otra parte, la cantidad insuficiente, la falta de frecuencia en la entrega de la fruta, es un riesgo para la planta elaboradora. El precio convenido y no cumplido, es un riesgo para el productor. La línea de crédito otorgada y no recuperada, no tal vez, por una eventualidad climática sino por falta de una estrategia previsoras de comercialización, es un riesgo para la entidad de crédito etc.

Planteado así, de esta manera, las necesidades de la población en lo que se refiere a este grupo de frutas tropicales es satisfecho mediante la participación de los importadores por contar básicamente con una infraestructura de comercialización efectiva.

El grueso de las especies tropicales importadas (mango, banana, etc) llegan a la población a través del Mercado Central de Buenos Aires.

El Mercado Central de Buenos Aires no tiene registrado precios y volúmenes de la guayaba porque es una fruta que no se comercializa.

En el caso de las importaciones el último dato que se tiene de guayabas fue de una operación realizada en 1991 de 270 kilos, proveniente del Brasil. Se ha reanudado la importación en los últimos meses de ese país, pero esta vez como producto procesado bajo la forma de dulce.

IMPORTACIONES

GUAYABAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1955	-	-	-
1986	-	-	-
1987	-	-	-
1988	-	-	-
1989	-	-	-
1990	-	-	-
1991	270	-	1.91

FUENTE: INDEC

PM: Precio Medio

Posición Arancelaria Antes de 1992: 08 01 06 03 00

Desde 1992: 0804 50 000

El mango importado viene de Brasil y Paraguay

IMPORTACIONES

MANGOS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1955	-	-	-
1986	-	-	-
1987	-	-	-
1988	7700	6178	0.67
1989	1008	1158	0.15
1990	-	-	-
1991	87255	40168	0.46

FUENTE: INDEC

PM: Precio Medio

Posición Arancelaria

Antes de 1992: 08 01 06 02 00

Desde 1992: 0804 50 000

En cuanto al ananás, las plantas elaboradoras de Misiones se proveen de Colonia Oasis y Colonia Aurora. La importación de Brasil y del Paraguay es para abastecer al sector agroindustrial, sino también para el consumo en fresco.

IMPORTACIONES

ANANAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1985	14510324	- 3928293 -	0.27
1986	16958594	- 4745782	0.28
1987	13239866	4420886	0.33
1988	10084796	3072126	0.30
1989	89500145	2804577	0.31
1990	11986042	4478885	0.37
1991	15871761	5405304	0.34

FUENTE: INDEC Hasta 1992: 08 01 05 00 00 - Desde 1992: 004 30 000

La mayor parte de consumo del palmito es proveido por las importaciones cuyo origen es también de Brasil y Paraguay

IMPORTACIONES

PALMITOS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1985	1014036	2245492	2.21
1986	2544380	4588508	1.80
1987	2265868	5593919	2.47
1988	1423686	3247258	2.28
1989	876375	1942688	2.22
1990	1309909	3248277	2.48
1991	2595110	8239160	3.17

FUENTE: INDEC Antes de 1992: 21 07 00 07 00  
Desde 1992: 2008 91 100 100

Grupo 2) Mamón, Banana, palta, frambuesa, arándano

De la gama de frutos tropicales producidos en el país, solo la palta y la banana y últimamente el mamón (Ver Anexo C) han logrado traspasar la extensión geográfica de donde están emplazados sus cultivos, ensanchando sus operaciones de comercialización hasta otros puntos de venta de relevancia, entre otros Buenos Aires y Córdoba. Esto no es por casualidad sino que han llegado hasta donde han llegado porque cumplen con las reglas impuestas por el por el mercado.

Cuando el Mercado Central de Buenos recibe partidas de mamón del interior del país proviene básicamente de Formosa Formosa también provee de mamón a las industrias, en particular a las elaboradoras de dulces en almíbar en la provincia de Corrientes. En Misiones, las fábricas elaboradoras de dulces y mermeladas se proveen generalmente de las zonas de Andresito y Montecarlo. Cuando la fruta debe recorrer una distancia considerable no siempre se la transporta en vehículos refrigerados, muchas veces se la coloca en camiones abiertos y, aunque la fruta tiene cierta tolerancia, la calidad en el arribo a destino puede sufrir ciertas alteraciones, aunque esté envuelta en papel sulfito como lo recomiendan las disposiciones. Últimamente algunas firmas locales han tenido que recurrir a la importación para no alterar los planes de producción. El mamón importado no solamente proviene de Brasil, sino también de Chile.

No existe a nivel nacional, ó, más precisamente, a nivel regional una concentración de la oferta en la producción bananera, de ahí, que la tendencia de los precios como parámetro de referencia para el productor bananero, esta de terminada, no solamente por la presión de la demanda o el el volumen de producción colocado en el mercado sino por por el volumen de bananas importadas. La banana importada viene, generalmente por orden de importancia; de Brasil, Ecuador y Colombia. Las variedades son *Cavendish* y *Nanika*. El avance de la importación sobre las preferencias del consumidor interrumpe los compromisos contraídos entre los "madureros" y los productores aunque actualmente algunos "madureros" hayan renovado sus instalaciones incorporando nuevas tecnologías mejorando la eficiencia de las cámaras climatizadas se encuentran con dificultades para la posterior colocación limitando los pedidos repercutiendo desfavorablemente en la rentabilidad de los productos.

## IMPORTACIONES

BANANA KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF	PM
1985	89210310	17102090	0.19
1986	128211203	28032287	0.27
1987	100809453	23668415	0.23
1988	65747469	14387295	0.22
1989	81729701	16705759	0.20
1990	73030418	18291763	0.25
1991	112793935	30689534	0.27

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 01 01 00 00

Desde 1992: 0803 00 000

Aunque la palta, la frambuesa y el arándano estén colocados en el mismo grupo y las características comunes son los altibajos a la que están sometidas en el mercado interno; por falta de hábito alimentario generalizado- en el caso de la palta - y, por falta de conocimiento generalizado, como ingrediente básico en repostería y en yogures en el caso de frambuesa y el arándano, la palta a diferencia de los dos "berries" se la cultiva a un nivel mucho más extenso, sumando las provincias de Tucumán, Salta y Jujuy el 86% del total del país, correspondiendo a Formosa el 14% restante. El ámbito de producción de la frambuesa es mucho más limitado; la comarca andina del paralelo 42 y algunos lugares de la provincia de Buenos Aires, también es el caso de arándano en la localidad de Zárate en la provincia de Buenos Aires. Otra diferencia importante es de como esta organizada la oferta ya que mientras que en la oferta de la palta existe una preponderancia importante en la presencia de dos firmas (ver 10, Anexo A) existiendo un mejor manejo de los precios ya que al existir una integración vertical, los costos fijos, tanto los de explotación como los de comercialización, también, se pueden manejar mejor. La palta importada proviene de Chile y la exportada se coloca generalmente en Francia y Canadá.

## IMPORTACIONES

AGUACATES KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1985	2695	3220	1.19
1986	2895	2249	0.78
1987	36292	32818	0.90
1988	8800	8027	0.99
1989	5700	6006	1.05
1990	54696	77191	1.41
1991	145636	207066	1.42

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 01 06 01 00

Desde 1992: 0804 30 000

## EXPORTACIONES

AGUACATES, MANGOS, GUAYABA Y MANGOSTANES KG			
AÑO	VOLUMENES	P-FOB (DS)	PM
1985	-	-	-
1986	4293	1684	0.39
1987	36916	14515	0.39
1988	-	-	-
1989	44352	19008	0.42
1990	216120	97252	0.45

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 06 01 00 00

Desde 1992: 0804 50 000

En este último cuadro no existe una desagregación por especies de frutos, pero se trata de exportación de paltas ya que Argentina no exporta, mangos guayabas ni mangostanes.

En la oferta de la frambuesa existe una verdadera atomización de los productores, que reticentes a lograr algún tipo de asociación, no siempre negocian bien sus precios ya que no están integrados al sector industrial. Finalmente la otra diferencia relevante son de cómo se encaran las formas de comercialización. Mientras que el caso de la palta, toda la producción se destina al consumo fresco vinculándose las dos firmas de establecer un contacto directo con la cadena de supermercados, quedando el resto de la oferta librado a las negociaciones entre los otros productores y los mayoristas, los productores de frambuesa deben tratar con el sector industrial, el sector exportador y, el sector mayorista, quienes demandan, 40%, el 50% y el 10% de la producción, respectivamente. Los mercados de exportación de la frambuesa son básicamente; Canadá, Italia y Reino Unido

Como se puede ir observando existe, en este segundo grupo una mayor cantidad de características que describen un mayor grado de solidez tanto; a) en la etapa de producción; como el caso de integración en la palta, ó, el interés puesto de manifiesto por parte de los productores de frambuesa a adecuar las variedades a cultivar en función del mercado; Heritage, para exportación y *Schoenemann* para el mercado interno; b) en la etapa de comercialización; ya que la explotación asume aspectos con énfasis hacia la comercialización; tratando de vender una producción homogénea y con suministro continuo.

EXPORTACIONES

FRAMBUESAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-FOB(DS)	PM
1985	-	-	-
1986	-	-	-
1987	-	-	-
1988	-	-	-
1989	-	-	-
1990	-	-	-
1991	6880	13369	1.94

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 08 06 04 00

Desde 1992: 0810 20 000

Otro detalle importante que revela la tendencia hacia el crecimiento de este sector agroindustrial es la presencia

en la cadena de comercialización; de plantas de enfriado y congelado- (ver 11, Anexo A)- esto indica por una parte que los productores pueden contar con un depósito seguro en donde colocar la fruta ni bien se cosecha, se sabe que la frambuesa después de 24 horas se echa a perder, si no se la consume en fresco (el 40% de la producción va a la industria), al mismo tiempo, indica que el sector elaborador cuenta con cierta franja del mercado disponible para colocar la fruta elaborada. Cuando se realizan exportaciones, la fruta debe ser acondicionada a temperatura de transporte para que no pierda sus propiedades. En el caso de la palta se lleva en camiones frigoríficos - caso típico es el embarque la variedad Hass, que es la variedad de exportación - donde ingresa a bodega refrigerada.

### Grupo 3) Manzana, pera, Uva

A través de los dos puntos anteriores se fue describiendo en líneas generales el nivel de desarrollo alcanzado por cada uno de los grupos de que esta dado por el grado de integración entre la etapa productiva y de comercialización, y cómo, a la vez, de cómo están organizadas ambas etapas.

Se vió que en el caso de los frutos tropicales la tendencia a la explotación de la mayoría de estos frutos no reviste una orientación comercial, aislados porque su explotación no es persistente y regular - más bien es familiar con pocas inversiones, poco incentivo hacia el mejoramiento varietal, etc. Todo esto crea una cadena de comercialización débil ya que la mayor parte de la producción no llega a los grandes centros urbanos siendo aprovechado el mercado interno por la importación, pero muchas veces también; a la importación deben recurrir las plantas elaboradoras por falta de suministro continuo y adecuado. Se llegó luego a la caracterización del segundo grupo notándose un mayor grado de actividad como sector, ya que se vió como algunas empresas, como el caso de la palta ante la presencia de un mercado potencial interesante, tratan de lograr un control más acentuado generando algún tipo de integración entre el sector productivo, planta de empaque y cadena de frío e incluso realizan no sólo exportaciones sino también importaciones. O, como el caso de la frambuesa que pese a ser una actividad que no tiene muchos años en el país y a no existir por el momento una integración entre el sector productivo y, el sector elaborador la sola existencia de una franja definida de mercado (que se detallará en punto 1.3), actúa como factor impulsor del sector de tal manera que los productores se preocupan permanentemente por el mejoramiento de las variedades a la par de que en algunos casos se hacen algunos tanteos para lograr algún tipo de forma jurídica (p.e.; cooperativas) para poder negociar mejor con las firmas elaboradoras y exportadoras o, también en transformarse ellos mismos en elaboradores.

Finalmente, en el caso del arándano la explotación de Zárate entrega directamente la cosecha, previo acondicionamiento a un grupo de reposterías previamente seleccionado.

Este pequeño rodeo descriptivo fue necesario para concluir con el tercer grupo que es el que manifiesta un perfil más acabado como sector y más definido en lo que se refiere a figuras que con participes en la cadena de comercialización.

Este sector agroindustrial registra un mayor grado de actividad y complejidad del circuito económico ya que no solamente un importante sector industrial se halla integrado con el sector agrícola, sino que a la vez ambos, se hallan integrados con los círculos exportadores.

La forma que reviste el mercado de peras y manzanas ya que en este caso en particular, su actividad esta inducida fuertemente por la exportación, hace que el manejo de la cosecha, acondicionamiento, conservación y transporte se planifique coordinadamente, buscando un doble propósito; disminuir los riesgos y disminuir los costos tratando de manejar con eficiencia el máximo de los recursos.

Se abre, pues, un amplio espectro en el ámbito de la cadena de comercialización dando lugar a diferentes figuras, tratando de ensamblar cada etapa y cada operativa dentro de cada etapa con sentido hacia lo expuesto en el parágrafo anterior.

#### -Productor independiente

Vende la cosecha generalmente al empacador integrado y, en menor proporción al empacador independiente. Su grado de dependencia hacia la cadena de comercialización es total. Puede vender a pié de chacra o en planta de empaque.

#### -Productor-empacador independiente

Vende su producción a mayoristas en el mercado interno y a exportadores. Puede tener algún puesto en el mercado regional.

#### -Productor cooperativo

Asociado a una cooperativa de primer grado, es la que vende su producción a mayoristas o exportadores. En muchos casos, las mismas cooperativas son a la vez mayoristas.

-Empacador Independiente

Compra la producción al productor independiente, la empaqueta y la vende a mayoristas. Puede tener algún puesto en el mercado regional.

-Empacador integrado

Generalmente compra la fruta a un productor independiente y en algunos casos a empaques independientes. Tiene generalmente puestos en el mercado interno. Vende también a exportadores y, en algunos casos están registrados como exportadores.

-Cooperativa integrada

A falta de la participación de F.A.C.A en la comercialización no sólo del mercado interno, sino también en la exportación, actividad importante llevada a cabo en la década del 80, fue aprovechado en gran parte por los productores integrados con la exportación

-Integración exportador-planta de empaque

En este caso el exportador recibe parte de la producción en la planta de empaque procediendo a la pelletización para su posterior introducción en bodega frigorífica. El mercado proveedor está constituido básicamente por productores independientes.

-Integración exportador-productor

Son ciertos exportadores, que debido a su experiencia llevada a cabo en el mercado internacional, habiendo conseguido cierto prestigio y generando un mercado cautivo, han decidido hacer la integración hacia atrás, convirtiéndose también en productores disminuyendo significativamente el riesgo de la entrega de la fruta en tiempo y en condiciones inadecuadas.

-Integración exportador-productor; transporte marítimo

Constituye el segmento de firmas, que, queriendo también cubrir el riesgo de no conseguir buques frigoríficos en tiempo y en condiciones adecuadas, deciden la compra, ó, el arrendamiento de buques. Finalmente habría que agregar otro importante canal del comercio internacional constituidos por los buques no con ferenciados charteados por compradores italianos para la adquisición de peras.

La mayor parte de la fruta cosechada tiene, pues, su eje de producción y distribución en el Valle de Rio Negro y Neuquén donde es sometida a un previo proceso de empaca (descarga, limpieza, saneamiento, clasificación, empaque el productor individual, empacador integrado etc, es introducida en cámaras frigoríficas para posteriormente ser despachada a) hacia el mercado interno - el mayor volumen hacia el Mercado Central de Buenos Aires - prorrateando los despachos a lo largo del año de acuerdo con las oscilaciones de la demanda; b) hacia plantas de pelletizado para ser embarcada posteriormente en buques frigoríficos a temperatura adecuada

## IMPORTACIONES

MANZANAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF(DS)	PM
1985	-	-	-
1986	1900	1192	0.63
1987	-	-	-
1988	-	-	-
1989	-	-	-
1990	-	-	-
1991	1392930	790598	0.57

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 06 01 00 00

Desde 1992: 0808 10 000

Las esporádicas importaciones de manzana provienen de Chile y las exportaciones se colocan generalmente en Brasil, y Suecia y, con menor frecuencia en Alemania y Holanda

## EXPORTACIONES

MANZANAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-FOB(DS)	PM
1985	200077635	57493854	0.29
1986	133858832	65489950	0.49
1987	201510804	66849701	0.33
1988	207699792	56465586	0.27
1989	227226395	54714222	0.24
1990	260650758	74777857	0.29
1991	215694202	93699526	0.43

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 06 01 00 00

Desde 1992: 0808 10 000

Las variedades de manzanas que regularmente se exportan son por orden de importancia: *Red Delicious*, *Granny Smith*, *Starking* y *Gala*.

En el caso de la pera asiática, es una especie de reciente introducción en el país que en algunos lugares se encuentra todavía en etapa de experimentación, como en Baradero, 25 de Mayo y San Pedro. Una sola firma es la importadora más importante y distribuye a través de mayoristas algunas partidas para las comunidades asiáticas que están radicadas en el país. La variedad rosada *Hosui*, es la más requerida, en menor escala también se comercializan las siguientes; *Kosui*, *Nijisaiki*, *Shinseiki*, *Shinsui*. Se importa en cajas de 3,200 kgs y se vende al público a 5\$ la caja.

Con respecto a la uva de mesa puede comentarse que sigue el mismo itinerario de los demás frutos dentro de la cadena de comercialización constituyendo el principal centro de consumo la Capital Federal y el Gran Buenos Aires. La colocación en el mercado interno, en general presenta menos problemas que su colocación en el mercado internacional. Un cuello de botella todavía no superado y que, indetectablemente repercute en la rentabilidad productor - sobre todo del productor que asigna una cantidad significativa de hectáreas para el cultivo de variedades específicas para uva de mesa como la *Thompson Seedles* (*Sultana*), *Alphonse Lavallée* (*Ribier*), etc - son los atascamientos que se producen en la demanda debido a los pre

cios generalmente elevados que debe pagar el público, para absorber, de alguna manera los costos fijos que se presentan tener inactiva parte del año algunas plantas de empaque y cámaras refrigeradas, debido a problemas estacionales. Otro factor que afecta sensiblemente la actividad productora es la pérdida de algunos mercados por falta de la disponibilidad adecuada de infraestructura operativa en algunos tramos de la logística de exportación. Gran cantidad de uva de mesa se exporta por vía aérea, pero sucede que muchas veces cuando arriban al único aeropuerto que cuenta con una playa de contenedores y con autoelevadores para estibar la carga y que cuenta con una infraestructura adecuada para recepcionar cargamentos aéreos de envergadura es Ezeiza.

Estos cargueros no hacen escala en las zonas de producción, debiéndose llevar la uva desde las zonas de producción hasta Ezeiza, en aviones de carga pasajero tipo "combi", lo que significa un flete aéreo adicional, que debe sumársele, al flete aéreo principal; Ezeiza-aeropuerto de destino. El otro problema con el que se enfrentan con cierta frecuencia los exportadores, es la falta de bodega para exportar sus cargas, porque tanto Brasil como Chile pagan un flete más alto y consiguen una mayor participación de carga, claro que esta situación, ya no es de fallas en la infraestructura operativa, sino a una menor capacidad competitiva. También surgen problemas cuando tienen que exportarse uvas por vía marítima debiéndose mantener la uva dentro de la cadena de frío hasta esperar que los buques de línea regular recalce en San Antonio Oeste o Buenos Aires.

Los países de destino en la exportación son habitualmente Brasil, Holanda y Alemania. Las importaciones provienen de Chile y también Brasil.

## EXPORTACIONES

UVAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-FOB (DS)	PM
1985	748774	490375	0.65
1986	1329895	929383	0.70
1987	2595138	1941879	0.75
1988	5130384	3465600	0.68
1989	9582883	5656240	0.59
1990	13061178	7594763	0.58
1991	8605520	6279702	0.73

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 01 06 01 00

Desde 1992: 0806 10 000

## IMPORTACIONES

UVAS KG			
AÑO	VOLUMENES	P-CIF (DS)	PM
1985	28770	27832	0.97
1986	36842	8281	0.22
1987	32120	9100	0.28
1988	12860	13800	1.07
1989	5000	10810	2.16
1990	75612	22389	0.29
1991	199829	340568	1.70

FUENTE: INDEC

Antes de 1992: 08 04 01 00 00

Desde 1992: 0806 10 000

1.2.2 Normas legales que rigen la comercialización y la industrialización.

Respecto a la legislación que ha de observarse, para la comercialización y elaboración de las frutas seleccionadas en este trabajo debe tenerse en cuenta a tres fuentes básicas, a saber:

a) La legislación nacional

La legislación nacional que rige la actividad frutihortícola puede desdoblarse en dos cuerpos legales:

a.1) La Resolución 554/83 que mantiene la vigencia del Decreto-Ley 9244/63 con sus modificaciones aprobada por la Secretaría de Agricultura y Ganadería

La Reglamentación del Decreto-Ley 9244/63 en lo referente a frutas frescas no cítricas consta de 39 capítulos y 335 apartados. Con la finalidad de dar una breve semblanza de los temas tratados, se enumera a continuación los capítulos mencionados:

- I - De las inscripciones
- II - De la cosecha
- III - De la fruta
- IV - De los locales de empaque
- V - De la selección y empaque
- VI - De la identificación de la mercadería
- VII - Del transporte, enfriamiento, frigoríficos y cuarentena
- VIII - De la fruta de "Rancho", encomiendas postales internacionales y equipajes de viajeros
- IX - De las inspecciones y otorgamiento del Certificado Fitosanitario
- X - Del Certificado Comercial
- XI - De los rechazos
- XII - Del Tribunal Técnico de Apelación
- XIII - De las infracciones
- XIV - Ananás
- XV - Banana
- XVI - Cereza
- XVIII - Chirimoya
- XIX - Damasco
- XX - Durazno
- XXI - Frutilla
- XXII - Granada
- XXIII - Guayaba
- XXIV - Guinda
- XXV - Higo
- XXVI - Kaki
- XXVII - Mamón

- XXVIII - Mango
- XXIX - Manzana
- XXX - Melón
- XXXI - Membrillo
- XXXII - Oliva
- XXXIII - Palta
- XXXIV - Pera
- XXXV - Sandía
- XXXVI - Uva de Mesa
- XXXVII - De los envases:

- a) Disposiciones generales
- b) Envases reglamentados

XXXVIII - Aclaración de términos

- a) De calidad
- b) De defectos
- c) Otros

XXXIX - De los organismos de aplicación e interpretación y sus facultades:

- a) Organismos y agentes de aplicación
- b) Facultades ordinarias
- c) Facultades extraordinarias

Al respecto puede observarse que todavía no existe un tratamiento específico para el arándano, la pera asiática y el palmito aunque si ya se tiene algo con respecto a la frambuesa que es la Disposición 64/90 de la SAGyP en donde se determina los aspectos a considerar tanto para el mercado interno como para la exportación

a.2) El Código Alimentario Argentino

En los tiempos que corren es conveniente que los productores agrarios tengan una visión ampliada de las tendencias del mercado no solamente en el seguimiento que es necesario implementar para saber lo que sucede en el mercado de productos frescos, sino también, el sector agroindustrial, en este caso el Código Alimentario va reglando el acontecer en el ámbito de la actividad agroindustrial, pero a su vez el desarrollo de la actividad agroindustrial tanto en el mercado interno como en el mercado internacional, va señalando los caminos que deben incursionar las legislaciones. El productor agropecuario debe estar atento no solamente a las nuevas disposiciones de la SAGyP sino también, al surgimiento de algún nuevo producto de base agroindustrial en el mercado, que, por la presión ejercida por los consumidores, se vea incorporada en el Código Alimentario ó con vistas a ser incorporado, por ejemplo,

la aparición de una nueva ensalada de frutas, en que también tenga participación el mamón o el arándano, representando un nuevo nicho para el productor agrícola.

En líneas generales el articulado del Código en relación con el tema "Frutas" abarca los siguientes aspectos:

<u>Artículo</u>	<u>Tema</u>
809	Frutas en almibar
810	Mermelada
811	Dulces
813	Jaleas
814	Dulces mixtos
879/83	Definición, exigencias fitosanitarias condiciones de venta de las frutas, particularmente las frutas frescas
910/11	Uvas desecadas
913	Peras desecadas
914	Manzanas desecadas
933	Palmitos en conserva
957	Peras en conserva
962	Manzanas en conserva
965	Uvas en conserva
968	Frambuesas en conserva
969	Ensaladas de frutas
970	Cóctel de frutas

b) Recomendaciones de Organismos supranacionales

Como es el caso de la Comisión del Codex Alimentarius Comisión dependiente de la Organización de las Naciones Unidas, que se expide regularmente en materia de productos agrícolas y aquellos destinados para la alimentación.

En una reunión del Comité del Codex en un programa conjunto FAO/OMS sobre normas alimentarias sobre frutas tropicales frescas que tuvo lugar en la Ciudad de México entre el 1 y el 5 de febrero de 1993 presentó un anteproyecto de Código de Prácticas para la inspección y el control de frutas y hortalizas tropicales frescas. Básicamente los puntos tratados fueron:

- .Autoridad competente
- .Productos, objetos de inspección
- .Normas de calidad comercial entre países
- .Inspección y control
- .Muestreo
- .Análisis de laboratorio
- .Rechazo de la mercadería

- .Despacho de la mercadería
- .Sanciones

Asimismo la Comisión Económica para Europa (Economic Commission for Europe) sita en la ciudad de Génova (Italia) en base a un trabajo conjunto entre las autoridades de la Comunidad y las Naciones Unidas, estableció en 1991 las siguientes recomendaciones sobre frutas y hortalizas frescas en 1991.

- .Definición de producto
- .Recomendaciones referente a calidad
- .Recomendaciones referente a clasificación
- .Recomendaciones referente al tamaño
- .Recomendaciones referente a la tolerancia
- .Recomendaciones referente a la presentación
- .Recomendaciones referente al envasado

c) Las respectivas legislaciones vigentes en los países de importación.

Obviamente en es caso que se encare una exportación deberá considerarse los aspectos legales del país en donde se ha de introducir la mercadería.

1.3 Estructura de la demanda

Ya se ha descrito en el punto 1.2, en líneas generales, dos destinatarios importantes de la producción y la importación de frutas dentro de los límites del mercado interno; la población, para el consumo de fruta fresca y el sector industrial para la elaboración de dulces, mermeladas, etc., queda un tercer destinatario para absorber parte de la producción nacional. La exportación.

1.3.1 Identificación, caracterización y localización del consumo

Población

A diferencia de otros bienes de consumo no durables como el caso de la carne, en donde, por una parte; tanto el alto consumo de piezas tales como la falda y el mondongo, y, por otra, el alto consumo de cortes de lomo o peceto, indicadores confiables que marcan segmentos o zonas con diferentes niveles de ingresos y, en consecuencia, con diferentes niveles de consumo, no sucede lo mismo con las frutas, ya que su consumo depende no solamente del nivel de ingresos de la población - en los grandes centros urbanos el consumo de frutas "per cápita" por parte de los sectores de bajos ingresos, es siempre sensiblemente menor que el consumo registrado en los ingresos más altos -, del grado de conocimiento de la población respecto del producto, sino también del factor estacional. En el caso de los frutos tropicales, ante el desconocimiento generalizado por parte de los consumidores en los centros de alta aglomeración de la población, de las propiedades intrínsecas de éstos frutos, su mayor consumo queda librado a la proporción de los habitantes nativos de las provincias productoras, que acuden a las verdulerías, ferias y supermercados, por razones de tradición y costumbres.

Por tradición y costumbres, pero esta vez europeas. El arándano y la frambuesa tienen una clientela por un momento circunscripta a un segmento de población de ese origen y es frecuente encontrar piezas de repostería en base a arándano y frambuesa en los lugares más dispares del país, pero sin embargo todos esos lugares tienen un mismo factor común. El factor común está representado por consumidores nativos o sus descendientes (se verá en el punto 2. dedicado a mercado internacional; que se vuelve a reproducir el mismo fenómeno, pero esta vez a escala internacional) provenientes en su mayoría de Europa central, Austria, Suiza, Alemania, etc.

Lugares tales como Bariloche, El Bolsón, en Río Negro, Gaimán, Trevelin y Esquel; en Chubut, Ushuaia en Tierra del Fuego, General Belgrano, La Cumbresita; en Córdoba; las localidades de Belgrano, Martínez, San Isidro, La Lucila, Bánfield, Adrogé, Villa Ballester, El Palomar; para nombrar algunas; en la provincia de Buenos Aires, son mercados reales y potenciales de esas dos frutas

La misma provincia de Misiones presenta un mercado potencial por poseer una franja poblacional de raíz euro pea.

Es que en el caso de las frutas en general no se puede elaborar una estrategia de penetración de mercados por segmentos ya que no existen parámetros que los haga diferentes entre sí. No existen consumidores de manzanas por edad (las fábricas de productos lácteos que elaboran alimentos para lactantes, segmentan el mercado de acuerdo con la proporción de población infantil que posee cada provincia, departamento o "zona de venta") de ananás por sexo (como el la producción de tampones para mujeres), de uvas por profesión, de paltas por religión, etc.

Una pera aplastada, despeleada, con algunas manchas oscuras es rechazada por cualquier consumidor, sea hombre o mujer, sea estibador portuario, ejecutivo de una empresa, queda pues, como variables elementales de consulta para comprender el movimiento de frutas dentro de país la evolución de los precios y la evolución de los ingresos.

De todas maneras las decisiones de colocación de acuerdo con la operativa de comercialización de frutas frescas del país depende fundamentalmente de los mayoristas

### Industria

Otra colocación importante de la fruta cosechada la constituyen las plantas procesadoras de fruta y, en este aspecto la información sobre localización, capacidad instalada, capacidad utilizada, líneas de productos etc a nivel nacional disponibles en la Secretaría de Industria se retrotraen al año 1985, es decir información total totalmente desactualizada. Asimismo existe cierta reticencia por parte de algunas cámaras de brindar cierta información.

La fruta que no llega fresca en la mesa del consumidor puede llegar de otra manera; como fruta desecada, como

fruta conservada, como ensalada de frutas ó cóctel de frutas. De la misma manera puede llegar como dulce, mermelada, jalea o bajo la forma de jugos.

Las frutas que se enumeran a continuación son bajo las formas en como aparecen en el mercado interno, siendo de que estas mismas frutas, en los mercados internacionales, pueden aparecer también bajo otras formas, que aquí no aparecen.

Las firmas que producen toda esta gama de productos, constituyen, pues, otro segmento de mercado comprador de fruta. En este caso específico, el "comprador" esta representado operativamente por la gerencia de compra de la empresa y los "gustos" del comprador esta definido por los controles de calidad de la fruta recepcionada. Todas las frutas sin excepción en su recepción deben reunir ciertas condiciones mínimas para ser aceptadas, se según al tipo de proceso a la que deberán estar sometidas. Es conveniente que entren limpias y sanas. Una partida de fruta por ejemplo que no haya sido sujeta al control de calidad, que contenga determinado tipo de parásitos, puede afectar la calidad del producto final, en el sabor, el olor, en el color. Sucede que aquí la firma compradora no sólo esta arriesgando un costo de oportunidad al aceptar determinada partida, sino también el debilitamiento o fortalecimiento de su imagen en el mercado. Asimismo; el proveedor - mayorista, empacador, productor etc., esta arriesgando a un cliente innecesariamente.

#### .Frutas desecadas

De acuerdo con las características de nuestro mercado, la manzana, la uva y la pera pueden venderse a empresas procesadora para la elaboración de frutas desecadas

#### .Frutas conservadas

Palmito, pera, ananás, manzana, uva, frambuesa

#### .Ensalada de frutas

En la ensalada de frutas, aparece en el mercado juntos cerezas, damascos, duraznos, peras y ananás

Cóctel de frutas

El cóctel de frutas se compone de las siguientes frutas: cereza, durazno, pera, manzana, uva y ananás

1.3.2 Determinación del consumo aparente

Se hace dificultoso determinar el consumo aparente porque como ya se ha señalado al principio de este trabajo no se dispone de datos actualizados de producción y, aunque se pueda tener de exportación e importación para algunos de ellos, cualquier estimación no sería precisamente objetiva.

Considerando pues, que lo que se demanda a través del mercado central constituye estimativamente el 65% del total del país, quedando el 35% restante sujeto al manejo de los otros mercados y hallando los valores totales en volúmenes físicos para cada tipo de fruto y dividiéndolos por la población registrada en el último censo se tendría el consumo de fruta por habitante como promedio correspondiente al período 1985/92.

Fruta fresca	Consumo por habitante
Ananás	200 gramos
Banana	3 kilos
Mamón	2 gramos
Mango	1 gramo
Manzana	7,2 kilos
Falta	3,8 gramos
Pera	2,0 kilos
Uva	1,6 kilos

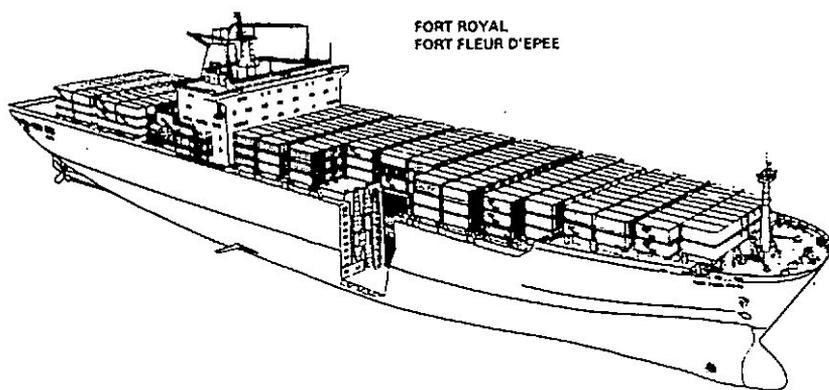
Del resto de frutos que trata este trabajo se carece de cifras confiables.

