

62072

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

PROGRAMA DE ESLABONAMIENTOS PRODUCTIVOS

**INFORME FINAL
JULIO DE 2001**

Amadeo Darío CISCAR

**PROGRAMA DE ESLABONAMIENTOS PRODUCTIVOS
INFORME FINAL**

INDICE

-Introducción

-Metodología

-Programa de Apoyo a Productos de Origen de los Valles Calchaquíes

-Introducción

-Ejecución del Programa

-Programa de Apoyo a Productos de Origen Patagónico

**-Complejo Olivícola en las Pcias de Mendoza, San Juan, La Rioja y
Catamarca**

-Consideraciones Preliminares

-Metodología

-Descripción de la Cadena de Producción

-Estructura del Sector Pesquero Argentino

-Introducción

-Aspectos Generales

-Estructura de la Cadena

-La Producción

-La Industrialización

-La Comercialización

**-Producción, Industrialización y Comercialización de Uva en la Rep.
Argentina**

-Introducción

-La Producción

-Cadena Productivo-Comercial

-La Industrialización

-La Comercialización

PROGRAMA DE ESLABONAMIENTOS PRODUCTIVOS

INTRODUCCION

El Consejo Federal de Inversiones viene desarrollando un cúmulo de acciones de apoyo a muy diversos sectores productivos en todas las provincias argentinas.

El modo de relacionamiento institucional con cada uno de estos sectores ha sido muy diverso, respondiendo a vínculos preexistentes con instituciones públicas y privadas relacionadas a los mismos. De la misma manera, por relaciones personales con referentes que operan en dichos sectores.

El Programa de Eslabonamientos Productivos prevé, una metodología de trabajo que permita actuar a la institución de una forma sistemática, siguiendo patrones de actuación predeterminados.

Esta estrategia de trabajo a su vez permitirá abordar cada uno de los mencionados sectores en la búsqueda de resultados comparables, aún con realidades y características muy diversas y propias de cada sector.

Los patrones de actuación implican la definición de una estrategia común para todos ellos, de modo que la caracterización que se pretende hacer de los mismos siga una estructura que facilite la interpretación de la información y posteriormente la definición de estrategias particulares para cada sector.

El resultado será disponer información de cada sector que permita su correcta caracterización, de modo de hacer una correcta interpretación del mismo para, a partir de ese ajustado diagnóstico, elaborar junto al sector las pautas y lineamientos de acción a implementar para brindar un apoyo institucional acorde a concretas necesidades.

METODOLOGIA

La metodología propuesta se basa, como punto de partida, en una caracterización de cada sector, entendiendo por esta la descripción de una serie de atributos propios, los que podrían enumerarse como sigue:

-las características del sector en cuestión, que lo hacen particular en su comparación con otros de distintas regiones, y le imprimen un sello propio que puede identificarlo claramente respecto de los demás.

-la definición de su alcance geográfico, pudiendo éste limitarse a una o más provincias. En este punto se delimitará la región bajo análisis de la manera más explícita posible, citando las principales localidades en las cuales se asientan los emprendimientos pertenecientes a cada sector bajo estudio.

-la identificación de sus actores, siendo éstos los distintos productores, empresas, instituciones públicas y privadas que interactúan en un determinado sector, y le imprimen las particularidades antes citadas.

-la estratificación de los actores, siendo ésta la identificación de las distintas categorías en que pueden subdividirse dichos actores en función de una serie de parámetros, tales como: superficies cultivadas, volúmenes producidos, facturación anual, número de empleados, niveles tecnológicos usados en los emprendimientos, grado de asociativismo y de pertenencia a asociaciones de productores, empresarias, tipo de servicios prestados, etc.

-la comprensión del funcionamiento de la red en la que están involucrados los actores pertenecientes a cada sector. Determinación de los roles que desempeñan las instituciones actuantes, sean públicas o privadas, la existencia o no de coordinación interinstitucional, la ingerencia de los actores individuales en las tomas de decisión, las relaciones de poder existentes entre los diversos actores y la lógica del funcionamiento resultante.

-identificación de los proyectos más relevantes en carpeta y/o en ejecución por parte de productores, empresas e instituciones, que permitan conocer la proyección del mismo a futuro.

La información arriba enunciada, ordenada en la forma presentada, servirá para efectuar diagnósticos de la realidad de cada sector sobre bases consistentes y datos reales y actualizados.

Con todo este cúmulo de información se podrá encarar la etapa siguiente, cual es la de identificar objetivamente las estrategias de actuación institucional por parte del Consejo Federal de Inversiones.

Dichas estrategias se deberán formular sobre la base del consenso con los actores identificados en la primera etapa, de modo de garantizar la objetividad de las mismas y un aceptable grado de involucramiento en la ejecución de las acciones por parte de dichos actores.

La mejor garantía para actuar objetiva y eficazmente en cada sector será seguir sistemáticamente con la misma metodología que genéricamente llamamos de eslabonamientos productivos, para lo cual deberá ponerse especial atención en lograr la comprensión integral de la estrategia por parte de cada actor involucrado.

Operativamente, el inicio de actividades se produce a partir del contacto directo con las autoridades y técnicos provinciales de diferentes áreas, más los integrantes de las Unidades Operadoras del CFI en cada provincia. Asimismo, es deseable el contacto con las instituciones privadas existentes en la región bajo estudio y que están de algún modo involucradas con el sector.

Para ello, el CFI deberá designar técnicos para trabajar en cada sector, quienes deberán involucrarse en todas las acciones que se lleven a cabo, con la finalidad de que progresivamente vayan conociendo y comprendiendo en profundidad las características y el funcionamiento del sector al cual se abocan.

Para cada sector se deberá establecer, de común acuerdo con los actores locales, el inicio de actividades, que deberán concretarse a partir de visitas a cada localidad relevante de la región correspondiente.

Se podrá avanzar generando una matriz de información, en la que se describa a los actores existentes, pertenecientes a cada uno de los estratos citados, la cobertura geográfica del sector descrito, su importancia relativa en la región, no solo desde el punto de vista económico, sino también desde el social, es decir considerando también la captación de mano de obra directa e indirecta y la capacidad del sector de retener esa mano de obra en la propia región.

Asimismo, deberán describirse las entidades públicas que actúan sobre el sector, propendiendo a la identificación del alcance que tienen dichas entidades sobre el desarrollo del mismo. También se describirán las entidades privadas existentes, como por ejemplo las asociaciones de productores, las cámaras o instituciones empresarias y toda aquella instancia que genere agrupamientos o diferentes niveles de pertenencia por parte de los emprendedores individuales.

En