A este consumo por habitante y por año de las frutas frescas mencionadas, habría que adicionársele la porción de frutas, que la población consume en forma elaborada (como fruta conservada, como mermelada etc) para tener valores reales de consumo de frutas.

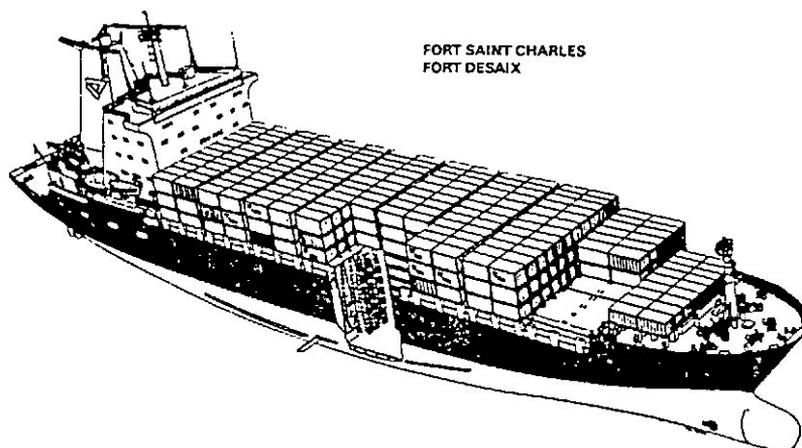
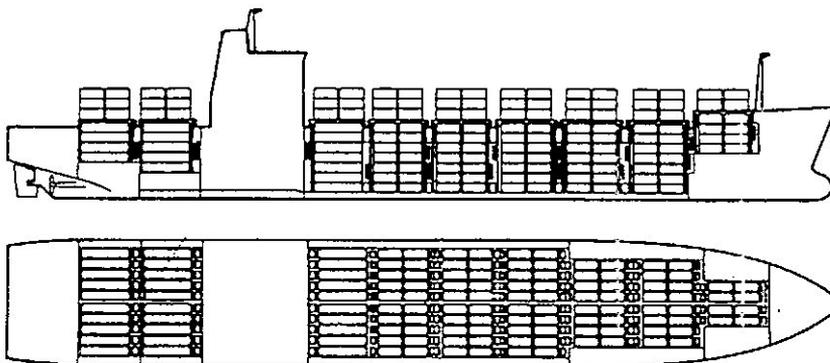
Debe aclararse, que, el realidad es bastante probable que estos valores de consumo por habitante estén por de

bajo de sus valores reales ya que los mismos son valores resultantes de volúmenes, digamos blanqueados, pero no de partidas de fruta que se comercializaban en otros lugares denunciados en su oportunidad por la Asociación de Cooperativas Hortícolas y Frutícolas y la Asociación de Comercializadores del Mercado Central. Y, aunque estas inquietudes provocaron una Resolución de los Mandantes de la Corporación del Mercado Central el 22/12/89, legalizando el funcionamiento de todos los mercados "existentes o que se establezcan en toda el área de Buenos Aires y, aún con la vigencia de la Disposición 252/91, según el criterio de algunos funcionarios del Mercado Central, siguen existiendo todavía ciertas anomalías.

LES PORTE-CONTENEURS REFRIGERES POLYVALENTS EN EXPLOITATION ACTUELLEMENT  
SUR LES LIAISONS FRANCE-ANTILLES-FRANCE



FORT ROYAL  
FORT FLEUR D'EPEE



FORT SAINT CHARLES  
FORT DESAIX

2. Mercado Internacional

La etapa de comercialización internacional de frutos tropicales, comparado con el grupo de frutos tradicionales como la manzana y la pera y, con el grupo de frutos cítricos es bastante reciente en el escenario del comercio mundial. Después de la segunda guerra, junto con la reorganización de las economías convergieron varios factores que impulsaron el consumo creciente de frutas hasta constituir hoy en día uno de los motivos de conciente preocupación cotidiana en la familia moderna.

Los factores de mayor relevancia mencionados son:

- El acentuado incremento del ingreso per cápita de los países desarrollados; básicamente Europa, Estados Unidos y Japón. Eso trajo simultáneamente el aumento del poder adquisitivo y, en consecuencia de la demanda de nuevos productos. (ver 12, Anexo A).
- El aumento del poder adquisitivo de algunos países de la OPEP como el caso de Arabia Saudita, que sumado a factores de aspectos estrictamente religiosos, como el de la prohibición de ingerir bebidas alcohólicas lo han reemplazado por la línea de jugos de peras y manzanas primero, para luego pasar a los cítricos para posteriormente empezar a importar sus frutos directamente en fresco y, finalmente, incorporar a su régimen frutas tropicales.
- Los serios problemas de polución y contaminación del medio ambiente; su impacto en la salud no solamente humana, sino también en los animales y la vegetación produce situaciones tales como en el caso de Estados Unidos, Europa, Japón etc., de la aparición de entidades ambientalistas promocionando el retorno a la alimentación natural, y, en consecuencia estimulando el consumo de frutas, incluidas las tropicales -caso mamón; con la papaina -.
- También en la década del 60 en países del ex bloque soviético en particular, la actual Rusia, aquí no ya como en el caso religioso de Arabia Saudita, o de una mayor conciencia ambientalista como en el bloque Occidental, sino por razones sanitarias - alto consumo de bebidas alcohólicas "per cápita" las autoridades soviéticas deciden promocionar oficialmente la conveniencia de que la población ingiera una mayor cantidad de bebidas no alcohólicas - más tarde junto con bebidas del tipo cola, el pueblo ruso empezará a consumir jugos cítricos, y, últimamente también la importación de frutas tropicales.

-En la década del 50 la explosión inmigratoria de habitantes de familias asiáticas y africanas en Europa y de familias latinoamericanas en los Estados Unidos modifica en alguna manera los hábitos de consumo de los habitantes domésticos. La apertura de una cadena de restaurantes y hoteles por parte de los inmigrantes incorporando en los menús, en los desayunos comidas hortalizas y frutas asiáticas, africanas y latinoamericanas actúa como una poderosa cuña promocionando a esos productos ultramarinos. (ver 13, Anexo A) Pero a los inicios del 80, en el caso de los frutos tropicales, no servirán ya en algunos círculos europeos o norteamericanos solamente como postre, como el caso del mango o el mamón, sino que han de pasar a ser requisitos decisivos en la presentación de "entradas" en la comida francesa como el caso de la palta., ó, para acompañar al pescado en distintos tipos de salsa como el caso del mango pero en sectores de capa poblacional más amplia, lo que significa ampliación del mercado

Antes de comenzar con el punto 2. deberá aclararse que se pondrá en énfasis solamente en el estudio de cinco especies tropicales; a saber 1) ananás o piña, 2) aguacate o palta, 3) mango y 4) papaya o mamón, 5) banana.

Esto se debe a que estos cinco frutos son los que registran mayor volumen de comercialización de los frutos tropicales seleccionados, motivo principal del trabajo y a la vez un nivel de información más completa y sistemática respecto de los frutos tropicales restantes

## 2.1 Principales países exportadores e importadores

### Ananás o Piña

Como lo indica el Anexo G los principales países exportadores son Costa de Marfil, Filipinas, Costa Rica, Brasil y Holanda. En general el medio de transporte utilizado depende básicamente hacia que tipo de segmento de mercado esta dirigido en los países de destino. Si el sector consumidor es de ingresos elevados las cargas son en avión y la fruta van con corona. El precio es más alto, pero también los ingresos del sector que lo demanda es más alto. Si el consumidor pertenece a la clase media alta, la carga se hará por buques, sin corona, para que ocupe menos bodega y el flete sea más barato. Además previamente se habrá pactado el "porcentaje" de color con el que debe arribar a puerto de destino.

Cuando va dirigida hacia los sectores de "lujo" voz habitual empleada en la jerga de niveles operativos de la carga, se la embala en cajas de tableros de fibra de 4, 6 u 8 piezas de entre 0,7 y 1,5 kg cada pieza; llegando hasta 2,7 kg, en tanto que los que van dirigidos al consumo "en masa" pesan entre 0,9 y 1,3 kg pero en cajas de 10, 12, 15 o 20 piezas.

La variedad más apreciada en el mercado mundial, en particular Europa es la *Smooth Cayenne*, le siguen en importancia las variedades *Queen*, *Red Spanish* y *Abacaxis*.

En los Estados Unidos, las importaciones provenientes de México se tuvieron que detener debido a que las autoridades sanitarias encontraron algunas partidas con plaguicidas. Esta falla del país azteca fue aprovechado por los promotores hondureños y algunos círculos de empresarios alertas de Costa Rica. Las piñas de color amarillo intenso tanto en la piel como en la pulpa parece ser que ya se ha consolidado en el mercado norteamericano.

#### Aguacate o Palta

Israel, Estados Unidos, Sudáfrica y Guatemala son los principales exportadores de palta, a la par que Francia, Inglaterra, Alemania, Estados Unidos, Japón y Holanda son los principales países importadores.

En el caso de la Comunidad como bloque importador es proveída por Israel, en un 50% de la oferta aproximadamente siguiéndole en orden de importancia Sudáfrica, dentro de la misma Europa, España es un importante país productor y exportador aunque no del calibre de los países exportadores citados. Estados Unidos es un importante productor, exportador, consumidor e importador al mismo tiempo, pero esto último a mucha menor escala.

La mayor parte de la carga se hace por vía marítima en carga refrigerada. El único país que hace una carga regular por vía aérea, aunque pertenece al grupo de países exportadores menores, es Kenia.

Las variedades más importantes son la *Fuerte*, la *Ettinger* y la *Hass* (variedad que exporta la República Argentina) el aguacate es de profuso empleo como plato entrada generalmente acompañando comidas con pescados y mariscos.

La mayor parte de los países europeos exigen especies cuyo peso por pieza este entre los 250 y 350 gramos. prefe

rentemente periforme, de color verde brillante. Van en cajas de tablero de fibra en una sola capa con un peso neto de 4 kilos. Hay cajas de 12, 14, 16, 18 y 20 unidades.

El mayor volúmen de importaciones sucede entre octubre y abril compitiendo Israel, Guatemala y España en las ofertas en Europa. Entre mayo y septiembre compiten por el mercado Estados Unidos, Sudáfrica, pero también Kenya y Martinica.

Aunque Estados Unidos es el segundo exportador mundial y prácticamente al mismo tiempo esta en los límites del autoconsumo, también realiza algunas importaciones.

También, como con el ananás, importaba antes palta de México pero los exportadores mexicanos no realizaban controles pertinentes para eliminar el llamado "gorgojo del aguacate" también tuvo que intervenir el Departamento de Protección del Medio Ambiente que depende del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos prohibiendo las importaciones, a partir del 85; La República Dominicana y Chile fueron los proveedores alternativos.

#### Mango

México, India, Filipinas, Haití, Pakistán y Tailandia son los principales exportadores de mango a escala internacional. Como países importadores se destacan; Estados Unidos, Hong Kong, los Emiratos Arabes Unidos, Arabia Saudita, Reino Unido, Francia y Singapur.

De toda la serie de frutos tropicales, el mango es el que más exige un control estrictamente preciso en cada uno de sus pasos operativos por su alto grado en la velocidad de deterioro, desde la etapa de recolección en la cosecha, manipulación en el embalaje, adecuada temperatura cámara frigorífica en transporte aéreo - que es el transporte habitual.

De todos los tipos de mercados que presentan las otras frutas, el mercado del mango es el más competitivo.

Las variedades preferidas son *Alphonso, Amelie, Apple Haden, Kent y Ruby.*

Al llegar a la góndola de alguna cadena de supermercados deberá tener un aspecto cuyo exterior refleje madurez, sea rojo o amarillo, según la variedad, esto, porque los mangos verdes, aunque maduros despiertan cierta aprehensión por parte de la gente, necesitándose cierta promoción para su venta lo que significa un costo adicional en los costos de comercialización.

Se venden en unidades que oscilan entre los 225 y 400 gramos, van envasados en caja de tableros de fibra de 4, 5 ó

kgs de peso. Es frecuente envolver cada fruta con papel de seda para mejorar la presentación.

En el caso de los Estados Unidos el control de sanidad ha sido también estricto con las importaciones ya que uno de los principales insectos depredadores; la mosca de la fruta, ha sido motivo más que suficiente para el rechazo de importaciones importantes. Hasta las importaciones tratadas con dibromuro de etileno fueron rechazadas a partir de septiembre del 87. Sólo partidas con tratamiento de "doble baño" empleadas como en el caso de México, son aceptadas.

#### Papaya o mamón

Malasia, Tailandia, Estados Unidos y Brasil conforman los principales países exportadores de mamón. Por otra parte; Singapur, Japón, Hong Kong, Alemania y el Reino Unido constituyen los principales países importadores

Mientras que Malasia y Tailandia son los principales proveedores de Singapur, Japón y Hong Kong; Brasil provee casi el 80% a los países de la Comunidad, quedando el resto para los Estados Unidos y otros exportadores menores

Gran cantidad de consumidores de la Comunidad todavía no saben distinguir el mamón de los melones provenientes de las regiones mediterráneas durante la mayor parte del año. La variedad más apreciada por consumidores europeos es la *Amazón Roja*, aunque en los últimos años la variedad *Solo* empezó a incursionar en Europa con buenos resultados.

La variedad de mayor receptividad en los Estados Unidos es la variedad *Solo*.

Esta fruta al igual que el requiere ciertos cuidados y el mayor volumen que se destina para Europa se hace por vía aérea

La fruta es embalada en cajas de 8 a 11 piezas. El peso esta entre los 3,2 a 3,7 kilos por caja.

Banana

Ecuador, Costa Rica, Colombia, Filipinas, Panamá y Honduras son los principales exportadores de bananas del mundo. Como principales importadores se destacan Estados Unidos, Alemania. Italia y Francia

Como puede observarse en el anexo G, los países integrantes de la Comunidad en el párrafo anterior adquieren el grueso de la exportaciones mundiales, pero, mientras que, con respecto a la introducción de las otras especies forman un frente común, con relación a la banana, llevan a cabo tres diferentes formas de política económica según las circunstancias; libre entrada tarifas discriminatorias y convenios bilaterales. Alemania, como excepción apoyándose en una cláusula especial conferida en el protocolo de Roma, es el único país que la importación de banana se hace libre de derechos además de no estar bajo el régimen de cuotas.

Asimismo un dato significativo para los productores latinoamericanos es que, las mayor parte de las bananas que se encuentran en las góndolas de la cadena de supermercados e hipermercados de Alemania provienen de algunos de los países latinoamericanos antecitados (en 1988 el productor latinoamericano abastecía el 99.5% del total importado). Los restantes países de la Comunidad cumplen fehacientemente los compromisos con los países del Pacto de Lomé, dando prioridades a la importación de bananas provenientes de esos países y mientras que para Bélgica, Holanda, Dinamarca e Irlanda aplican la admisión es "duty free" para los países del citado Pacto, los países que no están en él, deben abonar el 20% de derechos de importación (ver 15, Anexo A).

Las variedades más comercializadas en el comercio internacional son: *Gros Michel*, *Grande Naine*, *Lacatan*, *Saba*, *Pelipita*, *Ogoni Red*, *Basrai*, La forma standarizada del packaging es el embalaje en cajas de madera conglomerada con un peso aproximad de 18 kilos .

En cuanto a las otras especies cuyo cultivo quieren introducirse en climas tropicales o subtropicales la información que se dispone es la siguiente:

Arándano

Los mayores mercados del arándano son Estados Unidos y Europa. Son al mismo tiempo los mayores productores Los principales exportadores sobre todo para los Estados Unidos son Canadá y Nueva Zelanda. Estados Unidos consume casi todo lo que produce. En Europa también hay una suerte de autoabastecimiento regional, siendo Polonia, Rumania y Holanda los principales exportadores, para Francia, Italia, Inglaterra. Alemania es a la vez exportadora e importadora.

Superficies de arándanos en principales países productores y su participación (año 1988)						
País	Silvestres		Cultivadas		Total	
	ha	%	ha	%	ha	%
U.S.A	18852	42.3	14864	83.0	33716	53.9
Canadá	25741	57.7	1250	7.0	26991	43.2
Alemania	s/d	-	500	2.8	500	0.8
Rumania	s/d	-	200	1.1	200	0.3
Países Bajos	s/d	-	150	0.8	150	0.2
Polonia	s/d	-	100	0.6	100	0.2
Otros	s/d	-	50	0.5	50	0.1
Nueva Zelandia	-	-	600	6.8	600	1.0
Australia	-	-	160	0.9	180	0.3
Japón	-	-	37	0.2	37	0.1

Fuente: Instituto de Investigaciones Agropecuarias (INIA)  
Chile

Las variedades de mayor movimiento en el mercado internacional son por orden de magnitud; *Lowbush*, *Highbush*, *Billberry*, *Lingonberry* y *Rabbiteye*.

El packaging habitual del arándano consiste en el empaque de cajas de madera conteniendo 12 canastillos entre 200 y 400 gramos cada uno.

### Frambuesa

Los principales exportadores de frambuesa son Polonia, Hungría, Yugoslavia, Canadá y Nueva Zelanda. Entre los importadores, se destacan algunos que a la vez son grandes productores como Alemania y el Reino Unido. Otros importadores de relevancia son Francia, Italia, los Países Bajos los Estados Unidos. Rusia es el productor mundial más importante, pero a la vez gran consumidor

Las variedades que tienen mayor difusión son: *Heritage*, *September*, *Willamete*, *Zeva* y *Lloyd George*, dentro de las remontantes y; *Chicotin*, *Latham*, *Meeker*, *Sheena*, *Glen Clova*, *Glen Prosen*, *Mailing*, *Promise*, *Schoenemann* y *Marion* dentro de las no remontantes.

Luego del seleccionado y pesado en la planta de empaque, la fruta se embala en cajas con 12 canastillos de 200 gramos cada uno (peso neto, 2,4 kg)

### Manzana

En el mercado internacional se destacan como principales exportadores de manzanas: Francia, Estados Unidos, Chile, Argentina, Italia y Sudáfrica. Como principales importadores sobresalen Alemania, Reino Unido, Holanda, Canadá Brasil, también los Estados Unidos lleva a cabo operaciones de importación de cierta relevancia.

La *Red Delicious* es la principal variedad producida y consumida en los Estados Unidos, le sigue la *Golden* y finalmente la *Granny Smith*. La introducción de la *Fuji* y la *Braeburn* realizada en los últimos años tiene buenas perspectivas en el mercado. Por otra parte en la Comunidad aunque la *Golden Delicious* sea el principal cultivar esta perdiendo algunas franjas de mercado frente a la *Elstar*, *Gala*, *Jonagold*, *Braeburn* y *Gloster*.

En el hemisferio sur Chile le da prioridad al mercado internacional produciendo por orden de importancia *Red Delicious*, *Granny Smith* y otras tales como; *Red King Oregon*, *Richard Delicious*, *Red Chief*, *Starkimson Delicious* y *Starking Delicious*. Nuestro país produce un 60% de *Red Delicious*, luego la *Granny Smith* y finalmente las variedades restantes.

Sud Africa; *Granny Smith*, *Golden* y *Red Delicious*

Brasil ha encarado con seriedad el cultivo de la manzana aunque organismos especializados consideran que hasta finales de la próxima década será todavía un país básicamente importador. Las variedades plantadas actualmente en sus 28000 ha son: *Gala*, *Golden Delicious*, *Fuji*.

La manzana generalmente es embalada en cajas de 18 kilos

Uva de mesa

Italia, Chile, Estados Unidos, Grecia y sensiblemente por debajo Sud Africa y Bulgaria encabezan la nómina de los principales países exportadores de uvas de mesa. Por otro lado, como importadores se destacan Alemania, Canadá, Francia, Inglaterra, Holanda y Suiza.

Las variedades de mayor comercialización y consumo en el mercado mundial están representadas por; *Flamme Seedles*, *Thompson Seedles*, *Black Seedles*, *Ribier*, *Emperor*, *Perlete*. La uva es embalada en cajas de 5, 6 8 y 10 kilos

2.2 Factores básicos a considerar en la operatoria de las exportaciones

2.2.1 Principales puntos de venta en el mercado internacional donde se fijan habitualmente los precios de referencia para los productos frutícolas.

Aunque en este tipo de productos la mayor parte de los contratos se establecen bajo la cláusula FOB y en estos casos el punto "físico" de venta estaría determinado por el precio de la fruta puesta en puerto de origen, para el eventual productor que también es exportador y de hecho, los exportadores lo realizan permanentemente, el precio CIF en puerto de destino es de vital importancia para medir la estrategia de penetración a seguir frente a las operativas llevadas a cabo por la competencia. (Ver 14, Anexo A)

Así, pues, considerando solamente los precios de las frutas en puerto o aeropuerto de destino se detalla a continuación la lista de las principales ciudades donde se cotizan habitualmente los precios de las distintas especies:

Región	País	Ciudad	
Europa	Inglaterra	Londres	
	Irlanda	Dublín	
	Bélgica Luxemburgo	Amberes/Bruselas	
	Dinamarca	Copenhague	
	Países Bajos	Rotterdam	
	Alemania	Frankfurt Hamburgo Colonia Munich	
	Francia	Paris Rungis Marsella Rouen Dieppe Perpignan Nantes Burdeos Toulouse	
	España	Barcelona Bilbao Madrid Sevilla	
	Portugal	Lisboa Oporto	
	Italia	Génova Milán	
	Grecia	Tasalónica Atenas	
	América del Norte	Estados Unidos	Nueva York Boston  Philadelphia Detroit Chicago Los Angeles San Francisco
		Canadá	Montreal Toronto

Fuente: Elaboración propia en base a Eurofruit y Ecolatina-Modelagro.

2.2.2 Principales puertos de importación

Los puertos de destino (Ver Anexo H) constituye desde la óptica de la operativa de exportación un lugar destacado en particular cuando se calcula el valor del flete bajo las condiciones de cotización C&F o CIF. Así como para el exportador no es lo mismo que un puerto tenga o no instalaciones con cámaras refrigeradas o con cámaras refrigeradas relativamente saturadas, para el armador de un buque no es lo mismo un puerto congestionado, donde tiene que estar más tiempo de lo calculado, pagar más por uso de muelle o disponibilidad de prácticos. El flete, pues tendrá un valor distinto.

Estados Unidos

-Filadelfia (Hinterland; Delaware, Nueva Jersey y Pennsylvania).

Correspondería hablar más bien de los "puertos de Filadelfia" donde se destacan las terminales de; Broadway Terminal, Chester, Northern Shipping Terminal, Tioga Container Terminal etc.

La superficie total de bodegas para frutas alcanzan a 1700000 m<sup>2</sup>, de los cuales 56000m<sup>2</sup> corresponden a cámaras refrigeradas. Debe señalarse que este es un puerto "bananero" por excelencia. Está dotado de modernos equipos de fumigación condición básica para la introducción de fruta fresca en los EE.UU

-Wilmington

Con una superficie de 10870 m<sup>2</sup>, solamente 288 m<sup>2</sup> de bodegas están destinadas a cargas refrigeradas.

-Houston

Principal puerto de los Estados Unidos en el volumen de comercio exterior y tercero en el tonelaje total. Instalaciones para carga general y carga refrigerada.

-Miami

-Tiene 8 galpones de tránsito y 5000 m<sup>2</sup> de almacenaje en frío.

-Gulfport

Hizo, hace no mucho, una reconversión portuaria transformando 5100 m<sup>2</sup> de bodegas generales en bodegas frigoríficas. Puede recibir buques que arriben con 2500 pallets.

-Nueva Orleans

Instalaciones para carga general y refrigerada

-Tampa

Carga general. Posee 8496 m2 de almacenaje refrigerado

-Los Angeles

Aunque este es el principal puerto de la costa oeste de los Estados Unidos, no cuenta todavía con facilidades para el almacenamiento refrigerado. No obstante durante el año 1992 realizó inversiones para ampliar la superficie de los muelles de 15000 a 19500 m2 con utilaje apropiado para la carga y descarga rápida de frutas. Principal puerto de introducción de fruta chilena.

-San Diego

Es el único puerto, que por el momento tiene facilidades para el almacenaje de carga frigorífica

Europa

-Rotterdam

Puerto holandés, puerto de entrada a la red de rutas fluviales de Europa. Puerto con gran capacidad para cualquier tipo de carga. Amplias instalaciones para la carga frigorífica.

-Vlissingen

También en Holanda. Puerto frutero por excelencia, construido en 1971/92. 24000 m2 de bodegas refrigeradas. Recepción hasta 16000 pallets. Especializado en Kiwis.

-Amberes

Bélgica. Posee 90 km de muelles para carga general. Capacidad de almacenamiento en frío 560000 m2.

-Hamburgo

El más importante puerto de Alemania. Capacidad de almacenamiento refrigerado ; 78000 m2.

-Sherness

Cerca de Londres. Capacidad de almacenamiento refrigerado; 10000 m2

-Genova

Puerto de carga general y carga refrigerada

Arabia SauditaJeddah

Puerto habilitado para carga general y carga refrigerada. También cercano al aeropuerto del mismo nombre que cuenta también con instalaciones para carga refrigerada.

Japón

Los puertos de Tokio, Osaka, Kobe, Yokoama y Nagoya cuentan con instalaciones y utilaje para maniobrar con distintos tipos de carga incluso la fruta

2.2.3 Condiciones de embarque

Los buques donde se transporta la mercadería a exportar más allá de que estén o no conferenciados deben poseer bodegas frigoríficas adecuadas para recepcionar la carga de frutas. Las condiciones son las siguientes;

Producto	Temperatura		Humedad(%)	Vida de Almacenamiento	
	C°	F°			
Aguacates	7	45	85-90	2	semanas
Ananás	7-13	45-55	85-90	2-4	semanas
Arándanos	-0.5-0	31-32	90-95	2	semanas
Bananas	13-14	56-58	90-95	1-4	semanas
Guayabas	5-10	41-50	90	2-3	semanas
Mangos	13	55	85-90	2-3	semanas
Manzanas	-1-4	30-40	90-95	1-12	meses
Papayas	7-13	45-55	85-90	1-3	semanas
Feras Asiáticas	1	34	90-95	5-6	meses
Uvas	-0.5-0	31-32	85	2-8	semanas

Fuente: McGregor, Brian M. 1987. Tropical Products Transport Handbook

Esto constituye parte de los costos de comercialización que no sólo el productor-exportador ó exportador (caso típico; los productores-exportadores de peras y manzanas de Río Negro) tiene en cuenta cuando formaliza los contratos en base a la cláusula FOB, sino también el importador o receptor para estimar el precio CIF, por el riesgo que corre ante la posibilidad de no recibir "en forma" la mercadería cuando arriba el buque, sea por haber sido mal embalada en el país de origen, por haber sido mal estibada, por haber sido sometida a temperatura inadecuada, en el puerto de origen, en el buque, etc.

#### 2.2.4 Naturaleza del envase y embalaje

Respecto a la comercialización de frutas y hortalizas se está asistiendo a una incipiente y profunda revolución en materia de envases y embalajes. Incipiente; porque recién comienza y profunda; porque todavía no se puede dimensionar el efecto de su alcance. El punto de inflexión está simbolizado por la Ley Töpfer en vigencia en Alemania a partir de diciembre de 1992. El objetivo de esta ley es evitar mediante la implementación de mecanismos de mercado la acentuación de la contaminación del medio ambiente con residuos potencialmente tóxicos. Para el caso particular de envases y embalajes - sea o no de frutas - está prohibido operar dentro del mercado interno alemán con envases de madera no reciclable. Si no puede ser reciclado, debe ser sacado del país nuevamente.

"Los materiales utilizados en la elaboración de envases destinados a alimentos deben reunir en general las siguientes características básicas:

- a). Deben ser inertes, es decir característica que se refiere a la seguridad toxicológica del material de envase, en el sentido que la calidad del alimento no debe ser alterada por la migración de sustancias químicas desde el envase a los alimentos, ni por alteraciones organolépticas.
- b) Deben ser adecuados. El material de los envases debe ser compatible con el alimento a ser envasado y debe protegerlo eficazmente durante los procesos industriales, durante el almacenamiento y durante el transporte hasta el consumidor"

Fuente: Chile Frutihortícola. Mayo 1993

Esta disposición que "aplicada desde diciembre en Alemania, no hay razón alguna para pensar que aquella no será aplicada también por el resto de los países del Viejo Mundo, complicando e inquietando de hecho y de por sí al contingente exportador nacional"(Chile Frutihortícola, Ibid).

El envase y/o embalaje de madera se convierte así, en un verdadero problema para ,digamos, un supermercado en el país de destino de ,la fruta exportada en cajones de madera porque el problema que se presenta es que hacer con los mismos. Tampoco se los puede quemar porque si la madera tuvo un tratamiento con tetraclorofenol al quemarse desprenderá un gas terminantemente prohibido. El efecto también repercute hacia atrás (ya esta sucediendo con la industria maderera internacional) haciendo que tanto los productores, empacadores y exportadores estén pensando seriamente en reconsiderar otras alternativas como la de las cajas de corrugados, etc. para no perder los mercados europeos.

### 2.3 Características generales de la red de comercialización

#### Reino Unido

En el Reino Unido la fruta una vez llegada a puerto o a aeropuerto de destino es manipulada para iniciar la etapa de distribución en el interior del país por dos principales canales de distribución 1) el importador a secas y 2) el importador mayorista que es que tiene puesto en algún mercado mayorista que hasta 1990 había 42 aproximadamente

Algunos de estos canales trabajan; consignación/comisión particularmente con las frutas tropicales. Las comisiones están alrededor del 8%. La próxima línea de canales descendentes esta constituida por la cadena de supermercados y el ramo de hostelería.

El segmento de mercado que concurre frecuentemente a los supermercados que demanda este tipo de productos esta constituido fundamentalmente por grupos étnicos asiáticos y africanos; hindúes, musulmanes, ugandeses, bengalíes, la mayor parte de ellos radicados en Londres.

#### Francia

La carga frutera de ultramar arriba fundamentalmente al puerto de Marsella, si la carga es marítima y, si es aérea al aeropuerto de Orly. El puerto de Marsella es un puerto conveniente ya que cuenta con una estiba especializada en carga rápida y, a la vez; estratégica ya que desde allí, puede derivarse toda la carga por carretera y ferrocarril a toda Europa, es particular a la parte sur de Alemania, Suiza y Austria. En el caso particular de Francia la fruta queda en manos de importadores mayoristas, los que a su vez distribuyen a segundos mayoristas, pero también pueden colocarla directamente a los supermercados hipermercados y cadena de almacenes. Respecto de los consumidores se reproduce el mismo fenómeno que con el Reino Unido, aunque adicionada por la participación más amplia de franceses

La fruta de importación en Francia está sometida a las normas generales de la CEE no estando sujeta a ningún reglamento fitosanitario. El "Service de la Protection Des Végéteaux" controla estando ya el producto en el mercado que no tenga parásitos nocivos para la producción francesa.

### Alemania

El esquema de comercialización interna de frutas y hortalizas importadas en la República Federal de Alemania reviste aspectos singulares al resto de otros países ya que el sector cooperativo está muy desarrollado funcionalmente, no solamente en el plano de la producción o del consumo sino también se extiende hasta el plano de la comercialización, hasta el punto que existen cooperativas de minoristas; tales como EDEKA y REWE, ó, cooperativas de consumidores como el caso de GEDELFI Y Co-op Ag, se han transformado también en importadores, compitiendo con el sector tradicional de importadores en la compra de frutas. Existen estimaciones de que el 40 % de frutas, legumbres y hortalizas al por menor son vendidas por las cooperativas de minoristas, quedando el 30% disponible para las cooperativas de consumidores y, el 30 para los importadores independientes.

La carga que entra a la RFA ingresa por los puertos de Rotterdam, ó por los puertos alemanes de Bremen o Hamburgo.

Si la carga es aérea, por Frankfurt, Colonia o Munich.

Como país signatario de la Convención de Lomé, como Francia aplica derechos preferenciales a la importación proveniente de la ACP.

A diferencia de Francia todos los alimentos deben estar acompañados por un certificado fitosanitario. El Ministerio para la Nutrición y Economía Forestal (Bundesministerium für Ernährung und Forstwirtschaft) asume el control de la fruta ingresada realizando permanentemente pruebas aleatorias en los puntos de entrada y en los mercados al por mayor; por otra parte; la policía alimentaria (Lebensmittelpolizei) que depende directamente del Gobierno Federal efectúa el mismo procedimiento pero entre los minoristas. De esto se infiere el comportamiento en extremo, metódico, con el que se comportan los importadores en las negociaciones con los proveedores. El riesgo de una importación es también un aspecto clave.

### Estados Unidos

Puede verse el mapa de puertos fruteros de escala internacional (ver Anexo H), donde están los puertos que registran un mayor movimiento de carga y descarga de frutas, sobre todo como puertos de destino que es lo que interesa a los países exportadores.

En los Estados Unidos se destacan: San Francisco, Long Beach, Los Angeles y San Diego; del lado de la costa del

oeste. Del lado de la costa atlántica; Nueva York, Filadelfia, Wilmington, Tampa, Miami, Nueva Orleans y Houston. La mayoría de ellos poseen cámaras para almacenamiento refrigerado. De acuerdo a las circunstancias la carga en entrada a puerto se deriva a estas cámaras o, previo cumplimiento de los requisitos aduaneros es retirada en camiones frigoríficos por parte de los importadores. Existen dos clases de importadores; a) los importadores independientes, que pueden distribuir la carga a: 1) la cadena de grandes almacenes que pertenecen a un sólo grupo ó un sólo dueño; 2) la cadena de almacenes independientes privados; 3) mayoristas independientes que tienen instalaciones en mercados terminales; los dos primeros a su vez distribuyen la fruta a establecimientos minoristas; los mayoristas pueden derivar la fruta además de establecimientos minoristas, a establecimientos especializados en productos frutihortícolas, pero también son distribuidores exclusivos para la cadena de restaurantes e instituciones. b) Los importadores "corporados" o los grandes almacenes que pertenecen a un sólo grupo ó a un sólo dueño, quienes vuelven a revender a los establecimientos minoristas.

Un número importante de estos canales cuenta con eficientes departamentos de investigación de mercado; donde; por una parte tienen segmentado el mercado por tipo de comunidad, haciendo testeos de gustos de consumidores cuando las circunstancias lo aconsejen. Algo similar sucede en Alemania pero en este caso es frecuente que dicha tarea la realicen consultoras independientes de investigación de mercados.

3. Conclusiones y recomendaciones

3.1 Conclusiones

En el caso particular de la provincia de Misiones, son varias las señales que reflejan la situación de cierto estancamiento en lo relacionado con el cultivo y elaboración de frutos tropicales

a) En el sector agropecuario

-No incorporación de nuevas técnicas del cultivo  
Por ejemplo:

- .En medidas de prevención contra las heladas
- .En el combate contra las plagas
- .En la introducción de variedades adecuadas tanto para el mercado interno como para el mercado internacional

-Inexistencia de clasificación y tipificación de la fruta cosechada.

-Falta de embalaje, ó, embalaje rudimentario, ó embalaje circunstancial.

-Cultivos opcionales de especies que ofrecen mejor posibilidad de colocación como;

- .cítricos
- .durazno primicia
- .choclitó

-Inexistencia de programas de promoción y difusión de los frutos en cuestión

-Falta de asistencia técnica adecuada por parte de los extensionistas.

b) En el sector agroindustrial

El escaso, fluctuante y errático desarrollo de la actividad industrial de varias procesadoras de frutos tropicales, se debe a la existencia de recurrentes problemas que afectan sensiblemente a los planes de producción debido a:

-Deficiencias detectadas en el suministro regular de frutos, tanto en cantidad como en calidad.

-Visión de mercado no siempre objetiva

-Falta de sentido común de algunas firmas al estar todavía planteándose si conviene o no incorporar cámaras frigoríficas en plantas en funcionamiento o esperar que sean instaladas por los mismos productores.

Así, pues, por una parte, la interacción agroindustrial no funciona eficientemente. Algunas veces los productores venden el mamón a algunos compradores extraprovinciales que provienen de Santa Fe o Corrientes, las ventas se hacen al pie de la propia finca corriendo el flete por cuenta de los intermediarios. Otras, llevan algunas partidas de mamón hasta la misma planta elaboradora local, caso: Instituto Línea Cuchilla. Finalmente es frecuente que algunas firmas importen, mamón, o, también ananás para continuar con los planes previstos. También se procesa palmito, pero muy irregularmente de partidas provenientes de Andresito.

Respecto a la otra alternativa que es el mercado en fresco, está sujeto a varias limitaciones, la falta de clasificación y tipificación no es un problema para la colocación en el mercado de Posadas, pero sí para los mercados de mayor movimiento del país (Mercados de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Mendoza).

c) La política económica nacional y sus medidas vinculadas con el sector

Aunque el sector cuenta con algunos incentivos de importación, como por ejemplo el reintegro a las exportaciones de un 5%, esto tendría más efecto, para el sector agrario que cultiva frutos tropicales si el mismo estuviese realmente armado para la exportación, cuando el productor y/o exportador de mango, mamón, guayaba etc., estuviese dispuesto a ofrecer la variedad, calidad, cantidad y continuidad exigida por el mercado internacional.

Por otra parte, otra medida no precisamente muy adecuada son los préstamos bancarios, en relación con la coyuntura nacional e internacional. Como ejemplo se podría tomar el caso de los productores de Río Negro, préstamo de un máximo de 30.000\$ por productor a pagar en 2 años al 17% anual, a 3000\$ por hectárea. Estas condiciones son cuestionadas ya por muchos productores por la falta de seguridad para garantizar los retornos pactados. (ver 16, Anexo A). "Solamente reconvertir una hectárea con plantas nuevas nos cuesta 2000 dólares y hay que esperar unos años la producción".

Poner en condiciones de cultivo una hectárea de arándanos tiene un costo de implantación aproximadamente de 10000\$ y solamente a partir del 8 año empieza a tener rendimientos que aseguran su actividad como cultivo rentable mientras tanto los créditos tomados deben ser reembolsados de alguna manera.(Ver 17, Anexo A)

En algunos países en que este tipo de cultivos tiene cierta gravitación en la economía del país se implementan otros tipos de incentivos.

Tal es el caso de Tailandia donde el gobierno con el propósito de evitar la pérdida de mercados de productos procesados en base al ananás, hace un adelanto a los agricultores a través del Banco de Tailandia a un precio remunerativo, de esta manera, las plantas procesadoras no interrumpen los planes de producción manteniendo el suministro continuo a sus respectivos mercados externos, cuando se efectiviza la exportación, las empresas deben reembolsar los préstamos que el Banco entregó a los agricultores, con las comisiones e intereses correspondientes. El Ministerio de Comercio hace también a través de una determinada cadena de agencias establecidas en los países de destino de las exportaciones donde realizan una tarea permanente relacionada con la situación de mercado de esta fruta.(ver 18, Anexo A).

### 3.2 Recomendaciones

#### 3.2.1 Respecto a los productos

Finalmente, en cuanto a las posibilidades y limitaciones que presenta cada grupo de frutos en base a la información recabada y al análisis realizado para este trabajo puede señalarse lo siguiente:

##### Frutos tropicales

El mamón la palta y el palmito parecen presentar, de acuerdo con las circunstancias actuales, las mejores alternativas para el inicio de nuevos cultivos, ó, para la continuación de los ya existentes - lógicamente, dentro del marco de las recomendaciones señaladas adelante.

No presentan los problemas de la banana, que prácticamente existe una suerte de oligopolio de importación, hasta el punto que los productores salteños proponen insisten

temente una cuotificación de los volúmenes importados, hasta ahora, sin resultados efectivos. El ananás, podría ser otra opción interesante siempre y cuando el mercado principal no siga siendo el sector agroindustrial local, volcándose, en una nueva etapa a captar el mercado dominado por la importación ya que la *Cayena Lisa* es una variedad de alta competitividad. El sector agroindustrial misio nero exterioriza altibajos recurrentes lo que no es precisamente un mercado seguro para los productores, porque no pueden destinar hectáreas a un mercado fluctuante, por otros de menos riesgos.

Una salida para esta situación tal vez sería ver la posibilidad de llevar a cabo algún contrato producción entre las partes interesadas. El mango no solamente no registra bajo volúmenes de producción, sino también bajo volúmenes de importación, salvo cierto impulso en los últimos dos años y recién empieza a aparecer más frecuentemente en algunos lugares, situación que no se sabe si se mantendrá. Algunas personas todavía lo confunden con el mamón. Esto, obviamente, se debe al desconocimiento que tienen amplias capas de la población con respecto a esta fruta. La propaganda y publicidad - al modo de cómo se hace con la palta- de este producto sería el primer paso, un paso costoso que no todos los productores estarían dispuestos a llevar a cabo. Exactamente sucede lo mismo con la guayaba pero aquí, aunque en cierta época hubo cierta tradición productiva nunca traspasó los límites de la explotación familiar hasta llegar a la escala comercial. El Mercado Central no cotiza esta fruta y recién, en este año una firma brasilera exporta a nuestro país bajo la forma de dulce.

Si se observa al mamón en el anexo C, hay una tendencia constante y creciente en el consumo fresco en los últimos años. Es una fruta que el productor local todavía controla el mercado - no existen importaciones de riesgo - es relativamente conocida no sólo por los habitantes de las provincias productoras, sino también algunas franjas en los centros de población importantes - por ejemplo, en Buenos Aires, el dulce del mamón en almibar se encuentra en supermercados y almacenes situados en distritos donde habitan sectores de altos ingresos.

Asimismo es bastante común encontrar en una considerable cantidad de restaurantes, el mamón en la lista de postres al lado del "postre vigilante" y el almendrado.

En el caso de la palta, como se ha dicho no sólo hay un consumo creciente, hasta el punto que se ha tenido que recurrir a la importación, e incluso se exporta una variedad especial. La forma de ingresar al mercado más conveniente sería ya con cierto grado de integración como lo están realizando algunas empresas que trabajan con la cadena de supermercados - los clientes más importantes.

El productor misionero que viese en la palta una alternativa, está beneficiado por costos de promoción y propaganda del producto, costos ya asumidos por otras empresas, teniendo el camino más allanado.

Finalmente, con respecto al palmito, hay en la Argentina una muy buena aceptación, esta aseveración esta confirma

da en los datos de importación. Quedaría por resolver los los problemas legales-fiscales antes señalados, ó, en su defecto, recurrir a realizar pruebas en otras zonas de la provincia.

También, cabría estudiar la factibilidad de utilizar algunas de estas especies como materia prima para la elaboración de productos medicinales, alternativa ya encarada por algunos países; como el caso de la *papaína* del mamón (ver 19, Anexo A).

Finalmente una propuesta que el sector podría tener en cuenta, y esgrimir según el grado de permisibilidad de la política económica vigente sería la de la implementada actualmente - para tomar un ejemplo - por la Comunidad de proteger al "sector nacional" que cultiva frutos tropicales constituido por los países de la ACP, que le proveen de fruta fuera de temporada pagando un arancel cero, mientras que los países latinoamericanos - los que no están dentro de la ACP por ejemplo deben pagar aranceles. En realidad la expresión "sector nacional" es incorrecta, pero es como si estuvieran para tal efecto, dentro de la Comunidad ya que por mediante la vigencia de concesiones arancelarias del tipo N.M.F y contribuciones del tipo S.G.P, los productores y exportadores de los países de la ACP están protegidos y cuentan con un mercado seguro. El sector nacional, en nuestro país, podría buscar la forma de instrumentar de la misma manera algún tipo de política similar, por ejemplo; la cuotificación considerando la estacionalidad de los productos, permitiendo la importación durante los meses que constituyen los valles estacionales y cuotificando los meses en que se produce los picos estacionales (ver 20, Anexo A). Esta medida, podría ser por algún tiempo, fortalecería productor local, y ante la eventual supresión de la medida, el productor local estaría en condiciones de empezar a competir con la importación.

#### Frutas introducidas en climas tropicales y subtropicales

El arándano y la frambuesa son productos que se han iniciado bien, el mercado, aunque limitado todavía, los está recibiendo favorablemente. La frambuesa incluso se empezó a exportar hace poco. La pera asiática tiene una franja de mercado acotada a los inmigrantes asiáticos, coreanos, laosianos, etc., que en los últimos años se han asentado en el país.

La manzana y la uva son como se sabe frutos de consumo tradicional, no son productos que caen dentro del marco de lo exótico, pero el ingreso al mercado con uva y misio

nera presupondría arribar al mercado con precios similares, igual variedad, igual calidad y presentación, lo que

nera presupondría arribar al mercado con precios similares, igual variedad, igual calidad y presentación, lo que implicaría contar con una buena organización de comercialización; disponibilidad de plantas de empaques, cadena de frío etc.

Por otra parte otro plano del análisis todavía no arribado es ver las posibilidades y limitaciones que pueden presentar estos cultivos que se desarrollan bien en otros climas y suelos diferentes a los de la provincia.

### 3.2.2 Respecto a los mercados

El primer problema que el productor tiene que resolver es el problema de saber cual es la variedad es aceptada por el mercado. Una vez identificada la variedad, esta variedad exigirá cierta clasificación y cierta tipificación, para ello el productor deberá contar con una planta de empaque, adecuada para presentar la fruta en condiciones óptimas a los ojos del consumidor. Si el problema de la clasificación y la tipificación estuviese resuelto, otro factor clave es el manejo de la comercialización de las frutas escogidas en los puntos de ventas citados en el párrafo anterior. Es cierto que colocar un puesto en los cuatro puntos citados elevaría los costos fijos de la explotación al tener que hacer frente a los costos fijos de distribución, pero los costos mencionados estarían cubiertos por varias razones entre las que más se destacarían serían:

#### a) Para el mercado en fresco

- 1) Contacto "in situ" con las preferencias reales del consumidor pudiendo modificar sobre la marcha la estrategia de marketing de la explotación. (disminución del riesgo de mercado).
- 2) Retorno automático al productor de lo ingresado por las ventas, pudiendo ser frente a las necesidades permanentes de la explotación, situación que no se podría llevar a cabo de sujetarse a la modalidad actual de tener que depender de algunos mayoristas para percibir el producto de las ventas en forma diferida (disminución del riesgo financiero)

Un productor no puede correr el riesgo de producir en cantidad y calidad no solamente tratando de disminuir el riesgo de mercado haciendo un seguimiento sistemático de las necesidades del consumidor en el punto de venta respectivo, sino también ejerciendo el control en los

restantes eslabones de la cadena de comercialización como lo son básicamente la planta de empaque y los puestos en el mercado, constituyendo el tema del transporte un factor importante pero no determinante en este caso. Si el productor no está en condiciones de llegar a ese grado de integración (como ocurre con las firmas que comercializan la palta, por ejemplo) debe asegurarse que el resto de la cadena -planta de empaque, puesto en los mercados, etc- cumplan adecuadamente con el rol que él no puede asumir.

b) Para la industria

Para el productor misionero, la demanda de una partida de ananás o mamón por parte de una planta elaboradora local llámese INCOA, Instituto Línea Cuchilla, Proveedores y Empresarios, Acaraguá etc, constituye una demanda derivada ya que esta demanda depende de la demanda de los productos elaborados tales como el mamón en al o en lonjas, ananás en trocitos, ananás en pulpa etc, por parte de la población en general

Si algunas de estas empresas tienen problemas en sus ventas, lógicamente, esto repercutirá en la demanda de materias primas. Es cierto que algunas de estas firmas presentan actualmente serias dificultades para colocar algunos de sus productos - por ejemplo existe una que presenta en los supermercados el ananás en trocitos envasado en lata, cuando la gente aprecia más el producto en envase de vidrio. Obviamente, esta falla de marketing cae fuera del control del productor agrícola, pero, por otra parte, las plantas elaboradoras locales tienen también dificultades para cumplir con sus programas de producción por la carencia de materias primas, debiéndolas importar para evitar esta situación.

Este sí, es un mercado perdido por el productor local.

Algunos productores pueden sostener que los precios pagados por las plantas elaboradoras no cubrirían el costo de oportunidad que significaría cultivar mamón o ananás en vez de continuar cultivando tabaco - para tomar un ejemplo - teniendo en cuenta que no solamente el tabaco una vez cosechado tiene mercado seguro por lo menos por ahora, sino también que los insumos para producirlo son generalmente financiados por las propias plantas elaboradoras. Otros productores han comentado que los precios pagados no solamente no son remunerativos sino que en el caso de que se aventuran a hacer una reconversión agrícola, tales precios no cubrirían no sólo los costos de producción, sino también los costos de implantación.

Estos argumentos son relativamente válidos por varias razones, entre otras, cabe preguntarse como el mamón o ananás proveniente, por ejemplo de Brasil, incluido el flete, es más conveniente que la producción de la zona. Evidentemente la estructura de costos del productor bra

silero es diferente a la del productor misionero. Una alternativa ya tradicional que ha dado en muchísimos casos son los convenios de producción entre los productores y las plantas elaboradoras. Contrato por medio, en el cual se establecen las condiciones que garantizan el abastecimiento a la planta elaboradora y los precios remunerativos al productor agrícola (Ver Anexo E).

### c) Para la exportación

Así, como para el mercado interno debe producirse la variedad adecuada, obviamente, el mismo criterio debe imperar con respecto al mercado internacional. Si el productor misionero aspira a participar en el mercado internacional, no solamente debe ingresar con precios competitivos - lo cual implica de por sí toda una radiografía de una actividad que está operando con economías de escalas: una empresa adecuadamente integrada, no solamente con hectáreas bajo cultivo, con cámara de frío, etc- sino que también, en lo posible controlar el manejo del comercio exterior (no solamente las exportaciones), para adecuar la estrategia de marketing a los cambios que pueda surgir en las preferencias del consumidor en los puntos de ventas internacionales seleccionados.

El productor agrícola comprometido con el mercado internacional deberá tener en cuenta permanentemente las tendencias, las situaciones y los hechos significativos que le pueden afectar directamente. Como ejemplo de tendencia, seguir la evolución de los mercados, no solamente como países, sino a esos mismos países como integrantes de bloques (Mercado Común, Mercosur, etc) ya que su comportamiento contractual como un país aislado no siempre será la misma como la de un país dentro de un bloque. Piénsese, por ejemplo en los anteproyectos sobre la comercialización de los productos frutihortícolas discutidos entre Estados Unidos y México dentro del marco del NAFTA, o los vínculos contraídos entre los países africanos y asiáticos y la Comunidad a través del Pacto de Lomé. Piénsese que muchos de esos países africanos y asiáticos son productores importantes de frutos tropicales.

Otro tema medular es el impacto - en la economía regional y, en particular en la economía de la provincia y por añadidura en el sector abocado al cultivo de frutos tropicales - que va a tener el MERCOSUR. Si en 1975 aunque hayan desaparecido barreras arancelarias, entre otras cosas, pero si se mantienen algunas medidas de política económica, tales como el de seguir manteniendo la actual paridad peso-dólar como tipo de cambio, o la política brasileña de otorgar líneas de créditos subsidiadas al sector agrícola o de garantizar el precio sostén para algunos rubros, el sector agrícola de la provincia se en

frentará con verdaderos problemas ya que entre otras cosas, por ejemplo, será más barato a las plantas procesadoras de la provincia, importar ananás, mamón, etc de Brasil que ser proveídos por los productores locales.

Finalmente, los países de mayor crecimiento, debido al problema de contaminación que han incubado como precio al desarrollo, se están preocupando para la conversión de la agricultura tradicional en la agricultura orgánica, es decir la agricultura que considera es aspecto ecológico. La normativa que ha de generar a posteriori este nuevo concepto, incidirá, indudablemente no solamente en el nuevo concepto de producto, en su marketing sino también en la reacomodación de la mismísima estructura productiva. Como ejemplo se podría tomar el concepto de maleza. No tiene el mismo significado el concepto de maleza, en la agricultura tradicional, que el concepto de maleza visto desde la óptica de la agricultura *orgánica*. Para la agricultura tradicional la maleza es, un obstáculo que hay que eliminar. Para la agricultura *orgánica*, la maleza es un componente necesario de la naturaleza; la maleza genera la biodiversidad, en la maleza se generan los insectos predadores controlando biológicamente a los insectos perjudiciales.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O A

1. Fax 01-313-4038 emitida por la Dirección Nacional de Economía Agraria de Misiones, el 14/4/93
2. Para mayor detalle, se puede consultar a:
  1. "Frutas tropicales menores y su industrialización"  
Ricardo Luchini. Ed. Buenos Aires 1977
  2. "La Fruticultura Moderna"  
Roberto Solar. Ed. Albatrós 1990
3. VI CONGRESO FORESTAL ARGENTINO  
Palmito: Descripción, distribución y diferentes manejos del Euterpe Edulis Mart  
Santiago del Estero - Agosto de 1988  
Maria Inés Aguilar - Marcelo F Fuguet
4. La publicación Fundación Chile estima en 7 hectáreas  
3.9.92
5. El Cultivo de Frambuesas en la Argentina  
SEGyP  
Dirección de Producciones no Tradicionales
6. La Producción Vitivinícola en la Argentina  
Hugo Martínez Peláez. I.N.T.A
7. La ley 19227/71 y el Decreto Reglamentario 3872/71 de terminaba la necesidad de crear un perímetro de protección dentro del cual no podía operar otro mercado mayorista. Con la Disposición 252/91 la Secretaría de Comercio deja sin efecto dicha reglamentación, y, a partir de ahí, de hecho empiezan a proliferar a partir de esa fecha nuevos mercados pero, sin cumplir, algunos de ellos con las prácticas de transparencia y control sanitario especificada en las disposiciones citadas

Mercados de concentración que por ley 19227/71 eran considerados de interés nacional:

- Área metropolitana
- Córdoba
- Rosario
- Mendoza
- Santa Fe
- Tucumán
- Mar del Plata
- Corrientes
- Bahía Blanca
- San Juan
- La Plata
- Neuquén
- Villa Mercedes

8. Como ejemplo se puede representar lo siguiente:

Los precios al 20 de mayo de 1993

Especie	Precios Mercado Central	Verdulerias Precios MB Público	Supermercados Precios MB
Batata	0.32	0.88 175	0.77 141
Cebolla	0.37	0.91 147	0.99 169
Lechuga	1.00	2.70 171	3.55 256
Papa	0.15	0.56 280	0.80 448
Pimiento	1.05	2.49 138	3.41 226
Tomate	1.03	2.22 115	3.02 193
Zanahoria	0.38	1.00 162	1.17 207
Zapallo	0.30	0.98 227	0.79 163
Zapallito	0.54	1.50 178	1.57 191
Banana	0.74	1.54 107	1.61 117
Manzana	0.66	1.46 123	1.54 133
Mandarina	0.44	1.73 292	1.41 219

Fuente: Secretaria de Comercio

9. "La terminal de Campana fue habilitada en 1989 manteni da por la empresa LAURITZEN REEFERS. El último año aproximadamente el 25% de toda la carga de citrus ar gentina fue exportada a través de esta nueva terminal. Con el servicio de esta empresa esta terminal esta surgiendo como la mayor playa de carga de frutas de estación."

Fuente: Erofruit June 1992

10. Calilegua y Guayal

11. La comarca cuenta con las estaciones dotadas de cáma ras de refrigeración en El Bolsón y Cerro Radal.

12. Alemania gastó en el año 1992; 9800 millones de marcos en frutas y hortalizas (aproximadamente; 6000 millones de dólares), de los cuales; 500 millones de marcos aprox. 300 millones de dólares) fueron en *Ethnic Food* o sea en productos de ultramar entre los que se encuentran las siguientes especies discriminadas de la siguiente manera: palta; 30 millones de marcos, mango y guayaba 20 millones, etc. (Fuente: FOCUS "Modernes Lebens" Oktober 1993). Ver la ilustración siguiente:

INTERNATIONALES MENÜ-FINALE			
<b>OBST UND GEMÜSE</b>		Umsatz 1992 in Mio. Mark	<b>SPIRITUOSEN</b>
Gesamtmarkt Frisches Obst		5600	Gesamtmarkt
Gesamtmarkt Frisches Gemüse**		4200	Ethnic Food-Markt
Ethnic Food-Markt		500	davon z. B.
darunter z. B.		= 5 %	Ouzo
Avocados	30		60
Mango, Guaven	20		Tequila
Feigen, Papaya	10		20
Auberginen	15		Sambuco
			10
			Grappa
			10
<b>KAFFEE</b>		Umsatz 1992 in Mio. Mark	<b>KÄSE</b>
Gesamtmarkt***		6620	Gesamtmarkt
Ethnic Food-Markt		280	Ethnic Food-Markt
darunter z. B.		= 4 %	davon z. B.
Cappuccino	200		Mozzarella
Espresso	65		80
Orientalischer			Parmesan
Mokka	15		60
			Feta
			40
			Mascarpone
			30
			Roquefort
			10

\* ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft, GfK  
 \*\* Frische Produkte, Konserven ausgeschlossen  
 \*\*\* Deutscher Kaffeeverband: Gesamt-Haushaltsverzehr

Quelle: Nestlé-Studie „Ethnic Food“

13. " La combinación de las más diversas etnias en los Estados Unidos y los cambios en los modelos dietéticos se expresa a través de la presencia de productos exóticos tanto de otros países como de los mismas regiones de los Estados Unidos cadenas de supermercados se están reorganizando alrededor de un tema particular. Por ejemplo, en el suroeste de Florida donde habita un sector muy grande de la población de origen hispánico se ha abierto una cadena de supermercados con productos de esa naturaleza"

Fuente: Agricultural Outlook/September 1992

14. Se expone a continuación algunos precios para el cálculo CIF de algunos productos en el país de destino

Producto	Origen	Destino	Variedad	Pack	unidad	PM U\$S
Manzana	Arg.	Alemania	R. Del	caja	18 kg	17.17
Manzana	Arg	Alemania	G. Sm	caja	18.kg	17,02
Uva de Mesa	Chile	Alemania	Ribier	caja	5.kg	11.04
	Chile	Ingl.	Th.Seed	caja	5.kg	2
Guayaba	Bras	Toronto	s/d	caja	10.1b	18.00
Mango	Mexi	Montreal	Haden	caja	10.1b	8.00
Papaya	Jamaica	Boston	Solo	caja	15.1b	10.00
Palta	México	Montreal	Hass	caja	13.1b	6.60

Fuente: Informe Frutihortícola, PROMEX

15. La interacción existente entre la Comunidad y los países de la ACP esta en permanente actividad. Así, por ejemplo, ya se están obteniendo los primeros frutos de la reunión llevada en Dakar en noviembre del 85 denominados Recontres Interprofessionnelles ACP/CEE organizados por la COLEACP (Comité de Liaison Europe, Afrique, Caraibes, Pacifique pour la Promotion des fruits tropicaux, légumes de contre-saison, fleurs, plantes ornamentales et épices). En esta reunión participaron 120 representantes de 22 países y aunque no estuvieron todos los países del pacto de Lomé las conclusiones a las que se arribaron se hicieron extensibles a los mismos. Los temas tratados fueron básicamente dos:

1. La creación de un Comité de concertación de la COLEACP los armadores y las empresas aéreas para lograr mejores fletes de las frutas tropicales, en particular la palta y el ananás.
2. La recomendación de emplazar instalaciones de equipos de preenfriamiento en los aeropuertos y puertos de embarque para evitar estrangulamientos y otros problemas en el aprovisionamiento bajo la supervisión permanente de una comisión constituida por productores, exportadores, transportistas y servicios administrativos.

16. "La crisis del pequeño productor" Informe Frutihortícola.  
Marzo 1993

17. Es frecuente encontrar en trabajos de evaluación de proyectos de inversión, cálculos de la TIR y del VAN muy alejados de la realidad justamente por no considerar este problema.

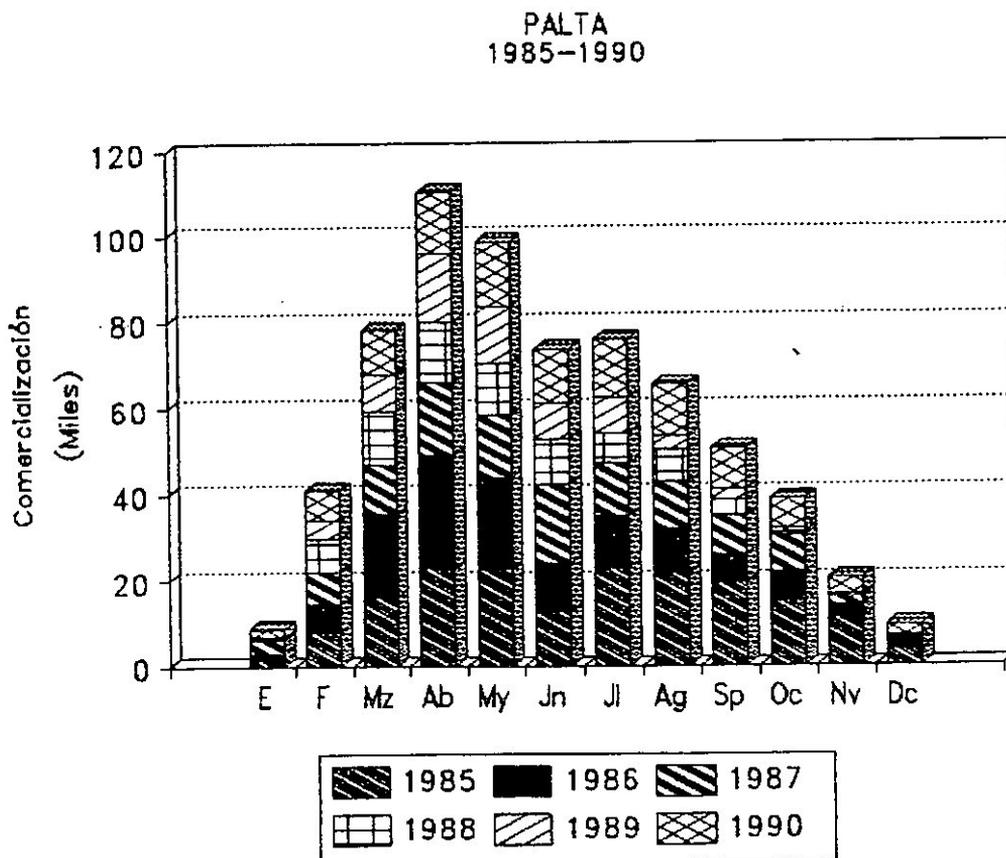
18. Fruits. Institut de Recherches sur les Fruits et Agrumes. Vol. 41. 1989

19. Ananás

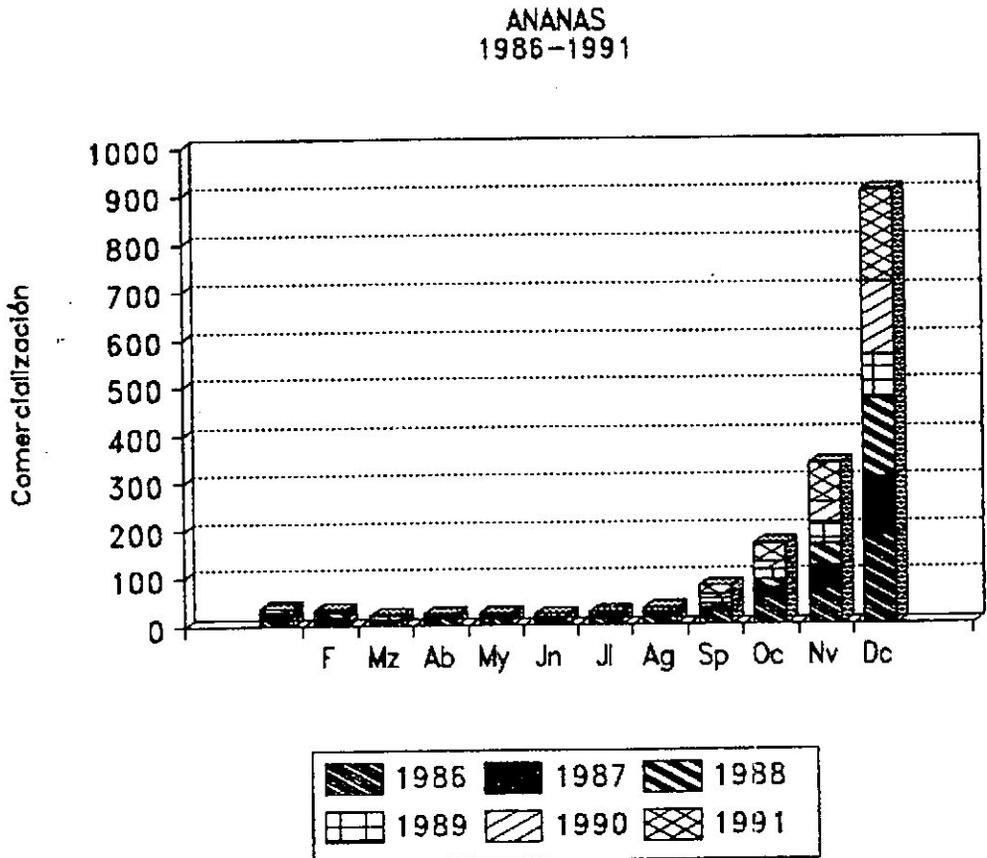
"El jugo extraído de las hojas es utilizado para la cicatrización de llagas recientes y la tintura alcohólica de las hojas es empleada para el lavado de llagas y de las úlceras"

Fuente: Les plantes médicinales présentes en forêt guyanaise Fruits. IRFA. Vol 36. 1981

20. Un caso tomado al azar sería el de la palta cuya cosecha finaliza en febrero tanto para Tucumán como para Salta que son las dos provincias que movilizan el mayor volumen de producción y comercialización. El gráfico que se expone a continuación refleja los volúmenes comercializados en el Mercado Central de Buenos Aires durante el periodo 1985-1990. Una hipótesis de caracterización de los niveles de estacionalidad podría identificar el periodo mensual, durante todos los años, que va desde marzo hasta septiembre, como picos-abril el más alto- y desde octubre a enero como el periodo de valles.

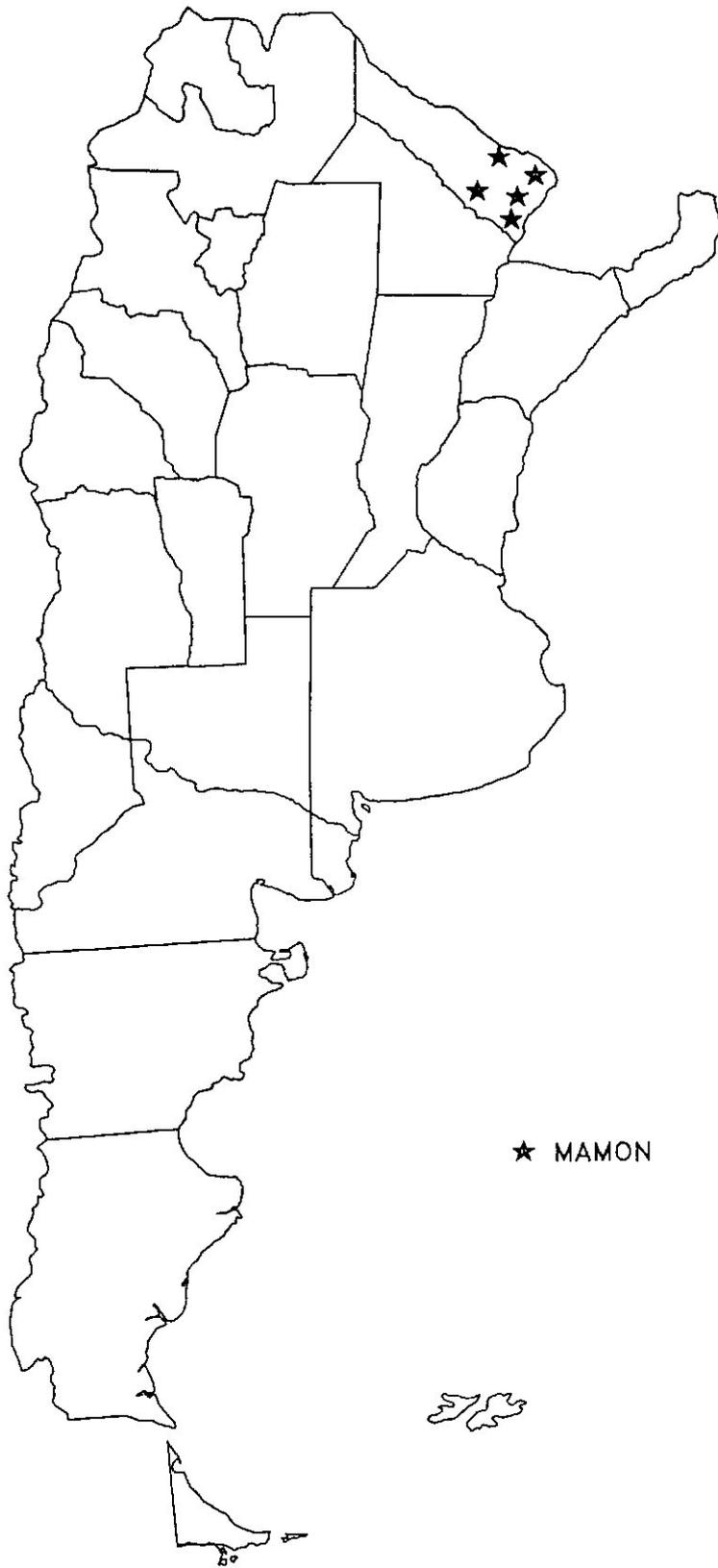


Otro, caso, en particular, para la provincia de Misiones sería el del ananás, pero aquí tomado en bultos, para hacer la conversión en toneladas habría que multiplicar los valores del eje de la ordenada por 15 ya que cada bulto que ingresa al Mercado Central tiene 15 kilos.



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O B

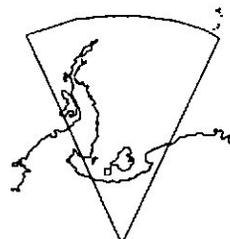


★ MAMON

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

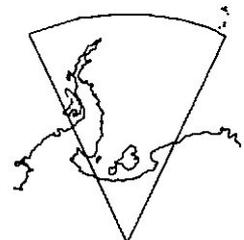


★ MANGO



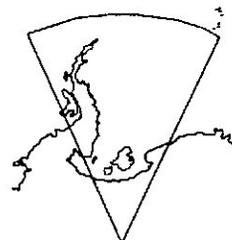


★ BANANAS

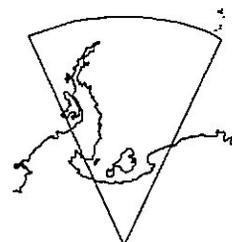
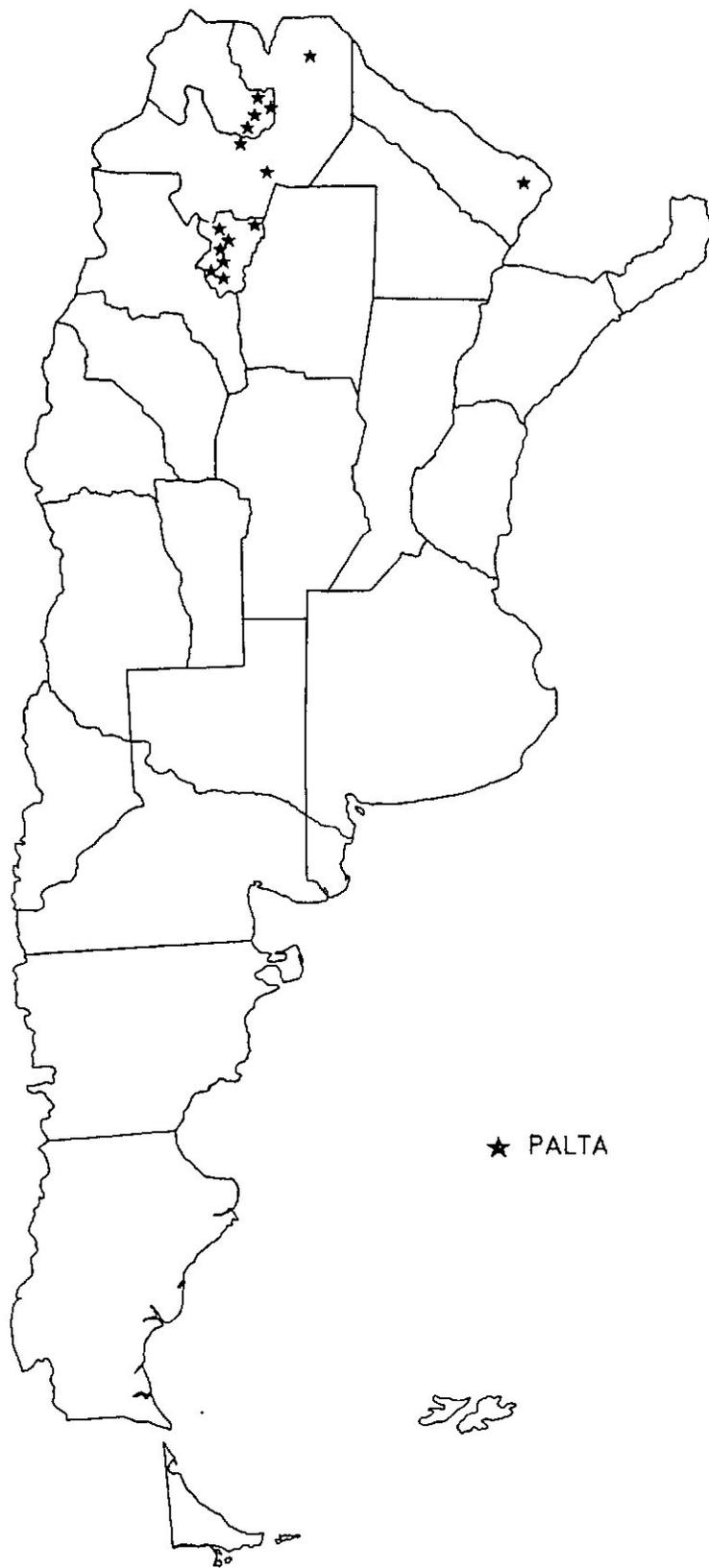




★ ANANAS

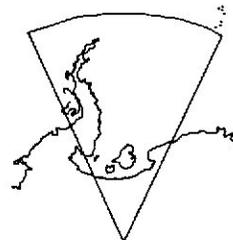


CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



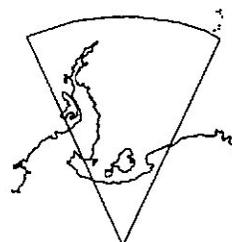


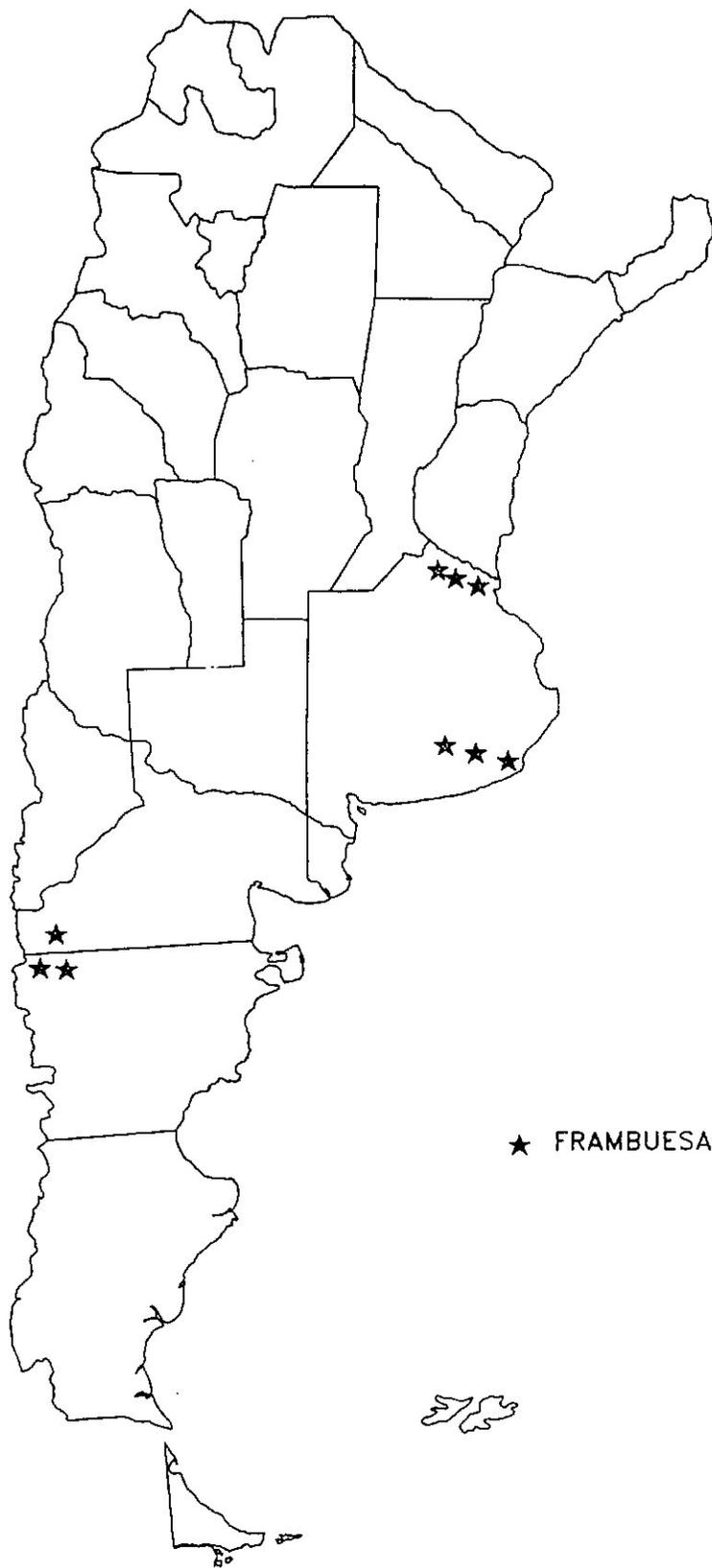
★ PALMITOS



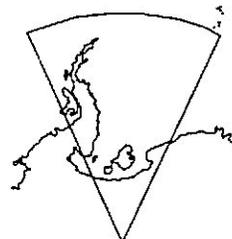


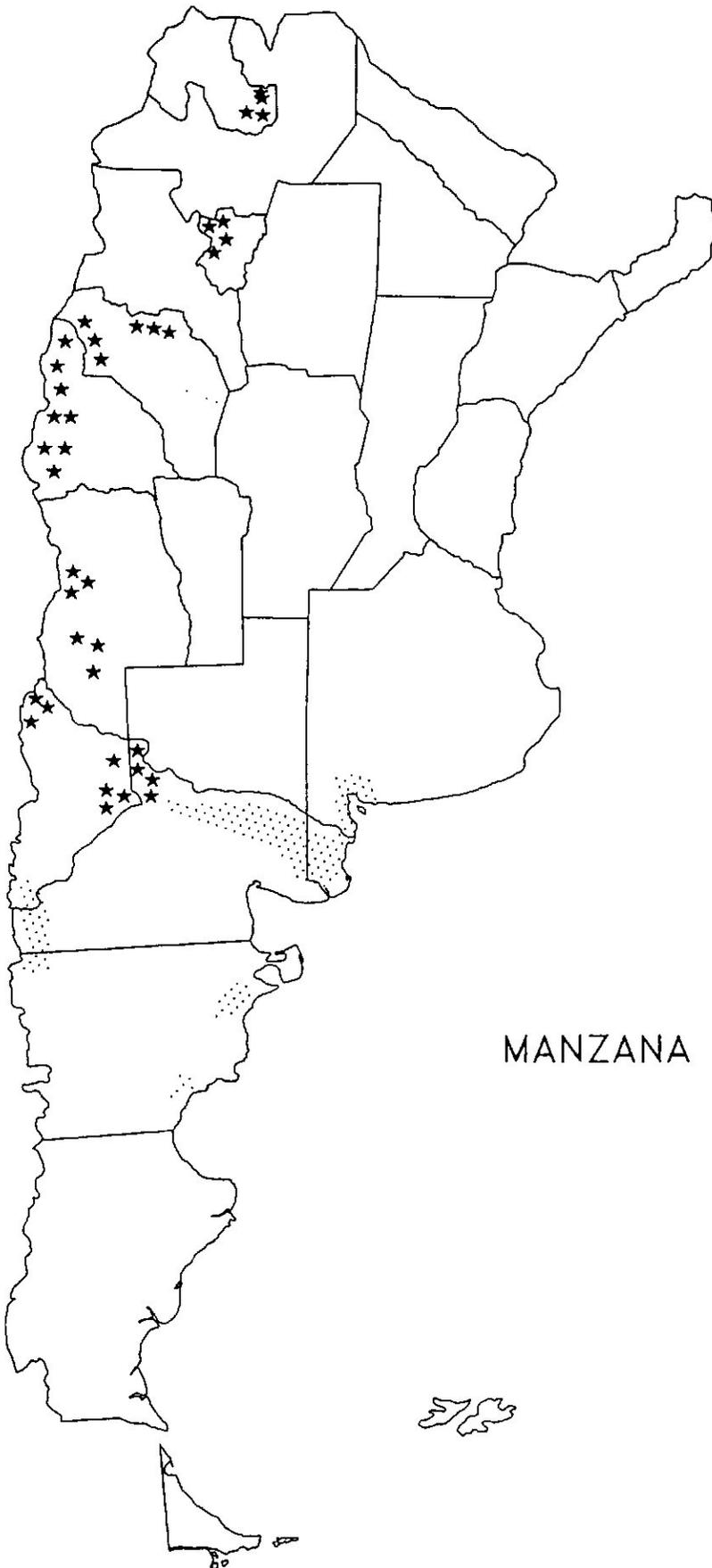
★ ARANDANO



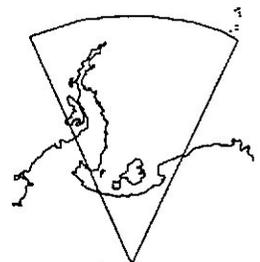
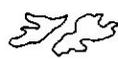


★ FRAMBUESA

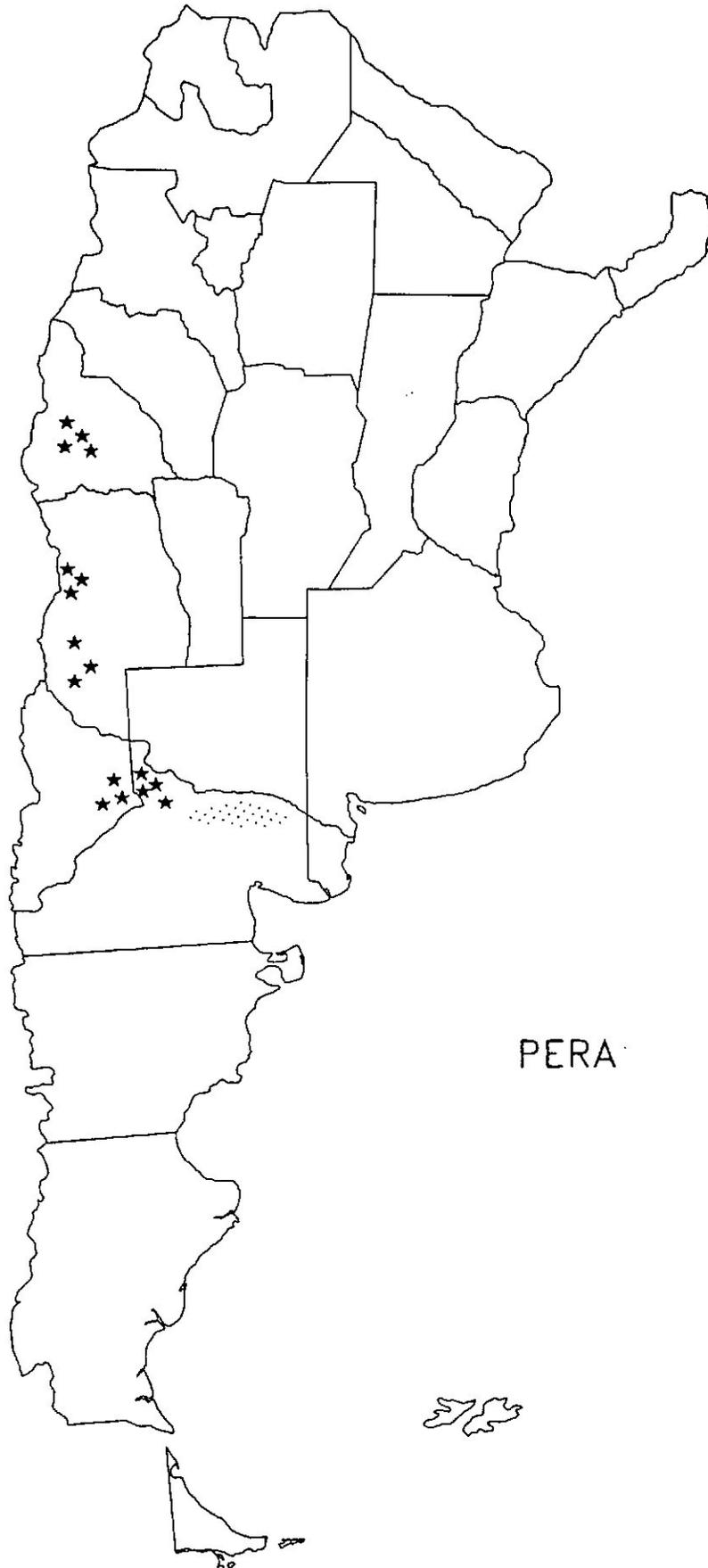




MANZANA

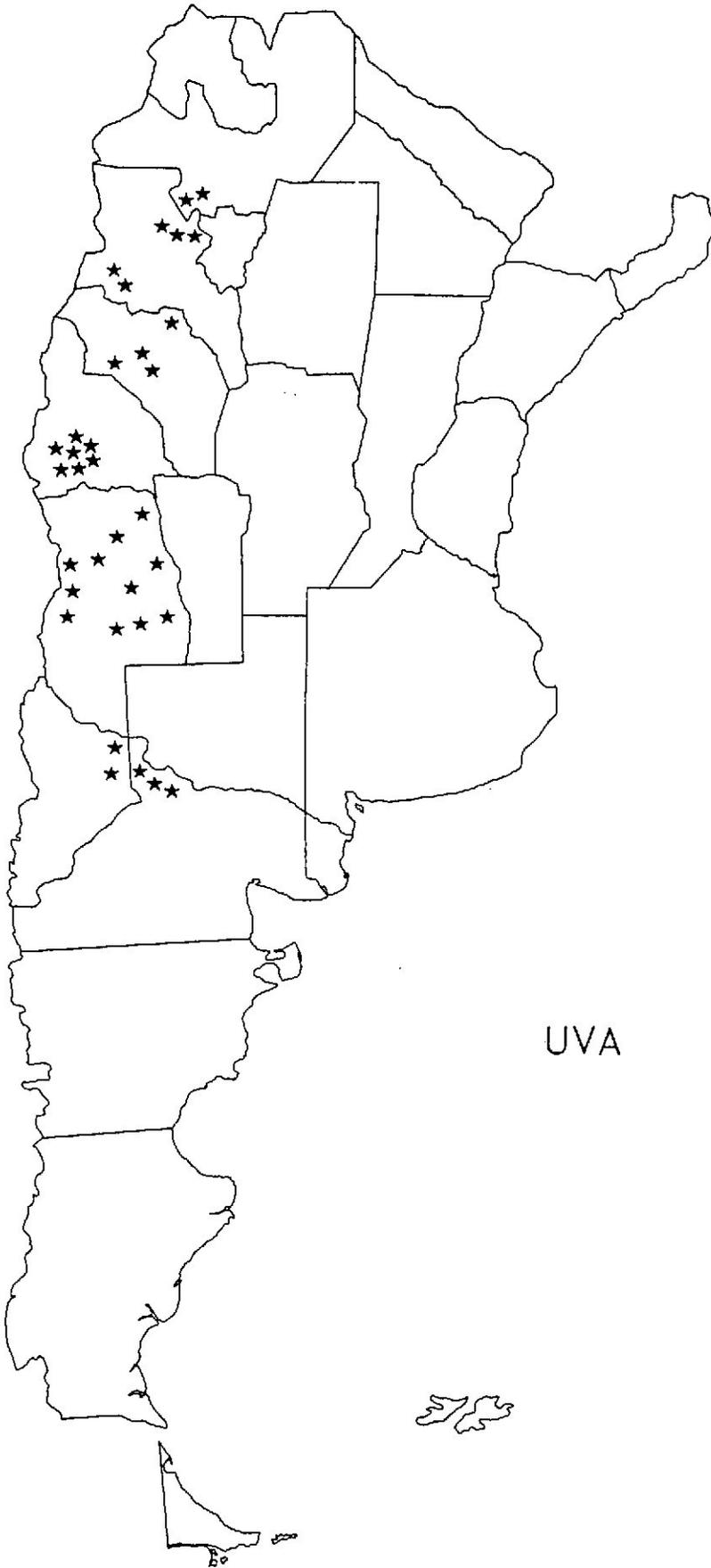


CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

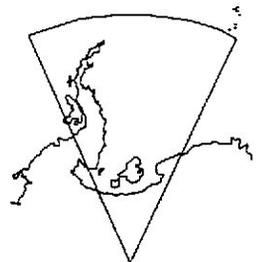
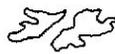


PERA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



UVA

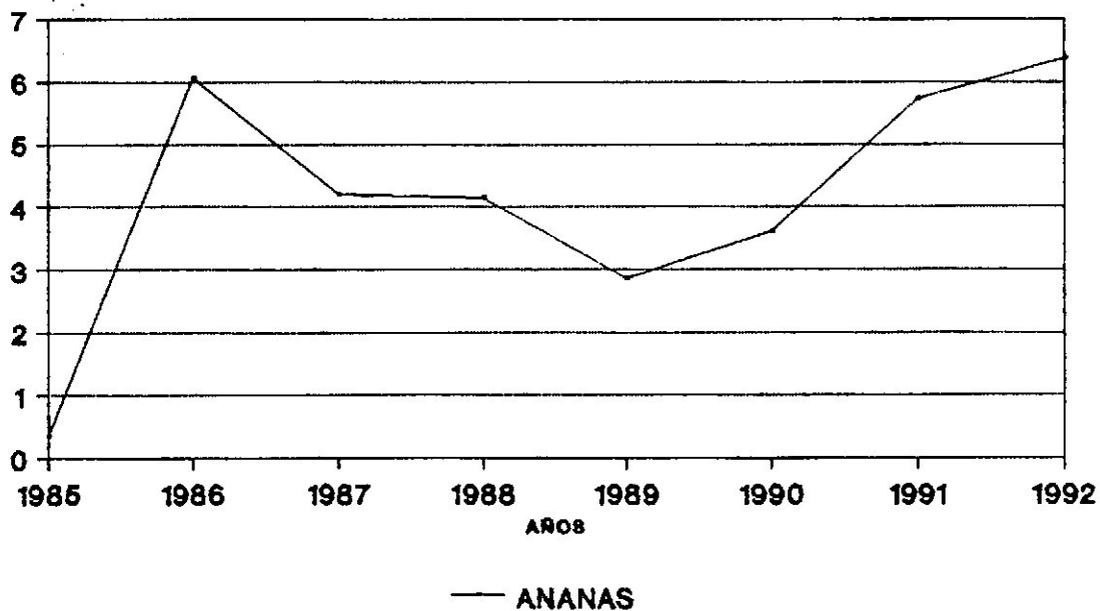


A N E X O C

VOLUMENES ANUALES DE FRUTOS COMERCIALIZADOS EN EL MERCADO  
CENTRAL DE BUENOS AIRES DURANTE EL PERIODO 1985/92

miles de toneladas

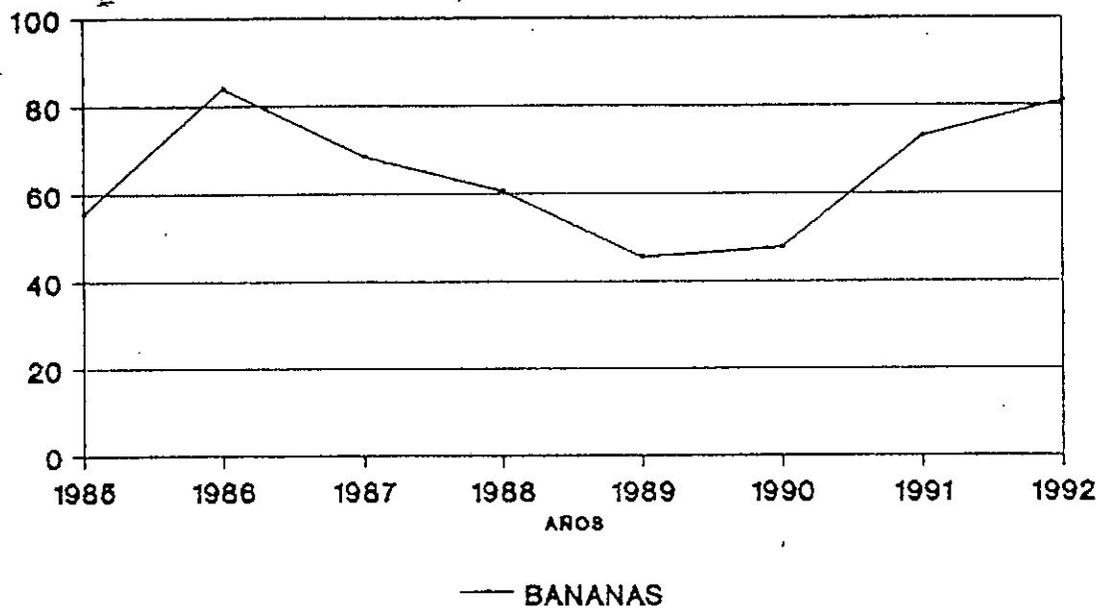
**GRAFICO N 1  
ANANAS**



FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

miles de toneladas

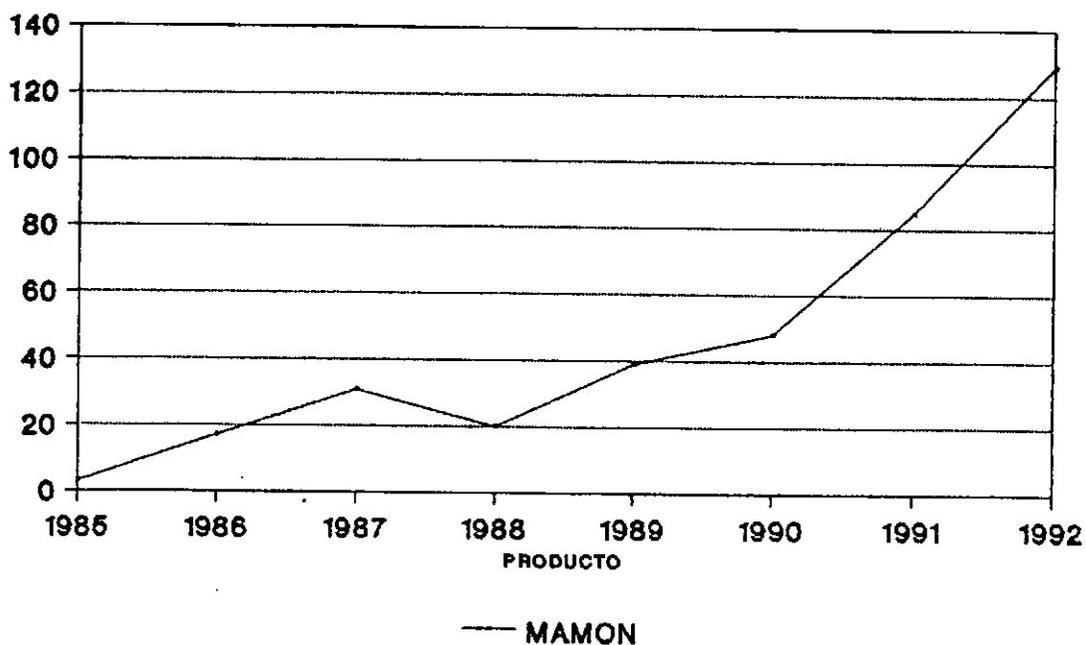
GRAFICO N 2  
BANANAS



FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

miles de toneladas

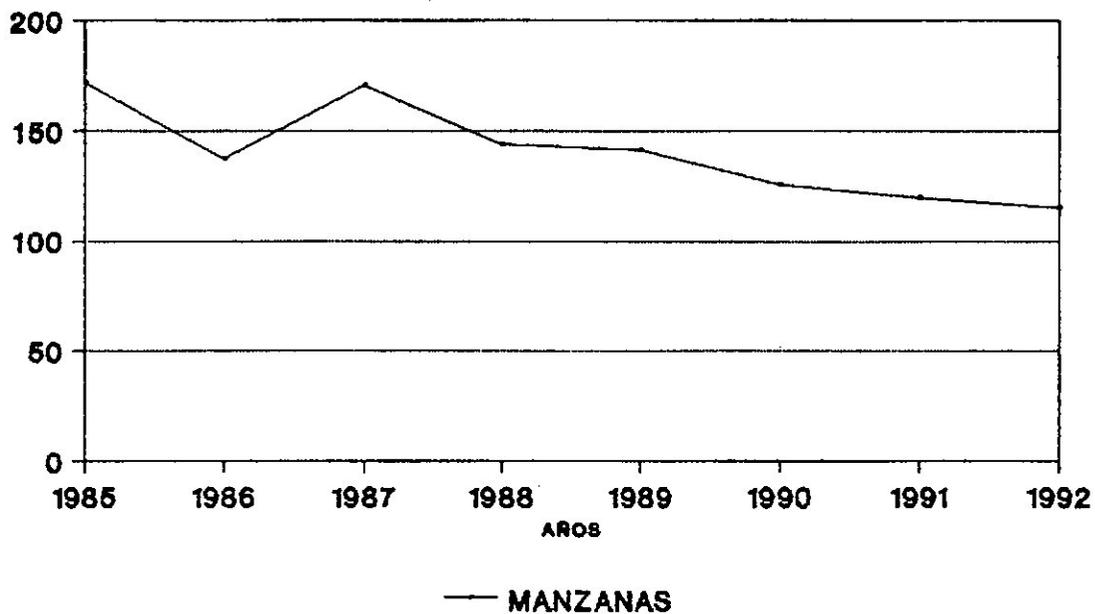
**GRAFICO N 3  
MAMON**



FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

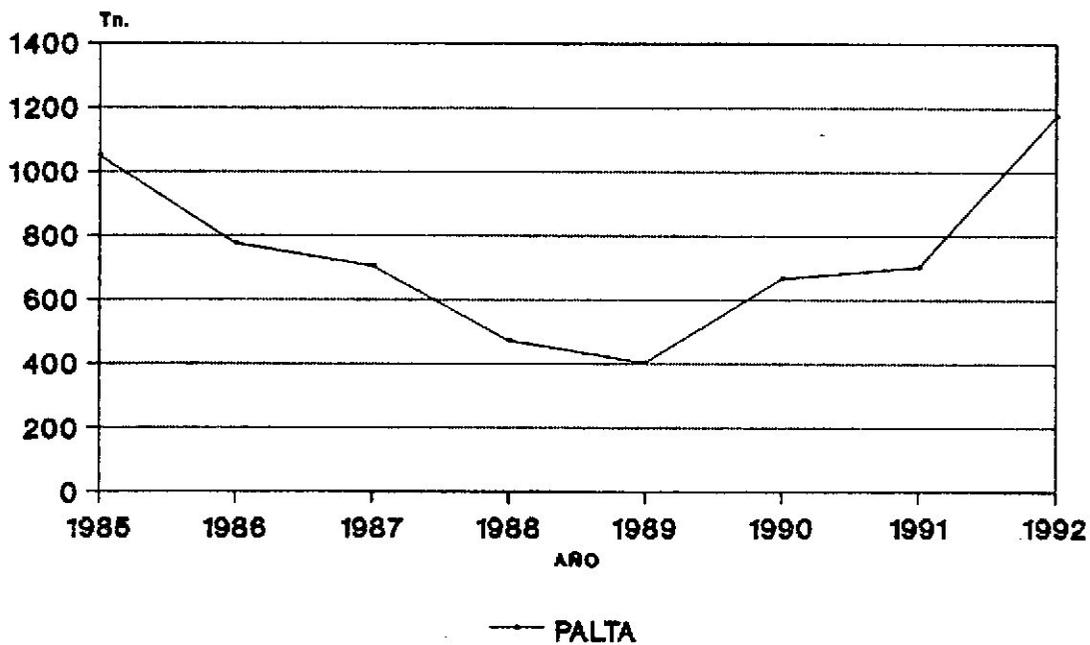
miles de toneladas

**GRAFICO N 4  
MANZANAS**



FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

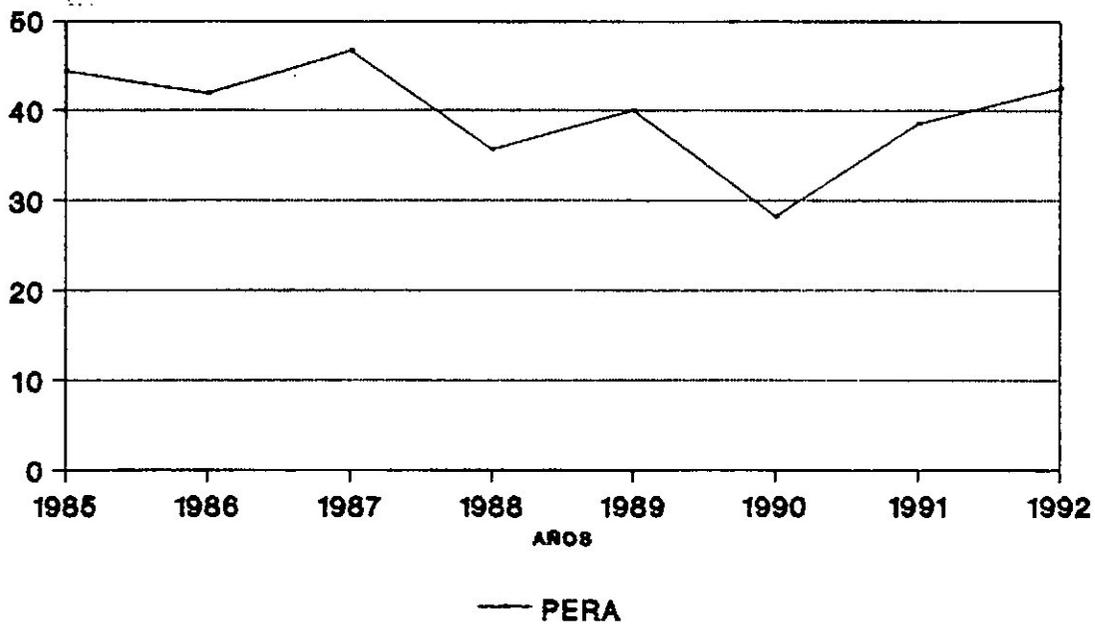
GRAFICO N 5  
PALTA



FUENTE: Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

miles de toneladas

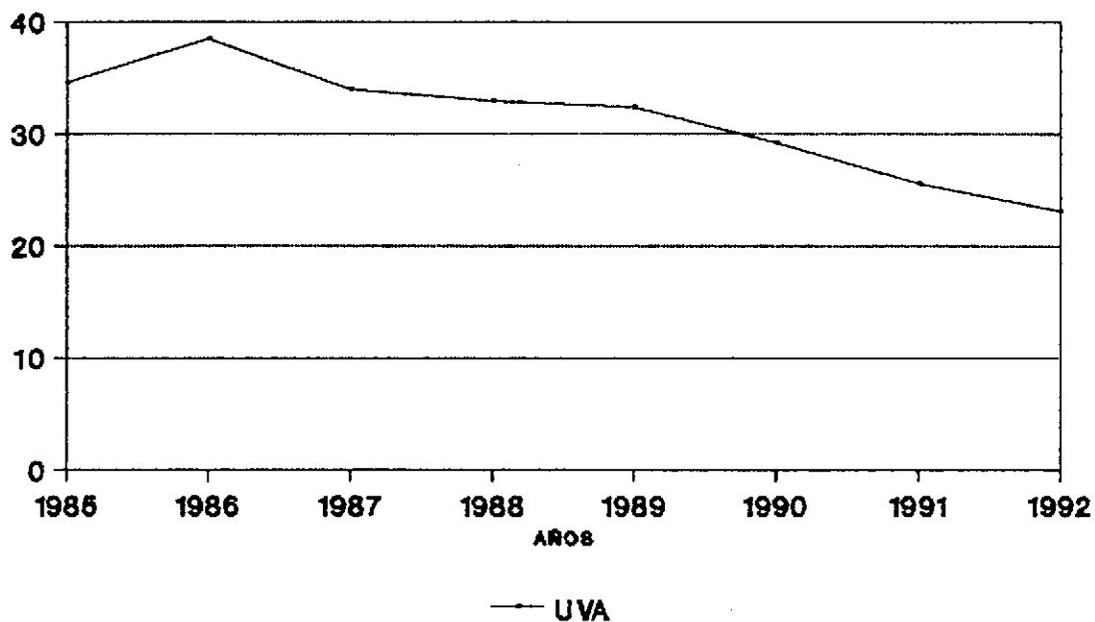
**GRAFICO N 6**  
**PERA**



**FUENTE:** Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

miles de toneladas

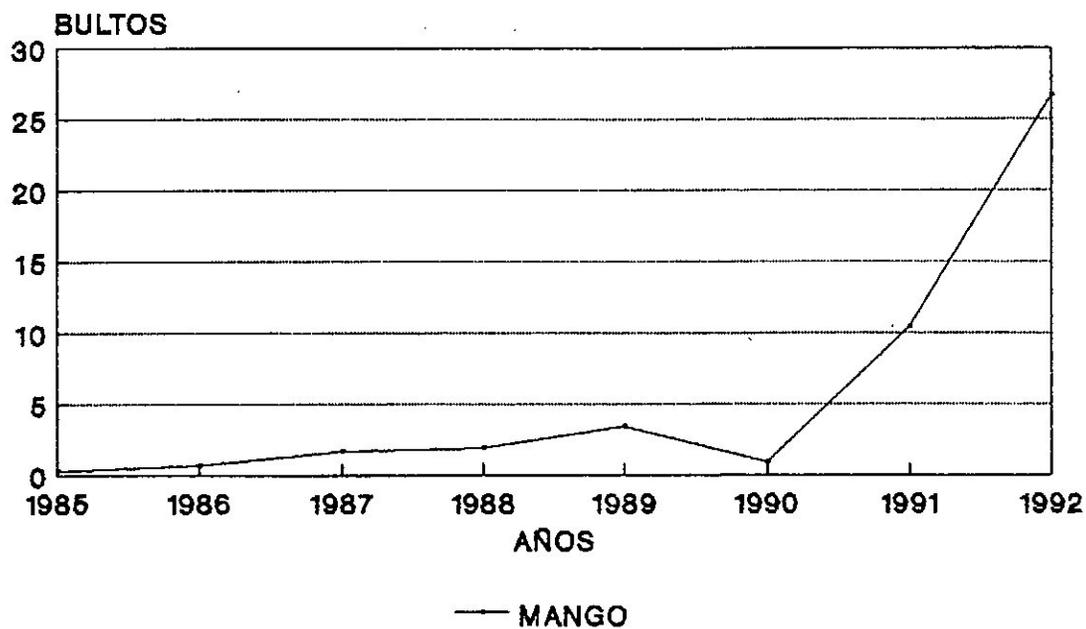
**GRAFICO N 7**  
**UVA**



**FUENTE:** Elaboración propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

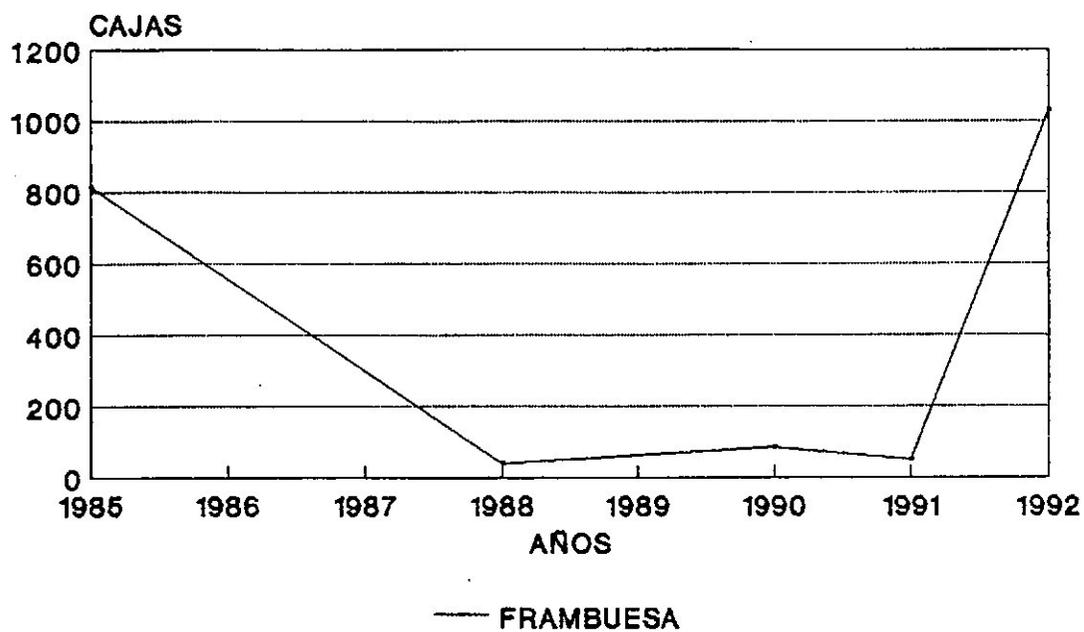
miles de bultos

**GRAFICO N 8**  
MANGO



FUENTE:Elaboracion propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

**GRAFICO N 9**  
**FRAMBUESA**



FUENTE:Elaboracion propia en base a datos del Mercado Central de Buenos Aires.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O D

I N F O R M A C I O N P R O V I N C I A L

15/4/93

FAX N° 01-313-4038

Señor  
Lic. LUIS GANDINI  
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
Dpto. Desarrollo Productivo  
Area de Cooperación Técnica  
S \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ D

Lamentablemente debo informarle que el pedido realizado por Ud. telefónicamente, no podré satisfacer por falta de datos estadísticos de producción.

En general hay deficiencia de las mencionadas estadísticas, pero especialmente para los productos de ananá, mamón, palta, mango, banana, palmito, guayaba y pitanga que Ud. necesitaba.

Lo saludo atentamente.

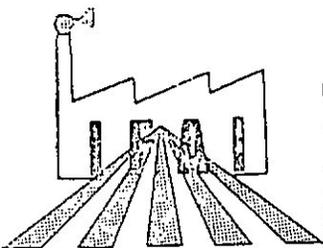
  
~~Inq. Agr. EVIDENCIA OAUTO~~  
~~Directora GC OIAI~~  
~~Dirección Ejec. de Economía Agraria~~  
~~Ministerio de Asuntos Agrarios~~  
~~Provincia de Misiones~~



RESULTADOS GENERALES - PROVINCIA DE MISIONES 31

Departamento	Canti- dad o su- perficie	TOTAL <sup>1</sup>	Limonero	Mandarino	Naranja	Pomelo	Ciruelo	Duraznero	Ananá	Banana	Otros
Pcia. MISIONES	Plantas	14 584 064	363 285	455 297	857 863	258 462	5 057	118 628	12 368 581	99 204	57 681
Apóstoles	ha	7 055,9	1 199,1	1 189,4	2 490,3	819	16,4	265,2	776	134,9	165,6
	Plantas	93 326	4 550	21 551	30 583	19 912		2 050	10 000	3 000	1 680
	ha	254,4	15,5	71,7	90,4	60,8		5,5	1	2	7,5
Catiguás	Plantas	57 326	68	3 298	18 595	15 165	5	475	3 860	4 360	11 500
	ha	125,6	0,2	15,2	50,2	38,3	1,8	4,4	0,9	6,5	8,1
Candelaria	Plantas	69 290	10 370	13 559	6 631	5 437	36	4 224	20 238	8 695	100
	ha	106,4	13	32,8	16,9	6,6	0,2	17,6	5,6	13,2	0,5
Capitán	Plantas	18 028	1 872	4 929	6 398	240		597		1 020	3 012
	ha	46,6	6,7	13,6	19,8	1		2,1		1	2,4
Concepción	Plantas	10 563		705	2 030	20		50		7 500	258
	ha	14,2		3,3	6,9	0,1		0,3		3	0,6
Eldorado	Plantas	540 772	161 442	103 636	190 525	69 944	15	3 100	955	7 255	3 900
	ha	1 782,1	545,7	261,3	671,9	248,5	0,5	15,5	1	14,7	23
General Manuel	Plantas	755 182	15 198	51 864	26 901	4 075	489	12 057	814 520	12 296	17 782
	ha	388,9	45,2	121,6	67,2	10,3	1,3	41,8	23,9	23,2	54,4
Belgrano	Plantas	95 725	871	11 182	24 712	9 598	781	1 514	40 500	1 795	4 772
	ha	197	4,4	39,4	83,2	27,6	2,1	5,5	10,7	5,6	18,5
Iguazú	Plantas	52 050	7 990	1 833	13 969	8 121	175	1 270	17 430	1 200	62
	ha	136,6	38,3	6,3	46,9	37,2	0,5	4,8	1,2	0,7	0,7
Leandro M. Alem	Plantas	133 420	11 154	28 318	9 528	4 254	585	30 914	15 950	29 988	2 689
	ha	292,7	30,5	75,1	25,2	14,3	1	93	3,8	40	9,8
Libertador Gene- ral San Martín	Plantas	509 147	41 309	116 841	66 374	30 903	900	4 470	240 071	5 400	2 950
	ha	777,3	119,8	302,1	206,9	106,5	1,5	23	3	3	6,5
Montecarlo	Plantas	611 377	54 461	60 112	413 432	73 562	25	1 895	1 100	6 350	440
	ha	1 672,4	233	148,2	1 078,3	195,7	0,2	7,8	0,2	5,5	3,5
Oberá	Plantas	36 953	2 760	2 045	6 140	5 328	85	3 983	9 750	1 265	5 597
	ha	73	4,6	6,1	17,5	12,1	1,3	8,5	6,1	3,2	13,6
San Ignacio	Plantas	1 248 745	49 108	25 846	29 775	7 190	1 210	6 915	1 121 670	6 340	741
	ha	483,6	135,1	71,5	73,7	41,3	4,1	15,3	125,7	9,3	7,6
San Javier	Plantas	3 660		615	1 275	115	420	1 295			
	ha	21,5		2,2	7,6	4,2	0,5	7			
San Pedro	Plantas	46 373	1 832	8 813	9 010	2 812	331	3 429	17 208	1 740	1 198
	ha	80,4	6,6	18,5	20,8	10,5	1,4	10,1	2,6	3	6,9
25 de Mayo	Plantas	10 302 127	300	150	2 131	1 746		40 400	10 255 400	1 000	1 000
	ha	603,2	0,5	0,5	6,9	4		3	585,3	1	2

<sup>1</sup> La superficie total difiere de la señalada en el Cuadro 12 debido a que en el Cuadro 18 sólo se ha tomado en cuenta la superficie con declaración del número de plantas



RESUMEN DE IMPRESIONES: VISITA PLANTAS INDUSTRIALES, DIAS 24 Y 25  
DE SEPTIEMBRE DE 1.992.-

La impresión recogida es que se trata de pequeñas fábricas que ocupan poco personal, en forma continuada, y de elevada ocupación de mano de obra cuando procesan fruta. Carecen de capacidad financiera, tienen dificultad en la adquisición de materia prima (no poseen cámara de frío) y se dificulta la conquista de mercados por imposición de una marca dado los bajos volúmenes de producción por cada empresa.

La producción local de ananá y mamón es esporádica, temporal y de regular calidad. La materia prima proveniente de Brasil para procesar es de mejores características, con mejor rendimiento en fábrica y con entrega sostenida a lo largo de todo el año.

Que en las actuales condiciones que operan estas plantas no inducen a pensar que puede ser posible implantar una cuenca productora dado que la producción es muy poco significativa.

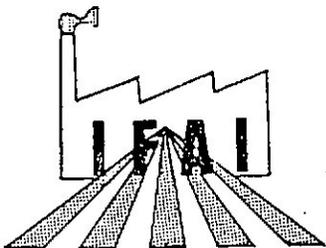
El cultivo de mamón aparece con mejores perspectivas para cultivo complementario - en pequeños lotes - al menos en una primera etapa.

El ananá, en cambio, presenta posibilidades para el sector agrícola, ya que debieran producirse sustanciales cambios en la época de producción, volúmenes, tamaño, sanidad, etc de la fruta, etc.

Las heladas constituyen una seria limitante para la expansión del cultivo de mamón y ananá.

El palmito - en principio - tendría buenas condiciones de mercado pero deberá solucionarse la provisión de materia prima.

Es necesario difundir las técnicas de cultivo de palmito dadas las restricciones que habitualmente existen para su extracción de los montes fiscales.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL

MINISTERIO DE ASUNTOS AGRARIOS

Existen productores que han cultivado pequeñas parcelas de 1 a 3 Has, en sitio con baja probabilidad de heladas; algunos productores utilizan precarios métodos para combatir este meteoro.

Fábrica INCOA, Colonia Oasis.

Se consultó al Sr. Kuzpita, gerente de planta.

Al respecto se informa que la fábrica ha procesado ananá / alrededor de 500 Tn entre los meses de enero y marzo, provenientes del Brasil.

El precio abonado fue de 0,40 \$/kg, puesto en planta de Oasis.

No existe plantación provincial, hace una década existía una producción de 5000 tn, en Colonia Aurora 2.000 tn y en Oasis / 3.000.

El rendimiento de fruta fresca - producido es del 55% tanto en Ananá y Mamón.

Informante: Ingeniera Agrónoma María Inés Aguilar.

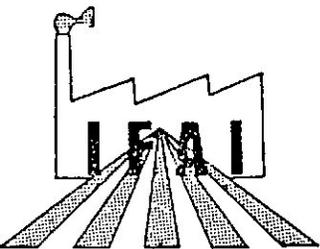
Palmito: la citada profesional ha participado en un programa Provincial, de repoblamiento y difusión del palmito, atento a las limitaciones que presentan las selvas en cuanto a su producción natural ya que se circunscribe a determinadas áreas específicas; la mayoría de ellas se encuentran en reservas "fiscales" por lo que su aprovechamiento aparece siempre limitado.

Prácticamente la industria local casi no procesa palmitos / ya que sólo una fábrica funciona en Iguazú; el resto 3 ó 4 pequeñas industrias trabajan en forma esporádica y con bajos volúmenes

Por lo tanto la multiplicación del palmito inducida por el hombre es alternativa viable para incrementar la producción al expandir su área natural (más allá de los resultados económicos).

Sin embargo los avances en materia de investigación han sido muy escasos y prácticamente no existe plantador alguno de esta palmera (de alta sensibilidad a las heladas).

Toda información disponible proviene del Brasil.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL

MINISTERIO DE ASUNTOS AGRARIOS

Mamón: no existen plantadores de mamón en términos generales, salvo algunas excepciones la producción se obtiene de plantas aisladas a pequeños grupos cultivados sin técnica y con material genético sin clasificación previa.

Las ventas son de escaso volumen y la demanda no es importante; de todos existen compradores e intermediarios que recorren las chacras en búsqueda de fruta para comercializarla en otras // provincias (Corrientes y Santa Fe).

Las características climáticas son limitantes por los efectos de las heladas, lo cual determina que sistemáticamente se /// pierdan plantaciones y por lo tanto no existen áreas de produc-// ción definidas, de forma tal que no podemos manejarlos con planta-// dores de mamón hasta la fecha, sino por productores que esporádicamente y si las condiciones climáticas son favorables, cosechan/ algunas frutas.

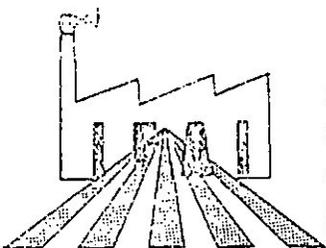
Cualquier programa que tenga por objeto ampliar el área // cultivada deberá:

- 1- Seleccionar el material a difundir.
- 2- Utilizar zonas con bajo riesgo de heladas.
- 3- Utilizar coberturas para protección contra heladas.

El mercado para fresco es al menos por ahora muy limitado y la // principal demanda está dada por la industria provincial y extra-// provincial.

Palta: no existen tampoco cultivos de palta con fines comerciales habitualmente la escasa producción se obtiene de ejemplares aislados plantados cerca de las viviendas con fines de sombra y reparo. Los ejemplares son de origen diversos existiendo diversidad de tamaño y calidad, obteniéndose frutas que por sus características / no son aptas para consumo.

Se han efectuado algunas ventas menores por parte de productores de la zona de Cerro Azul obteniéndose mejores precios // que las alcanzadas por el durazno primicia.



Inspección Empresas procesadoras de frutas

1) Nombre comercial: Acaraguá S.R.L.

Localización fábrica: Sta Catalina y Ruta 12. Posadas-Misiones.

Antigüedad de la empresa: 2 años

Frutas procesadas: Ananá - palmito

Productos: 1) Ananá rodajas de 1 kg (Lata)

2) Ananá trocitos de 1 kg (Lata)

3) Ananá pulpa de 1 kg (Lata)

4) Ananá pulpa de 4 1/2 kg (lata)

Origen: en la actualidad la fruta se importa de Brasil, de la zona Norte. No hace mucho tiempo se elaboraba fruta proveniente de la zona Colonia Aurora, pero las heladas terminaron prácticamente con la producción.

De todos modos el ananá de origen local era de menor tamaño (menor rendimiento en fábrica) con problemas sanitarios, y a tento a la estacionalidad de las ventas, la fruta llega a destiempo para procesar y vender en forma inmediata; su calidad es baja.

La mejor época para ventas es Octubre- Noviembre- y la fruta local tiene su pico en Enero. - La importada de Brasil se obtiene todo el año-.

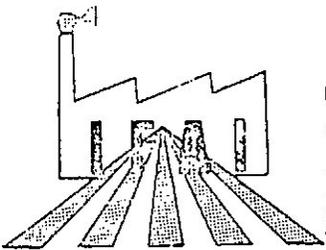
El precio de la fruta local es aproximado a la adquirida de Brasil y donde se compra a intermediarios.

Características del mercado: a la fecha existe una seria competencia con el producto proveniente de México y Brasil, para comercializar competitivamente es necesario hacer stock.

El establecimiento no posee cámara de frío para almacenar fruta fresca. Ventas a Bs As - Mendoza - Córdoba -.

Insumos: azúcar - proviene de Tucumán.

La de Bs as (envases centenera, Lital). No trabajan con envases de vidrio.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL  
GOBERNACION PROVINCIA DE MISIONES

Capacidad para procesar: 3.000 / 4.000 kg. mamón/semana.

Existen posibilidades de realizar mermelada de mamón y ananá.

3) Nombre comercial: INCOA S.R.L. (ex Cooperativa de Oasis)

Localización planta: Colonia Oasis.

Antigüedad de la empresa: 2 años y medio.

Frutas procesadas: mamón - ananá.

Ananá: rodajas 850 cc. Lata en almíbar

pulpa 850 cc. lata en almíbar

Trozos y pulpa 4,5 kg. Lata en almíbar.

Origen: de Brasil (Bahía) a 3,5 \$/kg, las compras de ananá de Aurora, se efectuarán a 0,45 \$/kg y son de bajo rendimiento en fábrica

Actualmente en Aurora queda muy poco ananá, al igual que en Oasis, por efecto de las heladas.

Ventas: Mercado de Bs As. (supermercados), con latas de ananá de / 4,5 kgs se efectuarán ventas a Massera (helados) y Sancor (yogurt) fruta precio al mayorista (rodajas 85 cc) 1,40\$ (Inca a 1,65\$).

Mamón en almíbar 660 cc y 850 cc en lata. 3kg frasco.

Mermelada 360 cc y 600 cc.

Origen: zona de Andresito y Montecarlo - donde hay productores que poseen parcelas dedicadas al cultivo- 2 épocas del año- Enero- Febrero y Abril-Mayo.

Ventas: Idem ananá.

Palmito: frasco 850 cc (trozos)

frasco 850 cc y 3 kg (pasta)

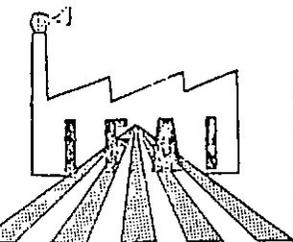
frasco de 850 cc...flor de palmito.

Origen: zona de Andresito

Ventas: Idem ananá

La fábrica se encuentra trabajando al 20% de su capacidad instalada.

Además se procesan otros productos de origen hortícola: / pepino - chochito.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL  

---

GOBERNACION PROVINCIA DE MISIONES

De esta forma pequeñas parcelas con monte nativo que / por uno u otro motivo no serán desmontadas (pendientes excesivas , proximidad a fuentes y cauces de agua, etc) podrán ser cultivados/ - enriquecidos - con palmito.

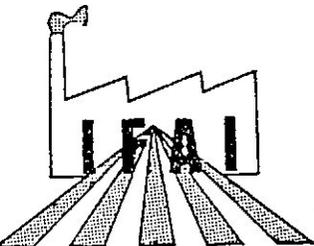
Del resto de las frutas hasta el momento es difícil // formar opinión, aunque sobre guayaba un informador ha manifestado/ que presenta buenas perspectivas de comercialización.

La competencia de países tropicales que producen estas frutas desde hace ya varias décadas, dado el tipo de cambio (apa- / rentemente con "retraso"), posibilita el ingreso de palmitos y ana / ná provenientes de Brasil, México, Honduras, etc.

Lo que parece evidente es que la producción de dulces y otros pro- / ductos regionales elaborados a partir de especies tropicales o e- / ventualmente a partir de especies de clima templado adaptados a // climas subtropicales (manzana, durazno, frambuesa, pera asiática , etc) debe cumplir con determinados requisitos que hoy demanda el / mercado 1) buena o excelente calidad del producto.

2) buena o excelente calidad de presentación del producto.

3) elaboración natural sin conservantes ni aditivos de sin / tesis.



**INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL**

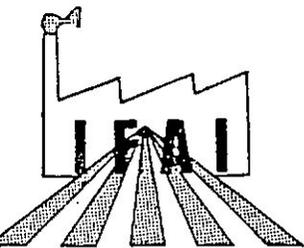
**MINISTERIO DE ASUNTOS AGRARIOS**

No existe un adecuado conocimiento por parte de los productores, ni asistencia técnica por parte de los extensionistas.

De hecho no existe programa alguno de promoción y difusión/ del cultivo de palta.

Las restricciones climáticas son menos limitadas que en el caso / del mamón por lo que cabrían posibilidades de su cultivo en am// plias zonas de la provincia.

No existe industria a nivel local que procese fruta de palta.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL

MINISTERIO DE ASUNTOS AGRARIOS

RESUMEN DE VISITAS REALIZADAS

LOS DIAS : 1 y 2 DE OCTUBRE

Agr. Freitag

Productor hortícola y frutihortícola: Localidad de Bella Vista

Plantador de mandarina Okitsu y duraznos primicia, variedad/ California 16/33; es Perito Agrónomo y ocupa cargos en la Coope-  
rativa de Cerro Azul, que cuenta con cámara de frío y planta de/  
Packing.

Eventualmente y durante los años 85 y 90 se enviaron parti-//  
das a Rosario de mamón a granel (mamón verde en madurez comer-//  
cial), pero no existen en la zona plantaciones de mamón, y la //  
producción se obtiene de ejemplares aislados.

Las condiciones climáticas son algo limitantes para su culti-  
vo y por lo tanto al no usar técnicas para control de heladas el  
desarrollo es incierto.

Hasta no hace muchos años compradores provenientes de Santa/  
Fe (principalmente) adquirían en chacra frutas de mamón.

Palta: similares condiciones agrícolas de producción y comercia-  
lización que en el mamón; aunque no existen limitaciones climáti-  
cas como en ese caso.

Almafuerte es la zona donde se recolectaba palta.

Sólo como información de referencia comparamos los precios /  
de venta de operaciones registradas en MCBA.

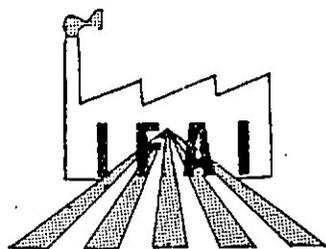
Fecha 2/10/89

Duraznos 16/33...bandeja/9 kgs..... aust. 3.500/bandeja

Palta común....bandeja 6.7kgs..... aust. 3.000/bandeja

La guayaba prácticamente no se multiplica en la zona y sólo se /  
han comercializado frutas localmente de árboles aislados.

Las expectativas de la zona de Cerro Azul- Bella Vista y Al-  
mafuerte sobre la expansión de estos frutales es escasa; el avan-  
ce del cultivo del tabaco con financiamiento de los insumos por/  
parte de las empresas tabacaleras y mercado asegurado, con un //  
precióninteresante han monopolizado la inquietud de los colonos.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL  
MINISTERIO DE ASUNTOS AGRARIOS

Sr. González , gerente del Mercado Central de Misiones.

Al ser consultado sobre las frutas subtropicales, que se comercializan en dicho mercado informa:

Lo que más ha ingresado es mamón preferentemente de las localidades de Olegario V. Andrade y Cerro Azul.

Los diferentes tipos de frutas son comercializados a granel sin ningún proceso de clasificación, tipificación y embalaje; eventualmente se han comercializado en cajones.

La Palta no ha ingresado y la zona de Montecarlo ha sido la que producía también en forma aislada..

Ananá: la venta de esta fruta; no se realizó a través del mercado y si bien se llega a procesar en algunas plantas industriales las ventas en fresco o para mercados extraprovinciales se hacía/ a compradores de fruta provenientes de Mendoza y Buenos Aires // preferentemente, que luego industrializaban.

Esporádicamente se ensayaron ventas al Mercado Central de Buenos Aires, con buenos resultados, pero luego las mismas se // suspendieron sin explicación razonable por parte de los productos.

Actualmente el cultivo se encuentra en *extinción?* extensión debido al cambio de las condiciones climáticas y a la mayor incidencia de heladas.

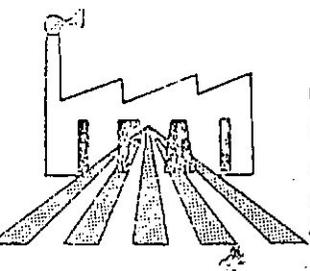
Instituto Línea Cuchilla- Localidad Ruiz de Montoya

Pequeña fábrica perteneciente al Instituto atendida en forma personal (no alumnos) que se dedican a producción de frutas tropicales en almíbar, dulces y mermeladas.

Elaboran mamón en diferentes tipos, pero en pequeña cantidad las cuales comercializan en la Provincia de Misiones y últimamente en Buenos Aires, Corrientes y Entre Ríos.

El mamón es provisto por productores de la zona; llegándose/ a procesar 1.200. kgs/semana.

En años con incidencia de heladas no hay prácticamente oferta de fruta y cuando éstas no ocupan la fábrica no puede absorber / la producción.



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL  
GOBERNACION PROVINCIA DE MISIONES

Capacidad de producción instalada: 50.000 lotes/semana.

Producto 2) palmitos: se procesó en Iquazú, pero por falta de materia prima no se pudo producir más.

Otras frutas posibles de procesar: Mamón - de buena aceptación en el mercado pero localmente estiman dificultoso adquirir volúmenes importantes.

El informador entiende que el cierre de las pequeñas fábricas es / por falta de rentabilidad.

2) Nombre comercial: Proveedores y empresarios.

Localización: Av. 17 de Agosto 2.862 Posadas.

Antigüedad en la empresa: 3 años

Frutas procesadas: Ananá - Mamón.

1) producto Ananá: en rodajas 1.500 gr (en frasco)

Ananá y mamón en trozos 350 gr y 650 gr (en frasco)

Origen: de la zona de Aurora; en general no es apto para rodajas, no es de buena calidad.

Ventas: mercado local en poca cantidad- no se han efectuado venta/ y mercado: en otros mercados.

La modificación de las etiquetas de presentación les / dará nuevas posibilidades.

se produce además, pulpa de mamón y ananá en heladerías y casas de comida.

La mejor venta de Ananá se producen en verano.

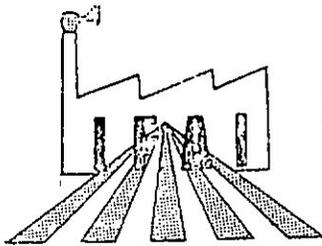
2) Producto : Mamón en lonjas de 450 grs y 800 grs ( frasco) y /./ 3.800 grs ( frasco).

Origen: Local de la zona de Puerto Rico y Colonia Aurora, se paga \$ 0,25 kg. de fruta.

Insumo: Glucosa (de Brasil)

Azúcar (de Tucumán)

Envase: El proveedor de Bs. As. ( Carrizo) y eventualmente local ( Swegler).



INSTITUTO DE  
FOMENTO  
AGROPECUARIO E  
INDUSTRIAL.  
GOBERNACION PROVINCIA DE MISIONES

En general el informante entiende que no hay asistencia crediticia y técnica para el pequeño productor, y en fábrica. La mayor limitante es el costo financiero, que es ocasionado por la necesidad de acumular stock.

Frutos con perspectivas: guayaba - adecuada para hacer de diferentes formas y con buenas posibilidades de mercado y producción local de fruta.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O E

MODELO RESUMIDO DE CONVENIO

PRODUCTOR AGROPECUARIO Y

PRODUCTOR AGROINDUSTRIAL

## NOTICIAS PERIODISTICAS

N.P. 1/89

### ACUERDAN PRECIO PARA EL DURAZNO LOS INDUSTRIALES Y PRODUCTORES

Con este título el Diario Los Andes de Mendoza del día 14/12/88, publicó un artículo en el que comenta el acuerdo a que arribaron productores e industriales mendocinos, mediante la fijación de un precio que oscila entre 15 y 18 centavos de dólar estadounidense por kg. para el durazno de industria de primera calidad.

Dentro de las medidas propuestas en dicho acuerdo figuraban las siguientes:

## ONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

El 50% restante deberá abonarse en australes sin ajuste, a los cuarenta y cinco (45) días de la liquidación definitiva.

Alternativa II.

40% mediante entregas periódicas hasta el momento de la liquidación definitiva, cuya fecha se establece de común acuerdo el 31 de marzo de 1989.

Para las variedades tempranas, ambas partes podrán optar por efectuar una liquidación también definitiva el 15 de febrero de 1989.

El 60% restante deberá abonarse en australes ajustables en dólares estadounidenses según el tipo de cambio de exportación a los 30, 60 y 90 días de la fecha de liquidación definitiva. En este caso el ajuste comenzará a operar desde la fecha de liquidación, es decir, desde el 31 de marzo de 1989 y/o el 15 de febrero de 1989, según sea la variedad.

Los precios establecidos para la materia prima se convertirán en australes, según el tipo de cambio exportador que el producto industrializado tenga a la fecha de cada vencimiento, según sea la forma de pago acordada.

### c) Calidad

En el Anexo II que es integrante del presente convenio se establecen las pautas y normas a las cuales ambas partes se ajustarán.

Estos precios serán revisados anualmente a fin de contemplar:

- a) Accidentes climáticos
- b) Alteraciones en los mercados internacionales.
- c) Evolución tecnológica en el agro.
- d) Otras causas fortuitas y/o de fuerza mayor.

"El Ministerio de Economía tendrá a su cargo el estudio y análisis de las variaciones abruptas que las variables económicas pudieren tener en el período de pagd.

"En base a dicho estudio las partes se obligan a concertar para acordar un ajuste en caso de que fuese necesario.

"Ambas partes acuerdan que este acuerdo marco tendrá validez en la medida en que sea suscripto por aquellos que representen como mínimo el ochenta por ciento (80%) de la actividad correspondiente. A tal efecto se compromete cada uno de ellos a asumir la responsabilidad para que este porcentaje sea alcanzado.

## CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

- Impulsar el crecimiento de la agroindustria a través de una activa participación en los mercados externos.
- Mejorar la rentabilidad de los diversos componentes del sector agroindustrial.
- Impulsar la utilización de tecnología de avanzada en los distintos componentes del sector.
- Introducir la planificación concertada en el sector agroindustrial, que permita horizontes de planeamiento en el mediano plazo.
- Impulsar nuevas formas organizativas.
- Crear mecanismos adecuados de financiación.

Se transcribe a continuación el contenido del Artículo 6º del citado acuerdo porque allí están explicitadas las condiciones que permitieron llegar a tal entendimiento entre los productores y el sector industrial.

ARTICULO 6º - "El sector industrial, el sector productor de materias primas y el gobierno provincial convienen en establecer para la temporada 1989 y subsiguientes la siguiente modalidad en las operaciones contractuales de durazno para industrializar:

a) Precio:

Primera calidad U\$S 0,15/0,18 el kg. puesto en camión sobre callejón finca.

Segunda calidad U\$S 0,115 el kg. puesto en camión sobre callejón finca.

Tercera calidad U\$S 0,05 el kg. puesto en camión sobre callejón finca.

Respecto al durazno de 1ª calidad, ambas partes establecen una banda de variación de precios, entre los cuales pueden oscilar libremente los contratos que a tal efecto se realicen.

b) Forma de pago:

Alternativa I.

25% durante la cosecha mediante entregas semanales.

25% en el momento de la liquidación definitiva, cuya fecha se establece de común acuerdo el 31 de marzo de 1989.

Para las variedades tempranas ambas partes podrán optar por efectuar una liquidación también definitiva el 15 de febrero de 1989.

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

"No obstante, se destaca de común acuerdo que el espíritu y objetivo que anima a las partes es el de avanzar hacia un nuevo modelo agroindustrial insertado en el contexto de crecimiento en los mercados internacionales".

---

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

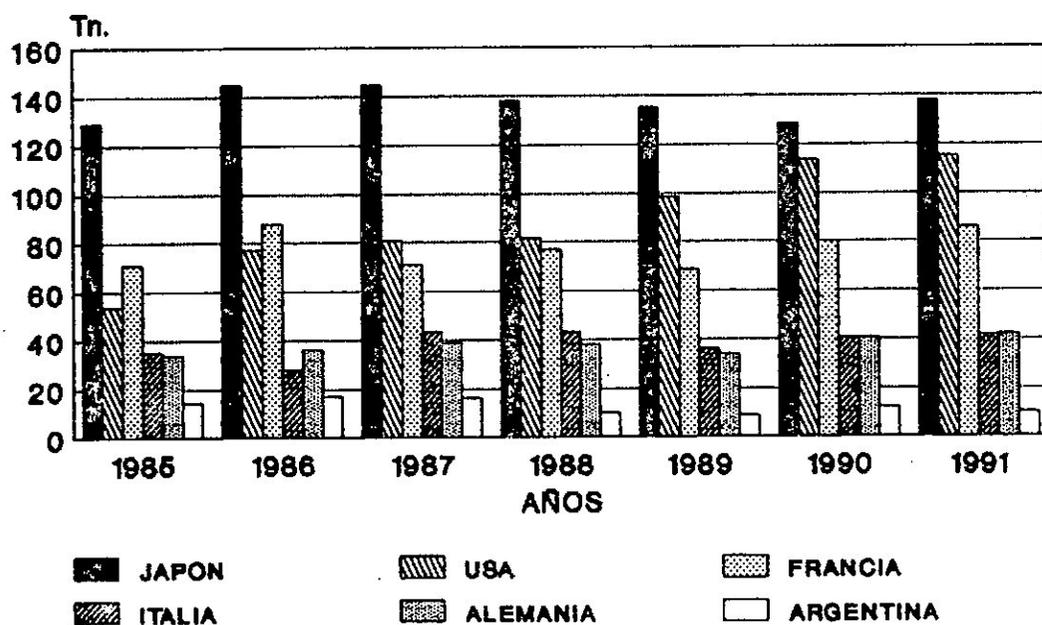
A N E X O F

PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES  
TONELADAS  
FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Año	ANANAS					
	JAPON	USA	FRANCIA	ITALIA	ALEMANIA	ARGENTINA
1985	128912	53964	70969	35189	34110	14510
1986	144811	77229	87654	27724	36341	16959
1987	144678	80954	70788	43645	38870	16000
1988	138157	81736	77085	43270	37947	10085
1989	135383	98448	68936	36088	34175	8950
1990	128250	113885	80166	40499	40533	11986
1991	137785	115155	86053	41799	42210	10000

### PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES ANANAS

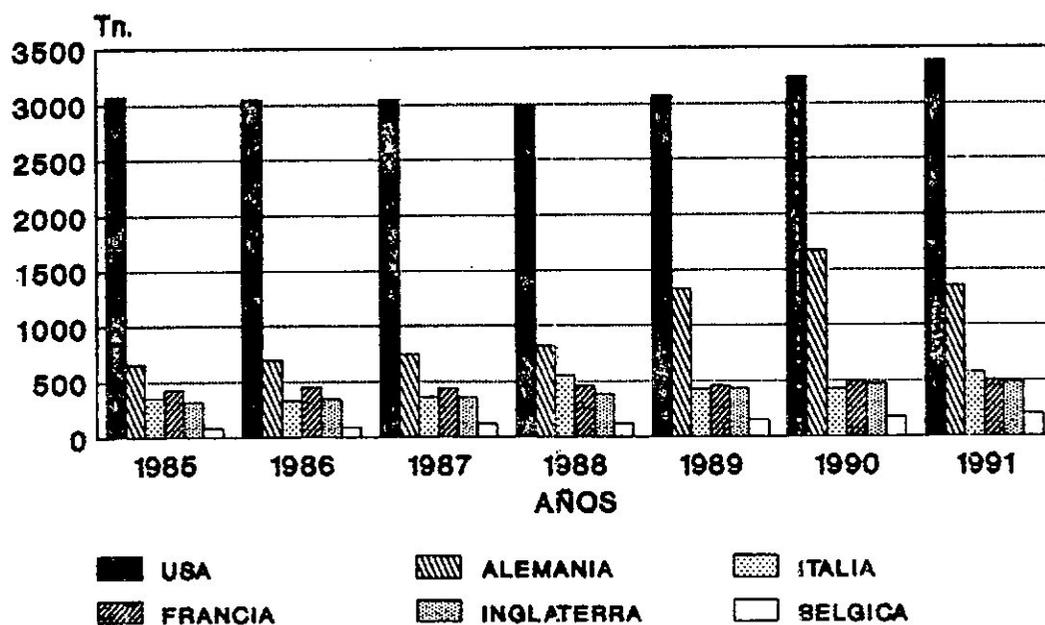


FUENTE: Elaboracion propia  
en base a datos FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

Año	BANANAS					
	USA	ALEMANIA	ITALIA	FRANCIA	INGLATERR	BELGICA
1985	3066920	654073	357586	425537	323561	80346
1986	3049161	696636	327448	453561	342993	93390
1987	3042669	748577	359348	441844	359415	122236
1988	2982483	817236	554579	454952	388000	119807
1989	3070009	1326033	428865	454993	433558	158120
1990	3241655	1668512	428569	496938	469914	176491
1991	3381453	1355211	573697	502872	489326	205723

## PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES BANANAS



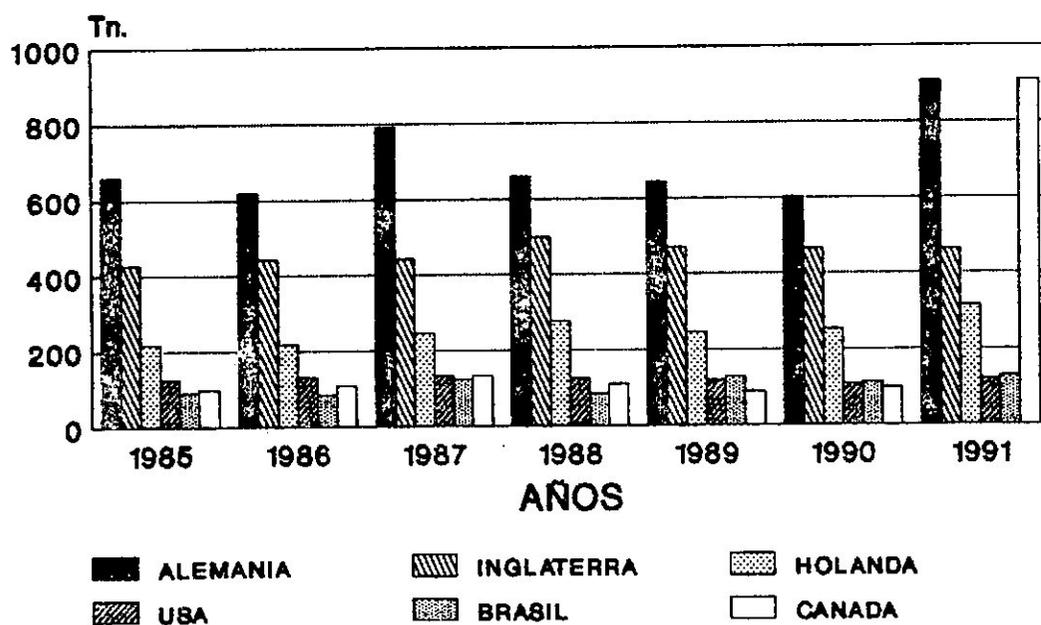
FUENTE: Elaboracion propia  
en base a datos FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

MANZANAS

	ALEMANIA	INGLATERRA	HOLANDA	USA	BRASIL	CANADA
Año						
985	658733	428561	218875	124104	90846	99492
986	617585	442114	218078	131631	83931	107188
987	791198	442941	245261	133418	123811	135231
988	659332	498473	277108	126234	85000	110810
989	642135	469979	245850	120267	130400	89737
990	601717	466726	252865	109372	112164	99729
991	908326	463194	312732	119170	130000	909014

## PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES MANZANAS



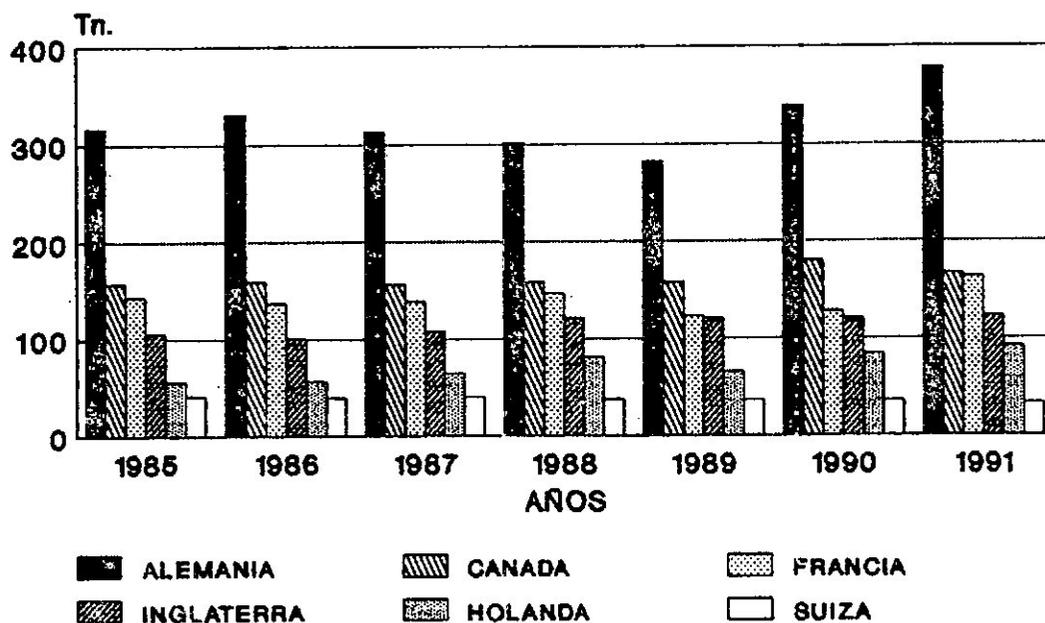
FUENTE: Elaboración propia  
en base a datos FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

UVAS

Año	ALEMANIA	CANADA	FRANCIA	INGLATERRA	HOLANDA	SUIZA
1985	316515	157799	143222	106382	56348	41472
1986	330681	158857	136948	101071	56488	39228
1987	312290	156097	139480	107797	64766	40664
1988	301385	158539	147158	121674	81299	37366
1989	282336	158417	123473	120747	65649	36670
1990	338873	179966	127993	120672	84272	35880
1991	378720	167611	163673	123136	91586	33599

### PRINCIPALES PAISES IMPORTADORES UVAS



FUENTE: Elaboración propia  
en base a datos FAO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O     6

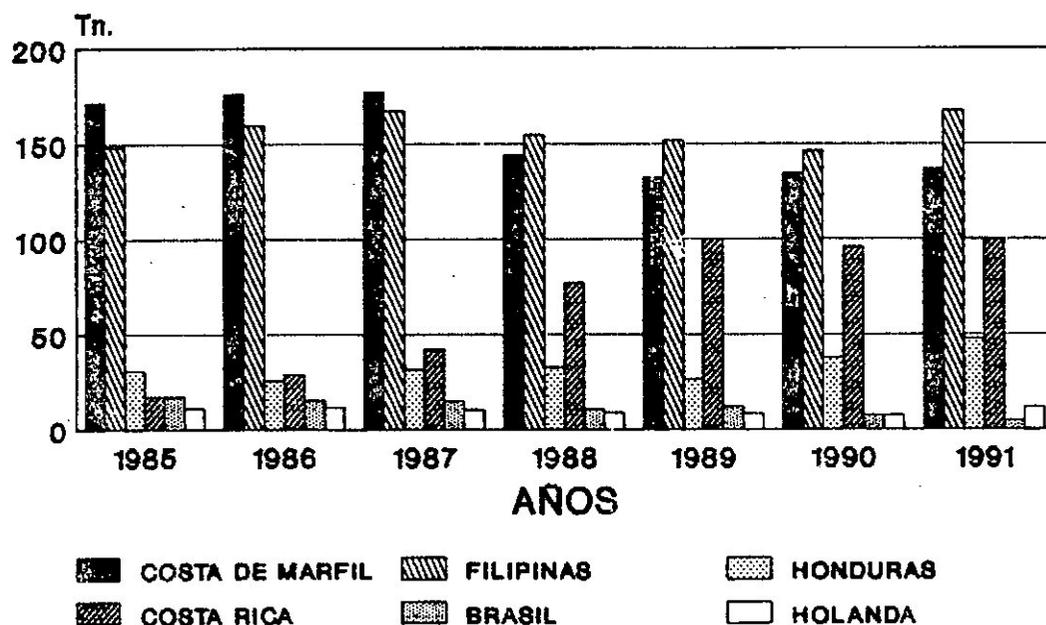
PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES  
TONELADAS  
FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

ANANAS

Año	COSTA DE MARFIL	FILIPINAS	HONDURAS	COSTA RICA	BRASIL	HOLANDA
1985	171764	148756	30844	17257	17380	11343
1986	176433	160145	26000	29000	15604	11838
1987	177000	167439	32000	42000	15202	10375
1988	144272	154864	32819	77379	10816	8917
1989	132240	152055	26838	100225	12418	8504
1990	134809	146323	38000	95880	7606	7711
1991	137000	167418	47700	100286	5000	11902

## PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES ANANAS



FUENTE: Elaboracion propia  
en base a datos FAO

SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

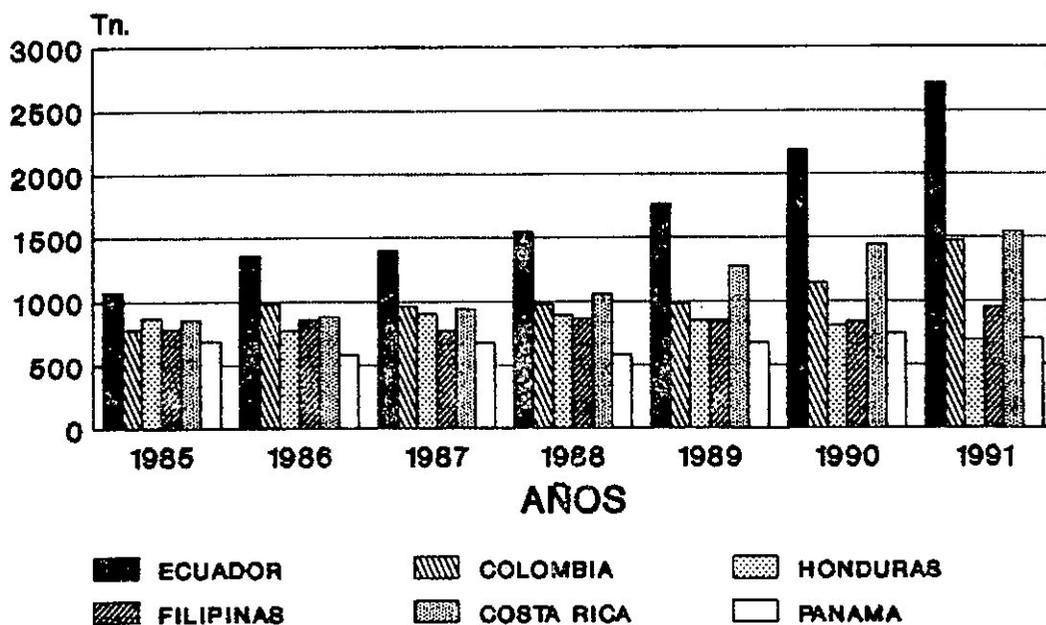
BANANAS

ECUADOR COLOMBIA HONDURAS FILIPINAS COSTA RICA PANAMA

Año

985	1075027	783039	871775	789251	856501	686220
986	1365284	987132	771100	855543	885232	586874
987	1401549	962000	903500	774983	942500	675677
988	1551181	977726	891242	866793	1060817	584341
989	1769976	985436	849621	851047	1275693	676892
990	2188490	1148197	811466	847000	1443639	745813
991	2714305	1473446	698749	950520	1541141	706625

## PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES BANANAS



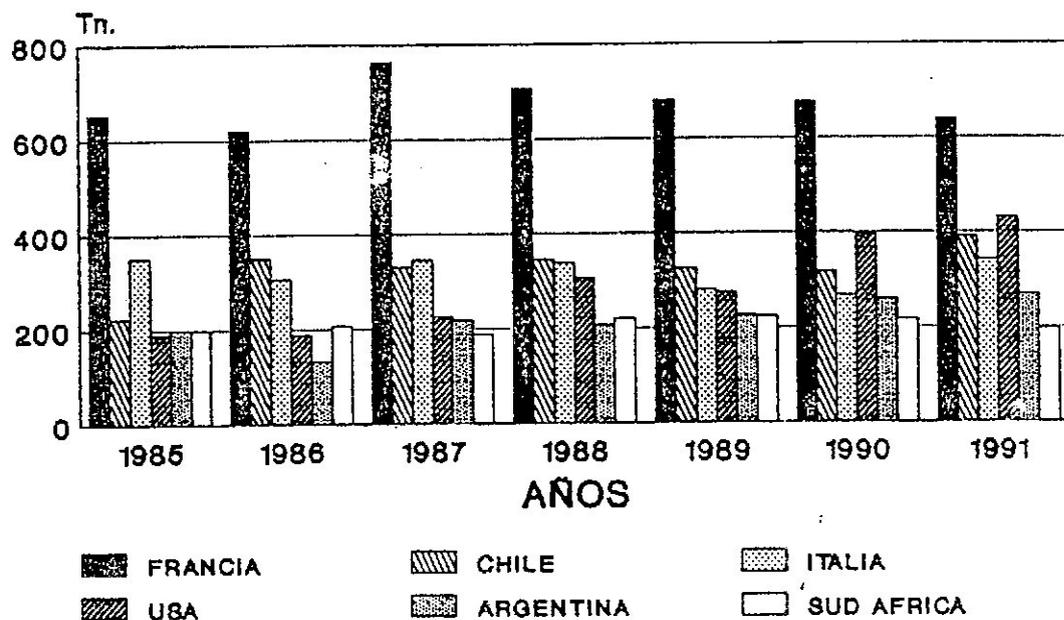
FUENTE: Elaboracion propia  
en base a datos FAO

O FEDERAL DE INVERSIONES

MANZANAS

FRANCIA	CHILE	ITALIA	USA	ARGENTINA	SUD AFRICA
652942	224919	352543	191461	200078	199620
620281	350171	307403	189347	133859	209000
762366	331188	346646	227195	220000	189500
706606	347036	339772	306494	207700	221000
681103	325852	280092	276333	227226	225000
678048	317965	267643	396930	260651	218000
639493	391983	341773	431768	270000	197639

## PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES MANZANAS

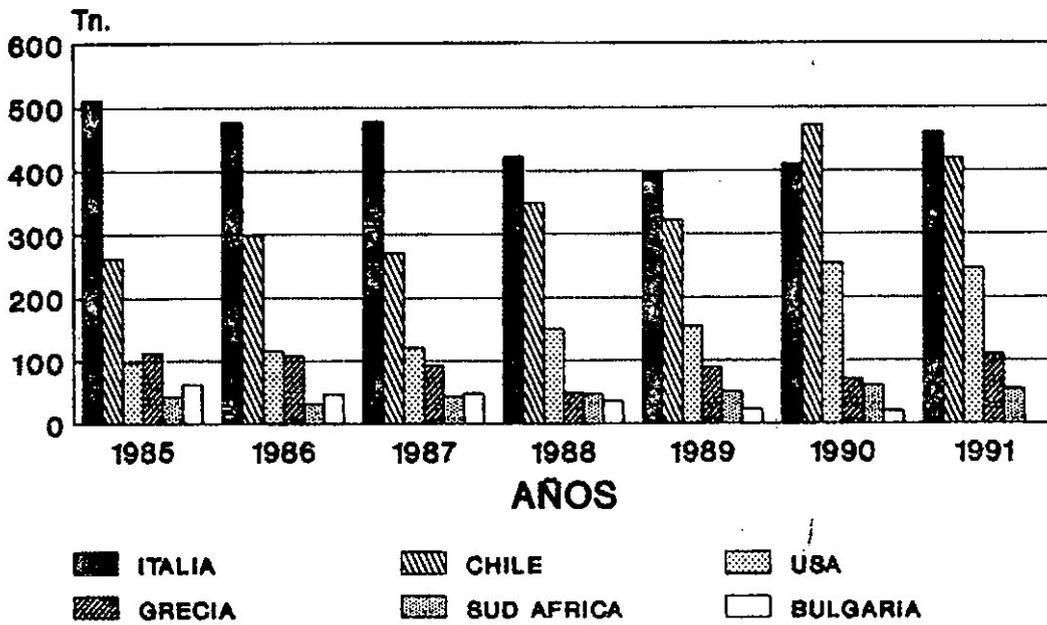


FUENTE: Elaboracion propia  
 en base a datos FAO

EJO FEDERAL DE INVERSIONES

	UVA					
	ITALIA	CHILE	USA	GRECIA	SUD AFRICA	BULGARIA
no						
85	510259	261924	97585	112618	43000	62024
86	476497	298563	114857	106546	31100	46778
87	477974	271536	120836	93419	44400	48860
88	421841	349931	151146	49824	47000	36024
89	397060	322522	155345	89138	50529	22743
90	411721	471923	254433	70295	61430	20000
91	460239	419481	246407	109296	55867	1021

### PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES UVA



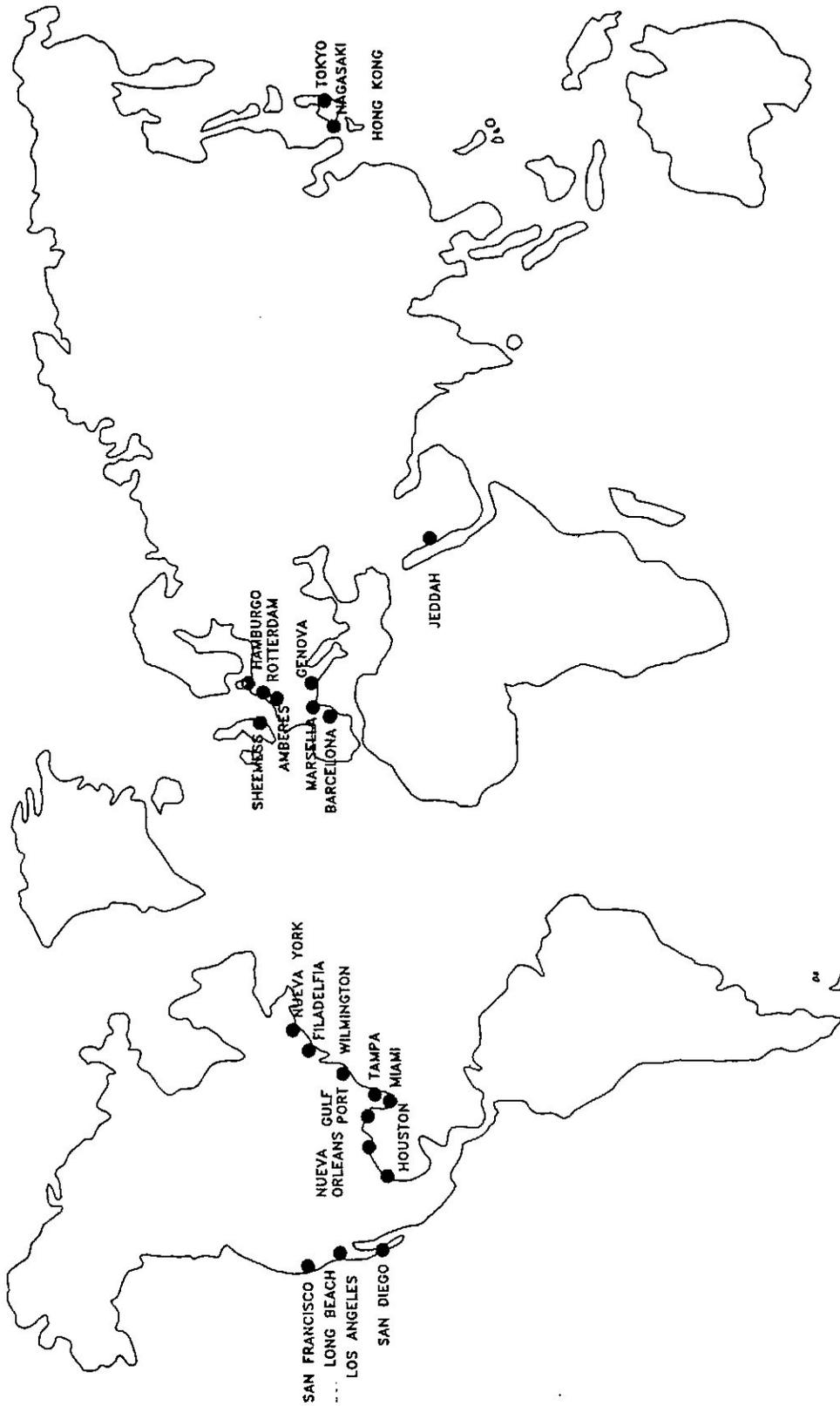
FUENTE: Elaboracion propia  
en base a datos FAO

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

A N E X O H

PRINCIPALES PUERTOS DE IMPORTACION  
DE FRUTAS

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES



A N E X O I

Fuentes: Naciones Unidas

Ecolatina

# CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

## - DIRECCIONES DE IMPORTADORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS

### **Adams Brothers Produce Co., Inc.**

P.O. Box 2682

Birmingham, AL 35202

205/323-2455

Contact: Carl Adams Jr., Chairman of the Board

Imports: Grapes, nectarines, plums, coconuts, kiwifruit, ginger root, pineapples, figs, honeydews, cantaloupes, tomatoes and winter vegetables

### **Agriculture Export/Import U.S.A. Co., (AKA) General Brokerage Co.**

608 East 9th Street

Los Angeles, CA 90015

213/382-7047, Telex: 673623 LSA

Cable: GENBROKER

Contact: Richard K. Stone, President

Imports: mangoes, ginger root, taro root, dasheen, shallots, garlic, endives, European vegetables

### **Basic Food International Inc.**

1300 SE 17th Street

Fort Lauderdale, FL 33316

305/467-1700, Telex: 514347 GLOBALFOOD

- 803198 USFOOD

Contact: Jack Apen

Imports: Snow peas, cantaloupes, honey dews, pineapples, mangoes, plantains, garlic, cauliflower, broccoli, tomatoes, peppers

### **Battaglia Produce, Inc.**

1705 Weeksville Road

Elizabeth City, NC 27909

919/338-5125

Telex: TWX 75-25-30 BATTAGLIA UD

Contact: Tony Battaglia, President

Imports: Grapes, nectarines, pears, chestnuts, carrots, honeydew melons, cucumbers, peppers, beans, limes, pineapples, cantaloupes

### **J.R. Brooks & Sons, Inc.**

P.O. Drawer 9

Homestead, FL 33090-0009

305/247-3544, Telex: 4949715

Contact: William Schaeffer, Director of Marketing

Imports: Passion fruit, mangoes, rind and endruit

### **Buffone International**

P.O. Box 1599

Pompano Beach, FL 33061

305/974-7370, FAX 305-974-7601

Contact: Peter A. Buffone, President

Imports: Snow peas, cauliflower, broccoli, cucumbers, cantaloupes, honeydews, mayan melons, sugar snaps and plantains

### **Calavo Growers of California**

4833 Everett Avenue

Los Angeles, CA 90058

213/587-4291, TWX: 910321 5705

Answer Back: Calavo Lago

Contact: Stephen F. Layton, Vice-President Marketing

Imports: mangoes, limes; kiwifruit, prickly pears and pineapple

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### Frieda's Finest/Produce Specialties, Inc.

P.O. Box 58488  
Los Angeles, CA 90058  
213/627-2981

Contact: Frieda Caplan, Karen Caplan

Imports: Belgian endive, radicchio, gold, red, purple and white bell peppers, red and green cayenne peppers, shallots, hearts of palm, Asian pears, kiwifruit, feijoas, tamarillos, babaco, passion fruit, ginger root, vanilla beans, snow peas

### R. Cuercio & Son, Inc.

935 Edwards Avenue  
New Orleans, LA 70123  
504/733-4728

Imports: Limes, mangoes, bananas, pineapples

### Interastional Multifoods Corp.

P.O. Box 2942  
Minneapolis, MN 55402  
612/340-3578, Telex: TWX 687-9113 INTLM UW

Contact: Peter A. Warren, int'l produce

Imports: Grapes, peaches, plums, nectarines, apricots, pineapples, melons, asparagus, artichokes, apples, raspberries, yams, ginger, citrus, specialty items

### Martini, Inc.

7822 N. Keeler Ave.  
Skokie, IL 60076  
312/675-6121

### Northwest Produce Co., Inc.

760 Kasota Avenue S.E.  
Minneapolis, MN 55414  
612/378-1145

Contact: Lawrence D. Tetner, President

Imports: Potatoes, coconuts, garlic, limes, melons, peppers, cucumbers, tomatoes, cantaloupes, papayas, pineapples, mangoes, Granny Smith apples and grapes

### Post & Taback Inc.

253-256 NYC Terminal Mkt.  
Bronx, NY 10474  
212/589-1000

Contact: Dana Taback, Treasurer

Imports: Cantaloupes, honeydews, strawberries, raspberries, kiwi, peppers, cucumbers, tomatoes and snow peas

### Prevor Marketing International

127 NYC Terminal Market  
Bronx, NY 10474  
212/589-522 ITT 420725 WUI 62937  
TWX 710 593 2580

Contact: Barry Prevor

Imports: Full line of fresh fruits and vegetables

### Edward C. Lahl & Sons, Inc.

Units 36-38-40-42  
Maryland Wholesale Produce Market  
Jessup, MD 20794  
301/799-3800

Imports: Raspberries, peppers, pineapple and mangoes

## ONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**Rosenthal & Klein Inc.**  
123-125 NYC Terminal Market  
Bronx, NY 10474  
212/542-1800 or LD 212/589-8585  
Telex: TWX 960494 R&K Inc. NWK  
Contact: Marvin Crane, Tony Gelbart or Jack Rosenthal, DIP, Int'l Dept. RNK Inc.  
Imports: All winter fruits and vegetables from South America, Europe and the Caribbean

**Rushton & Co., Inc.**  
11 Embarcadero West. No.230  
Oakland, CA 94607  
415/832-0361, Telex: 337607/RUSX EMVL or 278945/RUSX UR  
Contact: Joan Rushton Strauli, President  
Imports: Grapes, stone fruit, apples, mangoes, pears, melons, asparagus and exotics

**Saginaw Meat & Produce Company**  
2130 East Holland Ave. P.O. Box 3304  
Saginaw, MI 48605  
517/755-5331  
Contact: Ray Sturk, Produce Director  
Imports: Grapes, bananas, apples, nectarines, pineapples, melons, dates and nuts

**H. Schnell and Co., Inc.**  
238 New York City Terminal Market  
Bronx, N.Y. 10474  
212/991-5050, ITT Telex: Harnell 422414  
Contact: Seymour Schnell, President  
Imports: Tropical fruits, produce in general

**Marvin Schwarz Produce**  
P.O. Box 152  
Mercedes, TX 78570  
512/565-3168  
Contact: Marvin Schwarz  
Imports: Tangerines, onions, cucumbers, peppers, watermelons, oranges, grapefruit, cantaloupe, honeydew melons, pineapples

**Sealed-Sweet Growers, Inc.**  
P.O. Box 2349  
Tampa, FL 33601  
813/223-7441, Telex: TWX 052-843  
Contact: Donald M. Lins, President  
Imports: Grapes, nectarines, plums, melons, apples, peaches, pears, mangoes and limes

**Sun World International**  
83-203 Indio Blvd, Suite 2  
Indio, CA 92201  
619/347-8693, Telex: 287-604 SUNW UR  
Contact: Robert Nies, Vice President  
Imports: Kiwifruit, oranges, strawberries, melons, pineapples, grapes, plums, nectarines, onions, limes, blueberries and asparagus

**Spartan Stores - Produce Div.**  
P.O. Box 8700  
Grand Rapids, MI 49508  
616/878-2000  
Imports: Grapes, apples, kiwifruit, papayas, pineapples, bananas and rutabagas

**Stop & Shop Companies Inc.**  
P.O. Box 1942  
Quincy, MA 02105  
617/770-6788  
Imports: Kiwifruit, tamarilloes, pears, strawberries, plums, nectarines, grapes, bananas, coconuts, pineapples, asparagus, raspberries, pipino melons

## INSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### Carben, Inc.

7001 N.W. 25th Street, Suite No.200  
Miami, FL 33122  
305/592-7499, Telex: TWX 8108484842  
Contact: Hi Longfellow, Import Manager  
Imports: Plantains, garlic, pineapples and macadamia nuts

### Central American Produce, Inc.

1500 W. Atlantic Blvd.  
Pompano Beach, FL 33060  
305/943-2303  
Telex: TWX 497-0692/CAPINC  
Contact: David N. Warren, President  
Imports: Melons-cantaloupes, mayan sweet, honeydews, watermelons, snow peas, honey pods,  
pineapples, cucumbers

### Coexport International, Inc.

690 Church Road  
Elgin, IL 60120  
312/695-8300, Telex: 280-2161  
Contact: Donald Guzi  
Imports: Grapes, apples, lemons, pears, deciduous, onions, seedless cucumbers,  
clementines, peppers and mangoes

### Corky International Corp.

(wholly owned subsidiary of Corky Foods Corp.)  
3452 W. Boynton Beach Blvd.  
Plaza West Suite 4  
Boynton Beach, FL 33436  
305/736-0655  
Telex: TWX 510-953 7560 TELEX II  
Contact: J. Luis Rodriguez, Sales Manager  
Imports: Cantaloupes, honeydew

### D'Arrigo Bros. Co. of New York, Inc.

315 NYC Terminal Market  
Bronx, NY 10474  
212/991-5900, Telex: 425-637  
Contact: Chet Levatino, Manager  
Imports: Grapes, plums, apples, cherries, pears, asparagus, raspberries, nectarines,  
clementines, lemons, honeydew melons, peppers, tomatoes, cucumbers, spanish  
melons, kiwifruit, shallots and endives

### De Bruyn Produce Co.

P.O. Box 76  
Zeeland, MI 49464  
616/772-2102  
Contact: Robert De Bruyn, owner  
Imports: Onions, melons, cucumbers, peppers and cherry tomatoes

### Eman International Corporation

7330 S.W. 45th Street  
Miami, FL 33155  
305/266-8644, TWX 810-848-4112  
Contact: Tony Molina, Mgr., Fresh  
Imports: Bananas, papayas, tropical fruits, winter vegetables

### The Forest City Weingart Produce Co.

4000 Orange Ave.  
Northern Ohio Food Terminal Unit 21-25  
Cleveland, OH 44022  
216/881-3232  
Imports: Spanish lemons, grapes, avocados, kiwifruit, Granny apples, chili peppers,  
mangoes, juice oranges, mushrooms, pineapples, cantaloupes, bosc pears, guavas,  
ginger root, nectarines, pea pod, peaches

## ONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

### Sum World International Inc.

5544 California Avenue No. 280

Bakersfield, CA 93309

805/833-6460, Telex: 698439

Contact: Domenick Bianco, Senior Vice President

13907 North Dale Mabry

Tampa, FL 33688

813/961-2895, Telex: TWX 522-502 SNWLD

Contact: Mike Land, Vice President International

Imports: Table grapes, stone fruit, melons, kiwifruit, strawberries, asparagus, artichokes, green onions, raspberries, apples, pears, garlic, limes, pineapples and other contra season fruits and vegetables

### Tomatoes

400-402 NYC Terminal Market

Bronx, NY 10474

212/991-6700

Contact: Robert King, President

Exports: Tomatoes

Imports: Tomatoes, cucumbers, peppers, squash, eggplant and mangoes

### Jac Vandenberg, Inc.

3805 East Tremont Avenue

Bronx, NY 10465

212/409-9110

Telex: TWX RCA 232156/125022

Contact: Fred Vandenberg

Imports: Grapes, apples, pears, nectarines, plums, peaches, cherries, onions, melons; apricots, lemons, belgian-type endive, artichokes, avocados, papayas, tomatoes, cantaloupes, cabbage, mangoes, kiwifruit, peppers and clementines

- Sources: - United Fresh Fruit and Vegetable Association. 1986. The Sixth International Trade Directory of the fresh fruit and vegetable industry. In: Outlook, Fourth Quarter 1986, Vol. 13, No. 4. Alexandria, Va.
- Private trade sources.

República Federal de Alemania

Anexo

República Federal de Alemania: principales importadores de  
frutas, legumbres y hortalizas frescas de origen  
tropical y de fuera de temporada

A. Durbeck GmbH  
Grossmarkthalle  
D-6000 Frankfurt am Main 1  
Tel.: (69) 490282  
Télex: 412011  
Fax: (69) 439312

AFC (Afrikanische Frucht-  
Compagnie GmbH & Co.)  
Trostbrücke-1  
D-2000 Hamburgo 11  
Tel.: (40) 3688312  
Télex: 211417

EDEKA Fruchtkontor GmbH  
Grossmarkt  
Amsinckstrasse 66  
D-2000 Hamburgo 1  
Tel.: (40) 3020 9279  
Télex: 2162808

Firma Paul Grassnick  
Grossmarkthall  
D-6000 Francfort 1  
Tel.: (69) 430 251/3  
Télex: 414829

Fruchthansa GmbH Co. KG  
Grossmarkthalle  
D-5000 Colonia 41  
Tel.: (221) 380601/5  
Télex: 8882753, 8881769

International Fruchtimport  
Gesellschaft  
Weichert & Co.  
Fruchthof  
D-2000 Hamburgo 1  
Tel.: (40) 331 241  
Télex: 2161348

J.A. Kahl GmbH & Co.  
Bauernbrauweg 1  
D-8000 Munich 70  
Tel.: (89) 780060  
Télex: 5212456  
Fax: (89) 785 5824

REWE Zentral AG  
Domstrasse 20  
D-5000 Colonia 1  
Tel.: (221) 16551  
Télex: 8885206

Scipio Fruchtvertrieb KG  
Breitenweg 29/33 (Fruchthof)  
D-2800 Bremen 1  
Tel.: (421) 309 2263  
Télex: 244512

T. Port  
Lippelstrasse 1  
D-2000 Hamburgo 1  
Tel.: (40) 301000  
Télex: 2161688

TROFI-Tropenfruchtimport GmbH  
Grossmarkt  
Lippeltstrasse 1  
D-2000 Hamburgo 1  
Tel.: (40) 335 596  
Télex: 2173211

Reino Unido

Anexo

Reino Unido: principales importadores de frutas, legumbres  
y hortalizas frescas de origen tropical y  
de fuera de temporada

Francis Nicholls Ltd  
London Fruit Exchange  
Spitalfields Market  
Brushfield Street  
Londres E1 6HG  
Tel.: (01) 377 0066  
Télex: 886343

JP Fruit Distributors Ltd  
Suite H291  
East Bridge  
New Covent Garden  
Londres SW8 5JB  
Tel.: (01) 720 7185/6  
Télex: 916942

FTK London Ltd  
58-59 London Fruit Exchange  
Spitalfields Market  
Londres E1 6EP  
Tel.: (01) 247 0661  
Télex: 886980

J.P. Poupert  
D 153-162 New Covent Garden  
Market  
Londres SW8 5LX  
Tel.: (01) 720 2288  
Télex: 916571

Fyffes Group Ltd  
F 231-235 Fruit and Vegetable  
Market  
New Covent Garden  
Londres SW8 5EW  
Tel.: (01) 720 8881  
Télex: 919186

Louis Konyn & Sons Ltd  
D 104/106 New Covent Garden  
Market  
Londres SW8 5LL  
Tel.: (01) 720 8644  
Télex: 917986  
Fax: 01-720 1730

Geest Produce Marketing Divison  
White House Chambers  
Spalding  
Lincolnshire PE11 2AL  
Tel.: (0775) 61 111  
Télex: 32481

Louis Reece Ltd  
99 Commercial Street  
Londres E1 6BG  
Tel.: (01) 247 0201/6  
Télex: 887352

Hunter Produce Ltd  
The London Fruit Exchange  
Brushfield Street  
Londres E1 6HE  
Tel.: (01) 247 7688  
Télex: 886769

Max M. Levin & Partners Ltd  
215 Market Towers  
New Covent Garden  
Londres SW8 5NL  
Tel.: (01) 622 6255  
Télex: 919277, 8952934

J.O. Sims Ltd  
Borough Market  
Londres SE1 9AQ  
Tel.: (01) 407 0756  
Télex: 885386

P. Weiser (London) Ltd  
Unit B  
Western Trading Estate  
Park Royal Road  
Londres NW10 7LU  
Tel.: (01) 961 3192  
Télex: 916402

Anexo

Francia: principales importadores de frutas, legumbres y  
hortalizas frescas de origen tropical y  
de fuera de temporada

Agrunord S.A.  
2, rue de Provence  
Batiment 315  
F-94619 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 3525  
Télex: 270684

Anarex  
94, rue de Carpentras  
Batiment D.  
F-94612 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4686 9953

E. Azoulay et Cie.  
18-28, rue du Puits-Dixme  
Senia 547 Thiais  
F-94577 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2540  
Télex: 270079  
Fax: (1) 4686 2316

Ets Klein SPPM Reunis  
8, rue des Tropiques  
Zone entrepôts  
F-94538 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2500  
Télex: 270904

Fruits Unis S.A.  
5, rue de la Corderie  
BP 315  
F-94152 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 3525  
Télex: 270723

G. Helfer S.A.  
Tour Administrative/Centra 221  
Bureau 501  
F-94576 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2517  
Télex: 270802  
Fax: (1) 4560 4852

Malet et Azoulay  
53, rue de Montpellier  
Fruileg 337  
F-94662 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2441  
Télex: 270 859 romalet  
Fax: (1) 4687 1645

Pascual France  
Cour d'Alsace  
Batiment C6 A  
BP 391  
F-94155 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2515  
Télex: 270310  
Fax: (1) 4560 9510

Pomona Import  
21, rue du Pont Neuf  
F-75039 Paris Cedex 01  
Tel.: (1) 4233 4464  
Télex: 210920

Roland Lacour S.A.  
2, rue des Tropiques  
Zone entrepôts  
F-94538 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4687 2427  
Télex: 270961  
Fax: (1) 4560 4293

Soc. Selection  
36, rue d'Angers  
Batiment A2  
Fruileg 708  
F-94584 Rungis Cedex  
Tel.: (1) 4686 0262  
Télex: 200637

Anexo I

Suecia: principales importadores de frutas, legumbres y  
hortalizas frescas de origen tropical y  
de fuera de temporada

Fruktnorlin AB  
Brunnbyvägen 15  
Box 9010  
S-121 90 Johanneshov 9  
Tel.: (08) 910 080  
Télex: 19528

ICA Frukt och Grönsaker AB  
Landskronavägen 33  
S-251 07 Helsingborg  
Tel.: (042) 189 000  
Télex: 72350

Kooperativa Förbundet (KF)  
Fruit Dept. L.420  
Box 15200  
S-104 65 Estocolmo 15  
Tel.: (08) 743 1000  
Télex: 19490

Kooperativa Förbundet (KF)  
Vegetable Dept. 425-935  
Box 50  
S-20120 Malmö  
Tel.: (040) 285 000  
Télex: 32290

Olsegard AB  
Rannarbanan 12  
S-25229 Helsingborg  
Tel.: (042) 126 130  
Télex: 72105

Rune Rydberg AB  
Burggrevegatan 23  
S-411 03 Göteborg  
Tel.: (03) 801 320  
Télex: 20931

Stockholms Frukt Import AB (SFI)  
Uppkoparvägen 7  
Box 9165  
S-121 09 Johanneshov 9  
Tel.: (08) 910 210  
Télex: 19629

Anexo

Otros países europeos: principales importadores de frutas,  
legumbres y hortalizas frescas de origen tropical  
y de fuera de temporada

A. Austria

Fruchtunion GmbH & Co. KG  
Grossmarkt Inzersdorf  
Laxenburgerstrasse 365  
Halle A-3  
A-1232 Viena  
Tel.: (0222) 673 501  
Télex: 131215. 132385

Josef Ahorner GmbH & Co. KG  
Südbahnhof  
Postfach 24  
A-1103 Viena  
Tel.: (0222) 642 626  
Télex: 131263

Huber Obst GmbH Co.  
Neinergutstrasse 28-30  
PO Box 141  
A-4600 Wels  
Tel.: (7242) 823 710  
Télex: 25427

B. Dinamarca

1. Organizaciones de minoristas

IRMA A/S  
Grønttorvet 244  
DK-2500 Copenhagen-Valby  
Tel.: (01) 302 332  
Télex: 22302

Nord Grønt Amba  
Vallensbaek Torvevej 7  
DK-2620 Albertslund  
Tel.: (02) 644 855  
Télex: 33313

2. Importadores

H. Lembcke A/S  
Grønttorvet 226-230  
DK-2500 Copenhagen-Valby  
Tel.: (01) 303 822  
Télex: 22379

Interfrugt A/S  
Grønttorvet 6  
DK-2500 Copenhagen-Valby  
Tel.: (01) 303 322  
Télex: 19858

Nordish Andelsforbund  
Vester Farimagsgade 1  
DK-1606 Copenhagen V  
Tel.: (01) 151 533  
Télex: 27111  
(Representa a cooperativas de  
Escandinavia)

Th. Olesen  
Grønttorvet 232-242  
DK-2500 Copenhagen-Valby  
Tel.: (01) 306 111  
Télex: 22302

C. Noruega

1. Importadores

Bama-Gruppen A/S  
Filipstadvein 1B  
PO Box 2431 Solli  
Oslo 2  
Tel.: (02) 423 470  
Télex: 71382

Empresa privada que se ocupa exclusivamente del negocio de frutas.

Gartnerhallen Import A/S  
Økern Torgvei 5  
Oslo 5  
Tel.: (02) 641 390  
Télex: 71263

Organización de productores hortícolas afiliada a la Landbrukets Sentralforbund (Federación Central de Cooperativas Agrícolas de Noruega). Vende frutas y hortalizas.

Interfrukt A/S  
Transithallen  
Økern Torg  
Oslo 5  
Tel.: (02) 645 360  
Télex: 71850

Grupo especializado en la compra de frutas, para los miembros de Interfrukt y otros.

Norgesfrukt A/S  
Økern Torgvei 3  
Oslo 5  
Tel.: (02) 649 090  
Télex: 17381

Norwegian Co-operative Union  
and Wholesale Society  
Oestre Akersvej 264  
Oslo 9  
Tel.: (02) 163 410  
Télex: 76132

Cooperativa de consumidores. Vende frutas y hortalizas.

2. Organizaciones comerciales de mayoristas especializados

Grønnsak-og Potetgrossistenes  
Landsforbund  
(Federación noruega de mayoristas de hortalizas y patatas)  
Prinsensgaten 2  
Oslo 1

Norske Agenters Landsforbund (NAL)  
(Federación de agentes comerciales noruegos)  
Drammensvn. 30  
Oslo 2  
Télex: 76008

Norges Fruktgrossisters Forbund  
(Federación noruega de mayoristas de frutas)  
Prinsensgaten 2  
Oslo 1

Anexo I

Suiza: principales importadores de frutas, legumbres y hortalizas de origen tropical y de fuera de temporada

Bargosa SA  
25, rue Blavignac  
CH-1227 Carouge (GE)  
Tel.: (022) 437 160  
Télex: 422455

Coop Suisse  
12, Thiersteineralle  
Postfach 2550  
CH-4002 Basilea  
Tel.: (061) 206 078, 206 111  
Télex: 62669

Georges Helfer SA  
45, rue des Fossés  
CH-1110 Morges  
Tel.: (021) 715 634  
Télex: 458 132

Gebr. Dahler AG  
CH-8559 Fruthwilen  
Tel.: (054) 632 626  
Télex: 896 333

Indu-Farm AG  
35, Parkweg  
CH-4002 Basilea  
Tel.: (061) 239 577  
Télex: 962531

J. Berri Ltd  
Engrosmarkt Herdern  
1, Aargauerstrasse  
CH-8084 Zurich  
Tel.: (01) 424 155  
Télex: 822697

Migros  
152, Limmatstrasse  
CH-8005 Zurich  
Tel.: (01) 277 2314/14  
Télex: 558334

R. Bourgeois Primeurs SA  
15, rue Blavignac  
CH-1227 Carouge (GE)  
Tel.: (022) 430 600  
Télex: 423297, 433760

Soc. Cooperative Migros-Genève  
35, rue Alexandre Gavard  
CH- 1227 Carouge (GE)  
Tel.: (022) 439 821  
Télex: 422641

Trembley & Burgermeister SA  
49, route des Jeunes  
Case Postale 287  
CH-1211 Ginebra 26  
Tel.: (922) 436 750  
Télex: 427401

Anexo

Bélgica: principales importadores de frutas, legumbres y hortalizas frescas de origen tropical y de fuera de temporada

AVM Fruits SA  
Brusselsesteenweg 182  
B-9370 Lebbeke  
Tel.: (52) 220 399  
Télex: 22237

Ets PARMIN SA  
Magasin 21 A 26  
Quai des Usines 112/154  
1020 Bruselas  
Tel.: (2) 242 6520  
Télex: 21873

Fruitbrokers Co. NV  
Zeevaartstraat 2  
B-2000 Amberes  
Tel.: (3) 233 0331  
Télex: 31141

Leon van Parys  
Zeevaartstraat 3  
B-2000 Amberes  
Tel.: (3) 234 0393  
Télex: 31 287

SPIERS  
Zeevaartstraat 2  
B-2000 Amberes  
Tel.: (3) 233 0331  
Télex: 31316

SPRL V. van Lier & Fils  
Magasin 7 A 12  
Quai des Usines 112/154  
1020 Bruselas  
Tel.: (2) 215 4915  
Télex: 21 714

## EXPORTADORES ARGENTINOS DE FRUTAS Y HORTALIZAS

ABEL BARRIONUEVO COM.EXT., BME. MITRE 1970, 1039 BS. AS., TEL:953-0977  
ABENZA S.A., SCALABRINI ORTIZ 2386, 1425 BS. AS., TEL: 71-0572  
ACHERAL TRADING COMPANY S. A., URUGUAY 485,1015 BS. AS., TEL:49-6854 46-7437  
AGRICOLA COM. SANCHEZ SANCHEZ, ABRAHAN TAPIA 468,5 400 TRINIDAD,  
SAN JUAN,TEL:50960  
AGRICOLA PAREJA S.A., BME MITRE 853 /1P., 1346 BS. AS., TEL:49-8031/8032/8039  
AGROANDINA SACIF Y DE M., GONZALEZ 908, 5501 R DE LA CRUZ, MENDOZA,  
TEL:91-0306/0362  
AGROINDUSTRIAS CASTELLONE S. A., RUTA 20 S/N, 5500 COSTA ARAUJO, MENDOZA,  
TEL:25-9228/23-0542  
AGROLAMBERT S.A., ESMERALDA 857, (1007) CAPITAL FEDERAL,  
TEL. 311-5838/5972/8511 - TELEX 18761 LAMBU AR  
AGROMIN OESTE SRL, H.IRIGOYEN 61, 5600 SAN RAFAEL, MENDOZA, TEL:2-3608  
AGRONORTE SAACIFI, 25 DE MAYO 67/5P., 1002 BS. AS., TEL: 331-7229 34-7776/5925  
AGROPLATINA S.A., RECONQUISTA 574, 1003 BS. AS., TEL:394-5544/6187  
AGRO-ACEITUNERA, BARRANCAS DE OTACIO S/N, 5310 AINOGASTA, LA RIOJA, TEL:2126  
ALBINO FEDRIZZI (H), R.J. CARCANO 1965, 1426 BS. AS., TEL:766-6971  
ALEAC SRL, FORMOSA 151, 5500 MENDOZA, TEL:24-7068  
ALAXIS TRADING S.A., AV. LIBERTADOR 498, 1001 BS. AS., TEL:394-6435/6466/6475  
AMANCAY S.A., LAVALLE 643, 1047 BS. AS., TEL: 392-1700  
ANDERSSON S.A., ROQUE GONZALEZ 525, 3357 SAN JAVIER, MISIONES  
ANIBAL JOSE RORIGUEZ, CORDOBA 1859, 4600 JUJUY  
ANTONIO RUSO S.A., AV. MITRE 1262, 5600 SAN RAFAEL, MENDOZA, TEL:22236  
ARAB TRADE CORP.S. A., S. ORTIZ 3209, 1425 BS. AS., TEL: 802-3750/801-5081  
ARENERA PUEYRREDON S. A., M. ESTEVEZ Y LAV, 1870 AVELLANEDA, BS. AS.,  
TEL:201-8635  
ARGESA ARGENTINA S.A., P.R.S. PEÑA 832, 1388 BS. AS., TEL: 45-0160/0162/0169  
ARMANDO ANTUNES S.A., CHILE 1449, 1098 BS. AS., TEL: 38-8853  
ASOCIACION DE COOPERATIVAS ARGENTINA, MADERO 942, 7 PISO, (1116  
CAPITAL FEDERAL, TEL: 313-6716, TELEX: COOBA AR 17596  
AYALA ILSON DE LA CRUZ, BERNARDO DE IRIGOYEN S/N, 3366 MISIONES, TEL:99022  
AYALA RICARDO OMAR, FELIX DE AZARA 115, 3370 PUERTO IGUAZU, MISIONES  
AYE S.A.COM.INTERNAC., AV L.N. ALEM 690/14P., 1001 BS.AS., TEL: 313-0106/0207/0308  
AZUCARERA BENBENUTO S.A., AV. LIBERTADOR 222/7P., 1001 BS. AS.,  
TEL: BS. AS.,TEL:311-5260/6251 312-4123  
A.B.DE LOBISCH, PASO 216, 1870 AVELLANEDA, BS. AS., TEL: 203-3316/4064/4070  
BAIMEX SRL, MADERO 866, 1408 BS. AS., TEL: 642-4419  
BAIRAGRO S.A., FLORIDA 537/15P., 1005 BS. AS., TEL: 393-3203/1870  
BAIRES PACK S.A., SAN MARTIN 969, 1004 BS. AS., TEL: 311-4770/4415  
BAROLIN Y ZURIANI SACIYAG, CHACRA 96, LOTE IA S/N, 8336 VILLA REGINA,  
RIO NEGRO, TEL: 61331  
BARREIRO JUAN ADN, BELGRANO 860, 4600 JUJUY, TEL: 27230  
BEDOR S.A., JOSE A. CABRERA 6060, 1414 BS. AS., TEL:772-8811/8739  
BERGERCO INTERNACIONAL S.A., L.N. ALEM 1110/6P., 1001 BS. AS.,  
TEL: 311-9163/9164/9165  
BERNUES HNOS. SRL.DIV. EXP., CHARLONE 2113, 1427 BS. AS., TEL: 51-1661 552-7315  
BIANCHI JUAN RODOLFO, 3 DE FEBRERO 820, 1426 BS.AS., TEL: 71-5295  
BIASSINI C.E.DEL ROSA,ALVAR NUÑEZ 186, 3370 PUERTO IGUAZU, MISIONES,TEL:2562

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

BIENES S.A., RIVADAVIA 223, 4000 TUCUMAN, TEL:22-0613/21-4646  
BIG.APPLE SRL, AGUERO 842, 1171 BS. AS., TEL: 89-3717/86-8380/87-5980  
BOADA S.A., MORENO 1359 PB, 1091 BS. AS., TEL: 38-6809  
BODEGAS Y VIÑEDOS H.NESMAN S.A., SALTA 1600, 5400 SAN JUAN, TEL: 22-9244  
BOUCHARD S.A., CAFFERATA 1134, 2000 ROSARIO, SANTA FE, TEL:394023  
BRITES RAUL OMAR, BOMPLAND 555, 3370 P. IGUAZU, MISIONES, TEL:2397  
BUCO S.A., ALMAFUERTE 4639, 1605 MUNRO, BS.AS., TEL:762-3193/2201/3332/1978  
CABANA SANTA LUCIA SRL, FLORIDA 780/3P., 1005 BS. AS., TEL:3 94-7773/7903/7786  
CACHEPUNCA SAAICFI, EDIF. PROD.DE FRUTAS Y HORTALIZAS, 1425 BS. AS.,  
TEL: 802-9457  
CALILUGUA SAAIC, CORRIENTES 415, 1043 BS. AS., TEL: 393-6244 394-9041  
CAMARA REG. COM EXT., SAN MARTIN 75, 2600 V. TUERTO, SANTA FE, TEL:21221  
CAMPESINA S.A., QUITO 4247/3P./77, 1212 BS.AS., TEL: 981-7369 773-1069 983-2743  
CANOR SRL, MARCOS PAZ,1417 BS. AS., TEL: 53-1618/1279/2973  
CARGEN, TUCUMAN 829, 1049 BS. AS., TEL: 392-5305/5203/5099  
CARILAUQUEN, COLONIA 275, 1473 BS. AS., TEL :942-7212/6195  
C.A.SESMERO, SANTA FE 476, 3300 POSADAS MISIONES, TEL: 2643  
CARLOS JUAN BECERRA,HABANA 2217,1640 MARTINEZ BS.AS.,TEL:792-7608 798-0148  
CARPAC S.A., CORRIENTES 524, 1043 BS. AS., TEL: 394-3373/3035/3118  
CARVAJAL SAIC, R.S.PEÑA 4153, 1752 L. DEL MIRADOR BS.AS., TEL: 652-2103/3151  
CASCO NELLY BENEDICTA, AV. CORDOBA 674,3370 IGUAZU MISIONES  
CASEPSA, CIUDAD DE LA PAS 2046, 1428 BS. AS., TEL: 781-3091 628-5151

---

**CASTAGNINO SACIAF,PARAGUAY 1225/2P, BS.AS.,TEL:393-8480,**  
**FAX: 393-8480**

---

CASTILLO WALTER,TENIENTE TUCO 650, 4600 JUJUY, TEL: 28981  
CELEX IMPORTACION-EXPORTACION, M.T. ALVEAR 925/6P.1 058 BS. AS.,  
TEL: 312-8820/313-8413  
CELIA FLORES Y CIA SCC., CNEL LOPEZ 783, 3230 P.LIBRES, CORRIENTES,  
TEL: 21322/2 1039/2 22239  
CELSE SCHREINER, MISIONES 110, 3370 P. IGUAZU, MISIONES, TEL:2038  
CERCASA SACIA, BME.MITRE 853, 1346 BS. AS., TEL: 49-8031  
CEREALES LEXAGRO S.A., UGARTECHE 2802, 1425 BS. AS., TEL: 71-8124  
CERNOA S.A., MONTEAGUDO 49, 4000 TUCUMAN, TEL: 20004  
CHALUB DAVID, GASCON 522, 5507 LUJAN DE CUYO, MENDOZA, TEL: 98-0257/1004  
CHICO FRUT LTA., AV.PRENSA ARG. 467, 5360 CHILECITO LA RIOJA, TEL: 2067  
CIA.COMER. INTER. TRADAR S.A., FLORIDA 537/14P., 1005 BS. AS.,  
TEL: 392-1430/1735/1680  
CIA.IND. OLIVAREÑA S.A., DORREGO 88, 5310 AIMOGASTA, LA RIOJA, TEL: 2113  
CIPAS S.A., SAN MARTIN 969, 1004 BS. AS., TEL:311-5372 313-8627  
CITRICOLA AYUI SAAIC, LAVALLE 3161, 1190 BS. AS., TEL: 86-6117 88-1302  
CITRICO LA SALERNO SRL,ENTRE RIOS 812,3200 CONCORDIA ENTRE RIOS,TEL:21-7668  
CITRUS EL HORIZONTE, LAVALLE 3161, 1190 BS. AS., TEL: 86-8066/8109/6601  
CMA. INTERNACIONAL TRADING, ESMERALDA 740, 1007 BS. AS., TEL: 393-5940/5947  
COABAL S.A., TUCUMAN 141/7P. "R", 1049 BS. AS., TEL: 311-2468/8858  
CODEN-CISA, AV.MONTES DE OCA 1771, 1271 BS. AS., TEL: 21-4630/4637/8  
COFRAC S.A., AV. PRENSA ARG. 1317, 5360 CHILECITO LA RIOJA, TEL: 2220/2580  
COLFORTA S.A., PARAGUAY 754/2P. 1057 BS. AS., TEL: 311-0777 312-8221/3863  
- COMERCIAL BS. AS., PERU 457, 2P., 1067 BS. AS., TEL: 34-6569 30-9009  
COMERCIAL IGUAZU SOC. COLEC., AV. V. AGUIRRE 414, 3370  
P.IGUAZU MISIONES, TEL: 2975

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

COMPAÑIA GRAL. DE EXPORTACION, L.N.ALEM 762/3P., 1001 BS.AS., TEL:312-3283/3441  
CONEXA SRL, MANZONE 105, 1640 ACASSUSO BS. AS., TEL: 743-6170  
CONGELAR S.A., 9 DE JULIO 2500, 3000 SANTA FE, TEL: 29632 30082 30102  
CONIPA SACCFY, FLORIDA 547/13P., 1005 BS. AS., TEL: 392-2824/2838/2843  
CONOSUR AMERICANA S.A., TUCUMAN 830/834 P.B., (1049)  
CAPITAL FEDERAL, TEL.: 322-1236/3111, TELEX: 21624 ANJOY AR  
CONTE GRAND S.A., 33 ORIENTALES 848/5P., 1043 BS.AS., TEL: 394-2421/2522  
COOP.AZUCARERA SAN JAVIER, SARMIENTO 930/2P., 1386 BS.AS., TEL: 35-1054/0804  
COOP.HORTICOLA LUJAN DE CUYO, SAN MARTIN 1015, 5507 LUJAN DE CUYO  
MENDOZA, TEL: 98-0237  
COOP.DE TABACALEROS DE JUJUY LTDA., AV.S AN MATIN S/N C-C 15, 4608  
PERICO JUJUY, TEL: 91139 91339  
COPERCO SACIA, AV. EMILIO CIVIT 575, 5500 MENDOZA, TEL: 25-5820/9356  
CORFO RIO COLORADO UNI. COM., S/D S/N, 8148 PEDRO LURO BS.AS., TEL:2148 2222  
CORSINO MEALLA, CNEL. DAVILA 112, 4600 JUJUY, TEL: 2-3035  
CORTES CIRSTOBAL, AV. KELLY 815, 7620 BALCARCE, TEL: 2-2191 4-7867 2-2203  
COTAQUI S.A., PARAGUAY 727/4 P., 2000 ROSARIO SANTA FE, TEL: 242064 242063  
CRISTALUX S.A., AV. PAVON 2090, 1870 AVELLANEDA BS.A S., TEL: 208-1234/8086/8083  
CURCIJA S.A., L. N. ALEM 1050, 1001 BS. AS., TEL: 313-8373  
DANIEL ALBERTO YANARDI, RONDEAU 221, 5500 MENDOZA ,TEL: 24-4880  
DANILO JOSE MONTI, MURE 2324, 1426 BS. AS., TEL: 331-4359  
DANY SRL, BRASIL 354, 3370 P.IGUAZU MISIONES, TEL: 2157  
DAVID M.GALVAN Y ASOC., SANTA CATARINA 2489, 4400 SANTA LUCIA SALTA,  
TEL: 826-7175  
DEFERRARI RODOLFO JUAN, BROWN 3181/7P. "A", 7600 M. DEL PLATA, TEL: 2-2441  
DELIVER S.A., SUAREZ 2857, 1284 BS.AS., TEL: 28-0177  
DEPARTAMENTO COM. EXT.SALTA, MITRE 550,4400 SALTA, TEL: 21-2179  
DEPREZ PRUVOST SERGIO PILAR, FELIX DE AZARA 115, 3370 P .IGUAZU  
MISIONES, TELEX: 76107  
DEPTO.COM EXT. DE SAN JUAN, MENDOZA 188/2P., 5400 SAN JUAN,  
TEL: 22-6213/2836/4529  
DEPTO. PROMOCION COM. DE LA PLATA, CALLE 8 E/45 Y 46/2P., 1900 LA PLATA  
BS. AS., TEL: 24-8580 4-5325 80-1471  
DIBUPLAN SRL, CONGRESO 475, VILLA BALLESTER, 1653 BS. AS., TEL: 768-8245  
DIEGO D. R. M. LOTARTARO, CALLE 95 N. 1577,1650 SAN MARTIN BS. AS.,  
TEL: 755-6032 752-8523  
DIGTA SAACIYF, CORRIENTES 3169/11P., 1193 BS. AS., TEL: 89-6548  
DIRECCION DE COM. DE CORDOBA, BELGRANO 347, 5000 CORDOBA,  
TEL: 46-6912 45-5279  
DIRECCION DE COM. DE FORMOSA,J.M.URIBURU 202, 3600 FORMOSA, TEL:2-9535/6242  
DIRECCION PROV. DE COM.DE TUCUMAN,SAN MARTIN 559,4000 TUCUMAN,TEL:21-2938  
DIRECCION DE COM.DE CHACO, M. T.DE ALVEAR 145, 3500 RESISTENCIA  
CHACO, TEL: 2931/32 2901  
DIRECCION DE COM. ABASTEC. DE ENTRE RIOS, CORRIENTES 480, 3100 PARANA  
ENTRE RIOS, TEL: 21-3816/1384  
DIRECCION DE COM, ABASTEC.DE R.NEGRO, 25 DE MAYO 99,8500  
VIEDMA RIO NEGRO, TEL: 2-3023/3025  
DIRECCION DE IND. Y COM. DE CATAMARCA, SAN MARTIN 153, 4700  
VALLE DE CATAMARCA, CATAMARCA, TEL: 2-2223/4301  
DIRECCION COM. DE CORRIENTES, 25 DE MAYO 1330, 3400 CORRIENTES,  
TEL: 2-7024/3801  
DIVEX SRL, RECONQUISTA 134, 1876 BERNAL BS. AS., TEL: 254-1563 253-0428

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

DIVIFRUT S. A., PARAGUAY 1225, 1057 BS. AS., TEL: 393-1810/8480  
DIVISA, CRISCSTOMO ALVAREZ 620, 4000 TUCUMAN, TEL: 22-6674  
DON CARLOS ALBERTO SRL, MERCADO CENTRAL DE BS. AS., 1771  
V.CELINA BS. AS., TEL: 622-0115/1746/1281  
DORA CRISTINA NICOLENO DUARTE, F.R. BENITEZ E I. MALVINAS, 3610 CLORINDA  
FORMOSA, TEL :2-1169  
DORAZI CARLOS ALBERTO, AV. V.A GUIRRE 1144, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL:2919  
D.H.PUEYRREDON Y CIA S.A., SAN MARTIN 50, 1004 BS. AS., TEL:33-1145 34-8291/8375  
ECA S.A., H.IRIGOYEN 1670, 3200 CONCORDIA ENTRE RIOS, TEL:21-4076/3584  
ECHEVERRIA JULIO SANTOS, AV. VICTORIA 1144, 3370 IGUAZU MISIONES, TEL:2919  
ECHEVERRIA LUIS ORLANDO, AV.V.AGUIRRE 1145, 3370 IGUAZU MISIONES, TEL:2919  
EDUARDO DAVID NALLAR, ALVEAR 755, 4600 JUJUY, TEL: 2-3317  
EDUARDO MARSANS TRADING CO., MORENO 303, 1636 LA LUCILA BS.AS., TEL:791-7594  
EDUARDO R.BASSI Y CIA S.C., AGUAY 452, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL: 2977  
EDUARDO R. BUTLER (H) S.A., ESMERALDA 455/6P., 1007 BS. AS., TEL: 392-3910/1349  
EL CARACOL SRL, AV.V. AGUIRRE, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TELEX: 76107  
EL GUARDAMONTE S.A., MONTEAGUDO 541, 4000 TUCUMAN, TEL: 21-1330  
EL TREBOL DEL SUR SRL, REP. DE SIRIA 728, 5600 SAN RAFAEL MENDOZA,  
TEL: 2-1578/1908  
EL MATUCHO S.A., BARRANCAS DE OTACIO S/N, 5310 AIMOGASTA LA RIOJA, TEL:2127  
ENRIQUE CESAR MIRA, 29 DE SEPTIEMBRE 1960, 1824 LANUS BS.AS., TEL: 241-4652/7200  
ERNESTO JOSE SPALLANZANI, CHARCAS 62, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL:2977  
ESTABLECIMIENTO OLIVICOLA SAN ISIDRO, V ILLA MAZAN, 5313 LA RIOJA  
ESTABLECIMIENTO RURAL "SEIS ERRE", JOSE BIANCO 758, 1684 EL PALOMAR  
BS.AS., TEL:751-4282/6506  
ESTABLECIMIENTOS BADANI SACIA, AV.BRA.DE LOS ANDES 5248, 5521  
GUAYMAYEN MENDOZA, TEL: 26-1032/2750  
ESTEBAN MIRIZIO E HIJOS, 20 DE MAYO 841, 5310 AIMOGASTA LA RIOJA, TEL:2129  
ESTUDIO ADUANERO R. R. SRL, PERU 457/1P./2DO. CPO, 1069 BS.AS., TEL:34-1429  
EXAR SRL, L.N. ALEM 734, 1001 BS. AS., TEL:3 12-9956/7590/7589  
EXARCO S.A., TUCUMAN 540/12P., 1049 BS. AS., TEL: 312-4391/3328  
EXARGIM S.A., URQUIZA 92, 4400 SALTA, TEL: 22-1153/4836  
EXIM TRADING S.A., PARANA 457/1P., 1017 BS. AS., TEL: 49-6737/6740 46-0789  
EXIMAR SRL., CORDOBA 1090, 3400 CORRIENTES, TEL: 6-3931  
EXPOFRUT S.A., AV. ROCA 736, 8332 GRAL. ROCA RIO NEGRO, TEL: 2-2499/4055/2768  
EXORA S.A., MAIPU 350/1P. "D", 1006 BS. AS., TEL: 40-3045  
EXPORT WORLD SRL, LAFINUR 3255, 1425 BS. AS., TEL: 802-7292  
EXPORTADORA-MAIPO-IMPORTADORA, TROPERO SOSA S/N, 5515  
MAIPO MENDOZA, TELEX: 55415  
EXPO-DEL SRL, BELGRANO 2015, 3230 P. DE LOS LIBRES CORRIENTES,  
TEL: 2-2239/3317  
EXPROAR SRL, PTE. ORTIZ 1788, 5501 V. HIPODROMO MENDOZA, TEL: 27-3074/4073  
FABRINOX SRL, OLAYA 1040, 1405 BS. AS., TEL: 981-5499  
FARIAS ALEJANDRO ALBERTO, RUIZ DE MONTOYA 1511, 3357  
SAN JAVIER MISIONES, TELEX: 76107  
FELIMEX S.A., VIAMONTE 464/6P., 1053 BS. AS., TEL: 313-2103/312-2316  
FELIPE GARLISI E HIJOS SAFIA, AV. LOS AGRICULTORES 1319, 3730  
CHARATA CHACO, TEL: 7-0091 7-0202 7-0348  
FELIX PRIETO JUAREZ S.A., CESPEDES 3372, 1426 BS. AS., TEL: 551-2821/553-2583  
FERNANDO AUGUSTO RIVAS, R. GONZALEZ 636, 3357 SAN JAVIER MISIONES, TEL:39  
FIBUR S.A., 27 DE ABRIL Y SARTOR, 8000 M.BURATOVICH BS. AS., TEL: 91-7231  
FIDEPART SRL, PARAGUAY 491, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL:2503

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

FIORI JAVIER RAUL JOSE ROQUE, RADEMACHER 2725, 3300 POSADAS MISIONES,  
TEL: 3-1524/8863

FLISER SRL, JOSE ARIAS 567, 1672 VILLA LYNCH BS. AS., TEL: 755-7832/752-6967

FLORENCIO ARAYA, FINCA "EL COMIENZO", 4518 YUTO JUJUY, TELEX: 66126

FOOD PRODUCTS SRL, AV. PUEYREDON 1839/5P. "D", 1119 BS. AS., TEL: 33-7148 824-9227

FORTE Y ERREGUERENA, CALLE 15 N. 834, 7620 BALCARCE, TEL: 72-1518

FRANCISCA T DE TRAPANI E HIJOS, RUTA NAC. 9 KM 1315, 4101  
LOS NOGALES TUCUMAN, TEL: 61-7509 30-9616

FRANCISCO A. PALDINI, BME, MITRE ESTE 7, 5400 SAN JUAN, TEL: 2-1190

FRESA SA DIV. IMPEX, LAVALLE 643/4P, 1047 BS. AS., TEL: 392-6562

FRIG. FELMAR S.A., AV. ROSARIO STA. FE 850, 2400 SAN FRANCISCO CORDOBA,  
TEL: 2-4130/0563

FRUTICOLA MAINQUE S.A., RUTA NAC. 22, 8326 MAINQUE RIO NEGRO, TELEX: 81799

FRUTICOLA SALTEÑA SAAICFE, MERC. SALDIAS, 1425 BS. AS., TEL: 802-8528

FRUTOS DIAMOND SACIFIE, FLORIDA 253, 1349 BS. AS., TEL: 394-4464/4765

FRYDMAN Y LAFERE S.A., AV. LIBERTADOR 1331, 3384 MONTECARLO MISIONES, TEL: 290

FRUTICOLA SALTEÑA SAAICFE, MERCADO SALDIAS, 1425 BS. AS., TEL: 802-8528

F. AMORIN Y CIA SRL, AV. DE MAYO 560, 1091 BS. AS., TEL: 34-5273 331-6794

GABRIEL CANOVAS AMEGUAL, SAN MARTIN SUD 127, 5501

GODOY CRUZ MENDOZA, TEL: 22-2553

GALLARDO MAXIMO RAMON, AV. MISIONES 251, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL: 2129

GANEA S.A., BERTONI 545, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL: 2039

GARRIDO Y CIA. NESGAR SAIC, CARRASCO 657/77 D.C., 1 407 BS. AS., TEL: 69-9369/6655

GASPARRI Y CIA., S.A., AV. JUAN DE GARAY 840, 1153 BS. AS., TEL: 23-0080/0089 26-2470

GEASA S.A., MAIPU 1300/4P., 1006 BS. AS., TEL: 312-3399/4699/9870

GINO TORCOLANI MEDINA NAHUEL BOYA EXP. AV. J. PASO 1320, 7600  
MAR DEL PLATA, TEL: 51-2534/8769 80-1122

GISPE SACIA, RUTA 7 Y ACC. ESTE S/N, 5525 RIO CRUZ MENDOZA, TEL: 91-0222

GISELLA SRL, SARMIENTOS 4075/3P., BS. AS., TEL: 88-3147

GONZALEZ POO Y CIA. SRL, CARLOS BERG 3445, 1437 BS. AS., TEL: 922-4857

GONZALEZ RODOLFO CRISTIAN, CHACABUCO 297, 5500

GODOY CRUZ MENDOZA, TELEX: 55139

GOUIRIO JULIO A., BV. SARMIENTO 40, 5425 VILLA KRAUSE SAN JUAN, TEL: 4-1093

GREEN COFFE SRL, SAN MARTIN 66/551/4P., 1004 BS. AS., TEL: 393-1601

GUAYAL S.A., AV. LIBERTADOR 222/6P., 1001 BS. AS., TEL: 311-6251/6253/5260

GUILLERMO RUIZ CALADO, MENDOZA ENTRE 5 Y 6, 5425  
VILLA KRAUSE SAN JUAN, TEL: 24-0149/21-3515

GUZZO Y CIA. S.A., LAVALLE 3121, 1190 BS. AS., TEL: 88-1630/1639/3920

G. AZCONA E HIJOS S.A., 12 DE OCTUBRE 450, 5000 CORDOBA, TEL: 4-6175

HECTOR ANTONIO COLANTONIO, P.O. BOX 1396, 7600 M. DEL PLATA BS. AS., TEL: 2-2876

HENEL S.A., AVAMANCIO ALCORTA 1840, 1283 BS. AS., TEL: 23-0140/2602/0978

HERBERT A. H. BEHRENS SRL, AV. CORDOBA 679, 1365 BS. AS.,  
TEL: 322-3353/392-0122 393-8772

HERNES JOSE RICOBELLI, AMENABAR 1140, 2000 ROSARIO SANTA FE, TEL: 81-0745

HIJOS DE JOSE GOMEZ MARTINEZ S.A., MERCADO SALDIAS OF. 50, 1425 BS. AS.,  
TEL: 802-8523

HILAL HNOS. S.C., J.C. SANCHEZ S/N, 5310 AIMOGASTA LA RIOJA, TEL: 2106

HOLMES SACIFIA, PERU 375 ENTRE PISO OF 3/4. 1067 BS. AS., TEL: 30-5337

HORACIO ARENA, M. MORENO 244, 9400 RIO GALLEGOS SANTA CRUZ, TEL: 2713

HUGO VALERIANO CERVIÑO, AV. SALTA 2222, 4000 TUCUMAN, TEL: 22-8083

IGNACIO SANTOS, CARRIL NACIONAL 405, 5531 FRAY. L. BELTRAN MENDOZA,  
TEL: 92-1180

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

IMEX INTERNACIONAL SRL, HERNANDARIAS 2603, 3400 CORRIENTES, TELEX:74123  
IMPOMAR SRL, JULIO A ROCA 584/6P., 1067 BS. AS., TEL: 331-2304 34-6677 30-0759  
IMPORTACIONES EXP. BOKO, BOMPLAND 465, 3230  
P. DE LOS LIBRES CORRIENTES, TEL: 2-1264  
IMPULSORA COMERCIAL SRL, CALLE 65 N.2969, 7630 NECOCHEA BS.AS., TEL:2-5326  
INCARMET S.A., GMO MARCONI 838, 1684 EL PALOMAR BS.AS., TEL:751-1552/4684/5749  
IND.ALIMENTICIAS COPISI S.A., MONTEVIDEO 666, 1019 BS.AS., TEL:40-5393 46-3795  
IND. J. MATAS SOC. EN COM. POR ACC., GODOY CRUZ 5330,5521  
V. NUEVA GLEN MENDOZA, TEL: 26-0627/2793  
ING. RICARDO FERNANDEZ, SAN MARTIN 866, 4000 TUCUMAN, TEL: 21-3676  
ING. Y REF.S AN MARTIN DEL TABACAL S.A., AV. ALEM 986, 1001 BS.AS., TEL:311-0705  
INTERCOMERCIAL DEL NORTE S.A. , SALTA 256, 3600 FORMOSA, TEL: 2-9481  
ITALNORTE SAACIEI, RETIRO N MERCADO SALDIAS OF 56, 1425 BS. AS.,  
TEL: 802-0344/6643  
JALIL HNOS SAICA, CALLE 7 AIMOGASTA, 5310 LA RIOJA, TEL: 2107/2108  
JESE LUIS VERA, SANTA FE 207, 5500 MENDOZA, TEL: 30-2160  
JORGE LUIS GONZALEZ, LOS ALAMOS 405, 8400 BARILOCHE RIO NEGRO,  
TEL: 2-5713/3338  
JORGE ORLANDO FALCO, HOLMBERG 1560, 1430 BS. AS., TEL: 552-1057  
JOSE BASSO SRL, FRANCIA 1051, 7600 M. DEL PLATA, TEL: 4-8591  
JOSE ENRIQUE OLMEDO, MAIPU 216, 1084 BS. AS., TEL: 46-3815  
JODE MARIA LAZARA, MENDOZA 3185, 1428 BS. AS., TEL: 49-5151 541-6226  
JOSE NUCETE E HIJOS S.C.A., AV. RIVADAVIA 20962, 1712 CASTELAR BS. AS.,  
TEL: 624-0337/5357  
JUAN CARLOS BECERRA, HABANA 2217,1640 MARTINEZ BS. AS., TEL:792-7608/798-0148  
JUAN LANZILOTTA, CERVANTES 1673, 5519 SAN JOSE MENDOZA, TEL: 26-2846  
JUAN MANUEL MORENO, PEMBERTON 476, 4600 JUJUY , TELEX: 66126  
J.C.NARO SACIYA, RONDEAU 712, 1704 BS. AS., TEL: 658-1531/6150  
J.A.F. S.R.L., SAN LORENZO 934, 5521 V. NUEVA GLEN MENDOZA, TEL: 26-3299  
J.C. DE NARO SACIYA, RONDEAU 712, 1704 BS. AS., TEL: 658-1531/6150  
KAUFEN SRL, SARMIENTO 1936, 5000 CORDOBA, TEL: 51-7065/7631  
KODELJA ALBERTO CEFERINO,12 DE OCTUBRE 773,3610 CLORINDA CHACO,TEL:2-1472  
LAC EXPORT SRL, AV.SAN MARTIN E/SARG. FCIO. VARELA, 1888 BS. AS., TEL:255-1250  
LAMBURT,ESMERALDA 857, 1007 BS.A S., TEL: 311-5838/5972  
LAS PALTAS SRL ,ROSETTI 1623, 1427 BS. AS., TEL: 551-5368/5677 552-7410  
LAYCO S.A., JOSE MARMOL 1350, 1255 BS. AS., TEL: 922-1038 923-8100  
LEBRO S.A., DR. RICARDO ROJAS 401/13P., 1001 BS. AS., TEL: 313-4473/5853  
LEVER Y ASOC SACIF, FRAGA 1163, 1427 BS. AS. ,TEL: 551-0474/0038/9629  
LEVI ED.FERRINI, AV. BRASIL 260, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL: 2023  
LIBRONATTI DE MENDEZ SILVIA ARACE, BRASIL 422, 3370  
P.IGUAZU MISIONES, TELEX: 76107  
LILLIESKOLD SAAICYF, RUTA PROV. 4 KM 38, 3315 L.N. ALEM MISIONES, TEL: 191  
LOS TAPIRES S.A.,CORRIENTES 327, 1043 BS.AS., TEL: 322-3246/8749  
LUIS AUGUSTO RAMON BENEDICTO, BOLIVAR 218/4P., 1425 BS. AS., TEL:802-5858  
LUIS HIRSCH Y CIA S.A., PARAGUAY 610, 1350 BS. AS., TEL: 312-7571  
L.A.D.A. S.A.I.Y C., MAXIMO PAZ 1027, 1712 CASTELAR BS. AS., TEL: 629-0480  
MACLAN SADIF,A CEVEDO 239/1P., 1414 BS. AS., TEL: 855-8421  
MAGRA,SUIPACHA 1109/2P., 1008 BS. AS., TEL: 313-0870/0924/3459  
MARIA DEL CARMEN PEDROZO DE ZALA, VICTORIA AGUIRRE S/N, 3370 P. IGUAZU  
MISIONES, TELEX: 76107  
MARTINEZ DALKE S.C.A., DR. EMILIO CARDEZA 9/7P., 1842 MTE GRANDE BS. AS.,  
TEL: 290-2962/2794

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

MARTINEZ ROSS ARMANDO, CNEL.DAVILA 836, 4600 JUJUY, TEL: 2-4177  
MEDITERRANEO S.A., REP. DEL LIBANO 79, 5500 MENDOZA, TEL: 29-3089  
MERCAFRADO SACIFYC, PERU 689/5P.OF 39, 1068 BS.AS., TEL:362-9606 361-8534/2262  
MERPA EXP.E IMP., MONTIEL 43, 1403 BS. AS., TEL: 641-0053/1003/9522  
MIGUEL B. Y CARLOS ALGUACIL S.C., C.RODRIGUEZ S/N, 5515 GUTIERREZ-MAIPU  
MENDOZA, TEL: 97-2543  
MIJALENKO SECPA, GDOR. BARREYRO 673, 3370 OBERA MISIONES, TEL: 128  
MILOGIS VICTOR LUIS, URUGUAY 248, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TEL: 2610  
MODERNIZACION PANADERIL S.A. JUJUY 84/2P., 1083 BS. AS., TEL: 641-4445  
MYBIS SIERRA CHICA S.A., P LAZA ITALIA 87, 1900 LA PLATA BS .AS., TEL: 2-6379  
M.ROYO S.A., AV.DE MAYO 666/5P., 1084 BS. AS., TEL: 30-1895/0073/3290  
M.C.IMP.Y EXP., AV.BRASIL, 3370 P. IGUAZU MISIONES, TELEX: 76107  
NAPARSTEK SAIC, CALLE 24 N.3863, 1650 SAN MARTIN BS.AS., TEL: 755-2065/753-2716  
NELSON JOSE IMBERTI SRL, RUTA 7 KM. 1056, 5529 MAIPU MENDOZA, TEL: 203  
NEUQUEN SACIFIA, LAVALLE 166/5P. OF. "D", 1047 BS. AS., TEL:312-7678/3427  
NOREX SRL, ZUVIRIA 306, 4400 SALTA, TEL: 22-0075 21-2723  
NOREXPORT SRL, FLORIDA 835, 1005 BS. AS., TEL: 313-1505  
NORFE,HOLBERG 4205, 1430 BS. AS., TEL: 542-2040  
NUTRIMETAL CO.SAICF, AV. CORRIENTES 1312, 1043 BS. AS., TEL :46-2700/3121/8093  
OJEDA AGR.GAN.SRL, CREL.VIDT 98, 400 SALTA, TEL: 23-1429  
OLEGA SACIIAF,FLORIDA 681/11P., 1375 BS. AS., TEL: 322-0203/0306/0360  
OLGA YOLANDA ESPOZ DE LALUF, BUENOS AIRES 256, 4000 TUCUMAN, TEL: 25-2266  
ONOR SRL, PARAGUAY 631/3P. "C", 1057 BS. AS. ,TEL: 311-9659 312-3800  
ORLANDO LIPARA E HIJOS SACIIA,J UAN BAUTISTA ALBERDI 3765, 1407 BS. AS.,  
TEL: 69-9343/5329/0846  
ORTIZ GOMES Y CIA SRL, SARMIENTO 559/8P., 1041 BS.AS., TEL:394-1668/2316 201-4510  
OSCAR FELIX SALVADORES, AVELLANEDA 689, 1846 ADROGUE BS. AS., TEL:294-0512  
OSCAR HECTOR BERTOSSI, RIVADAVIA 2077, 2000 ROSARIO SANTA FE, TELEX:41889  
OSCAR PERLO REVIRIEGO, LAS HERAS 21, 8000 B.BLANCA BS. AS., TELEX: 31218  
OSCAR RAFAEL CHIOCCHIO, BELGRANO 606, JUJUY 4600, TEL: 2-8135  
OSCAR RONCHETTI Y CIA., TUCUMAN 141/7P.1049 BS. AS., TEL: 311-2195  
OTTONELLO ENRIQUE CARLOS, BELGRANO 860, 4600 JUJUY, TEL:2-3250  
PAMPA EXPORT S.A., PERDRIEL 467, 1280 BS. AS., TEL: 26-7691/7723  
PANAGRA INTERNACIONAL S.A., NECOCHEA 3832, 7600 M. DEL PLATA, TEL: 3-8615  
PANDECO SACIF, TUCUMAN 141/4P. 1049 BS. AS., TEL: 312-8810  
PARAIBA S.A., SUIPACHA 211, 1008 BS. AS., TEL: 35-6306/0887  
PARANA SACIAYF,S AENZ PEÑA 147, 8324 CHIPOLETTI RIO NEGRO, TEL:7-1114  
PAREJA SCA, BME.MITRE 853, 1346 BS.A S., TEL: 49-8031  
PAT TRADING S.A. ARG. LAVALLE 652, 1047 BS. AS., TEL: 322-2591/8773/2021  
PECCI SRL, AV.WILDE Y MENDOZA S/N, 2000 ROSARIO SANTA FE, TEL: 58232/560408  
PEREZ CUESTA S.A.C.I., SAN MARTIN 1834, 5500 MENDOZA, TEL: 25-0077/4783  
PEREZ HNOS Y CIA SRL, ZADO 3735, 1431 BS. AS., TEL: 572-2902.  
PINDAPOY SAAIC DIV.JUGOS/FRUTAS,LAVALLE 3161,1190 BS.AS.,TEL:87-6601/86-7147  
PITTSBURGH SACIFI, BME. MITRE 853, 1346 BS. AS., TEL :49-8031  
PLANTA SUD S.A., ALSINA 180, 8000 B. BLANCA ,TEL: 2-9379  
PROALCO S.A., BLAS PARERA 330, 7600 M. DEL PLATA, TEL: 72-0000/73-5887 2-2365  
PRODARPEX S.A., AV.ROQUE SAENZ PEÑA 730, 1035 BS.AS., TEL: 34-9389/9387  
PROEXIMP S.A., ESMERALDA 944/1P., 1041 BS. AS., TEL: 35-0711/0382  
PROEXPORT S.A.C. Y DES, AV. CORDOBA 679/3P., 1365 BS. AS., TEL: 392-7877/5300  
PROMOVER S.A., PTE. ROCA 825, 2000 ROSARIO SANTA FE, TEL :21-2785  
PYMAR S.A., PARAGUAY 792, 1057 BS .AS., TEL: 312-9486/9489  
P.E.I.S.A., CORRIENTES 1115/6-7P., 1043 BS. AS., TEL: 35-5622/7122/6588

## SEJO FEDERAL DE INVERSIONES

TOMAS SANTA CRUZ E HIJOS S.C., AV. 9 DE JULIO 58, 3370 IGUAZU MISIONES,  
TEL: 2986

TONDI GUSTAVO JOSE, RIVERA INDARTE 132, 1406 BS. AS., TEL: 613-1734 392-6452

TRADIMEX SAIYC, BELGRANO 355, 1092 BS. AS., TEL: 34-1015 331-8992 30-3429

TREPAC SRL, SAN JUAN 991, 5500 MENDOZA, TEL: 24-83356

TRES ASES SACIA YF, AV. CORRIENTES 3156, 1193 BS. AS., TEL: 89-2157/1651 87-7724

TRONEX S.A., SUNCHALES 520, 1416 BS. AS., TEL: 855-9272/3337/3329

ULTRAFRUT S.A., RECONQUISTA 887/2P., 1003 BS. AS., TEL: 313-0174/0108/0135

UNISFERA LTDA. SRL, BME.MITRE 1545, 1037 BS. AS., TEL: 40-2043/46-2673/2824

VALLE DE TUPUNGATO S.A., MAIPU 42/8P., 1084 BS. AS., TEL: 34-9246 30-6841

VALLEJO HNOS SRL, LUIS M. CAMPOS 4855, 1752 V. INSUPERABLE BS. AS.,  
TEL: 652-2359/7682

VALLEY EVAPORATING COMPANY SAIC, RUTA 151 KM 0, 8324  
CIPOLLETTI RIO NEGRO, TEL: 7-1191/2708/3009

VAT SRL, AV. SANTA FE 3242, 1425 BS. AS., TEL: 824-3862

VERSALLES S.A., RIOJA 1254, 2000 ROSARIO SANTA FE, TEL: 45523/49200/66983

VICTOR GALPERIN, RIOBAMBA 439, 1025 BS. AS., TEL: 40-0283 46-6406

VICTOR RICARDO SPINELLI, BDO. DE IRIGOYEN, 3366 MISIONES, TEL: 9-2020

VIGIL FANO S.A., B. BLANCA 1620, 1407 BS. AS., TEL: 567-0013/4544

VIREXS INTERCONTINENTAL SRL, MAIPU 62/4P. OF"27", 1084 BS. AS., TEL: 331-2379

WILKES SRL, ASAMBLEA 4342, 1676 SANTOS LUGARES, TEL: 750-9453

WORLD GRAIN S.A., LAPRIDA 1437, 1425 BS. AS., TEL: 312-8877

WORLD TRADING COMPANY SRL, URIBURU 479, 1056 BS. AS., TEL: 9539959/4972

YUSIN S.A., FLORIDA 826, 1005 BS. AS., TEL: 32-6946/6613/1918

YVOIRE SRL, FLORIDA 954, 1005 BS. AS., TEL: 311-5243/44 312-0542

## BOLETO FEDERAL DE INVERSIONES

- QUIMICA DEL CAUCHO SACIF, ING. THEDY 221, 2000 ROSARIO SANTA FE,  
TEL: 38-7815/0774/1770
- RAIMPORT S.A., SUIPACHA 268, 1355 BS. AS., TEL: 40-9804 45-7512/7530
- RAMON H. NUÑEZ S.A., H. IRIGOYEN 788, 1086 BS. AS., TEL: 34-4679
- RAUL ERNESTO PESTONI, CARABOBO 54/2P., 1406 BS. AS., TEL: 631-8441
- REFINERIAS DE MAIZ S.A.I.C.F.G.C.I., TUCUMAN 117, 1341 BS. AS.,  
TEL: 312-2061/8101/7000
- REYPIN S.A., HUMBOLT 61, 1704 RAMOS MEJIA BS. AS., TEL: 654-7995/9910
- RICARDO JOSE AMBROSIO MONTI, MAURE 2324, 1426 BS. AS., TEL: 331-4359
- RIO TALA AGROPECUARIA Y COM. SAN MARTIN 851, 4000 TUCUMAN, TEL: 22-7451
- RIVERO LUIS ALBERTO, BELGRANO 585, 4600 JUJUY, TEL: 2-3028
- ROBERTO ROSALES, AZUL 1376, 5501 B. COUIMET-GODOY CRUZ-MENDOZA,  
TEL: 97-2205
- ROBUSTIANO MANERO E HIJOS A.A., MERCADO SALDIAS  
1P./OF 39, 1425 BS. AS., TEL: 802-1744
- ROMAGNOLO HNOS S.A., HELGUERA 715, 1870 AVELLANEDA BS. AS.,  
TEL: 204-6790
- RONEDA S.A., CARLOS PELLEGRINI 763, 1009 BS. AS., TEL: 393-9877/8190
- ROSSI S.A., RIVADAVIA 90, 6740 CHACABUCO BS. AS., TEL: 2-8561/9520
- RUPERTA HIDALGO DE ATTIE, CERRO AQUILAR 838, 4600 JUJUY, TELEX: 66126
- SAFRA C.I.F., AV. BELGRANO 615/10P., 1092 BS. AS., TEL: 30-8931/8932/8933
- SALEMEN CARLOS ENRIQUE, HORACIO QUIROGA 1925, 3370  
IGUAZU MISIONES, TEL: 2139
- SALTO COLORADO SRL, CHUBUT 297, 5600 SAN RAFAEL MENDOZA, TEL: 2-3741
- SAMUEL ENRIQUE RIVEIRA, PASO DE LOS ANDES 1359, 5501  
GODOY CRUZ MENDOZA, TEL: 97-2703
- SAN AQUILEO CEREALES S.A., TUCUMAN 1424/11P, 1050 BS. AS., TEL: 49-8377
- SANDA S.A., LAVALLE 120, 1047 BS. AS., TEL: 312-6840/6850/6859
- SANTORO Y ASOC S.A., AVELLANEDA 76/1P., 1405 BS. AS., TEL: 981-0140
- SANTOSTEFANO ROBERTO E., SAN MARTIN 69, 5500 MENDOZA, TEL: 29-1304
- SEMILLAS BASO SACIAIF, AV. MTE VERDE, 1852 M. GARCIA-BURZACO BS. AS.,  
TEL: 299-0880/0672
- SERT SRL, JUAN M. GUTIERREZ 2600/10P. "B", 1425 BS. AS., TEL: 88-5393/89-1935/8352
- SETUBAL SACIYF AV. DE MAYO 605, 1084 BS. AS., TEL: 30-9921 331-9332
- SIMONE S.A., ANCHORENA Y CUMERLATO S/N, 8132 MEDANOS BS. AS.,  
TEL: 393-8988 392-7818
- SOC. EXPORT. ARG. S.A., ROSARIO DE SANTA FE 231/6P. "9", 5000 CORDOBA,  
TEL: 3-3578/7672 4-2374
- SOLTRADE S.A., CORDOBA 1505/6P. "11", 1055 BS. AS., TEL: 42-4844
- SOPREXPORT S.A., GRAL. GUEMES 488, 4400 SALTA, TEL: 22-0075
- SUAREZ HEARNE S.A., JUNCAL 1879/4P. "B", 1116 BS. AS., TEL: 42-8904
- SUCESION DE PANTELIA BACHVANIN, SAN MARTIN 299, 4600 JUJUY, TEL: 2-2956
- SUPERMAT SACIFIA, PELLEGRINI 445, 4400 SALTA, TEL: 21-9260
- SURPLATINA S.A., SARMIENTO 1480/2P. "5", 1042 BS. AS., TEL: 45-2619 40-0651
- S.A. GAROVAGLIO Y ZORRAQUIN, CORRIENTES 415, 1043 BS. AS.,  
TEL: 394-0162/0627/7569
- S.A. SAN MIGUEL AGICIF, FLORIDA 1/8P., 1005 BS. AS., TEL: 334-9734/0716/3105
- TAHAN HNOS. S.A., ACC. SUD KM 17 1/2, 5507 LUJAN DE CUYO MENDOZA,  
TEL: 98-0455/0276
- TATUTI SAPAIC, LAVALLE 3161, 1190 BS. AS., TEL: 66-7855/7728/8053
- TERWISSEN HNOS. S.C., C-CORREO 47, 7637 LA DULCE BS. AS., TEL: 2-6579
- TEXMACO S.A., PLAZA 750, 1427 BS. AS., TEL: 551-8870 552-8745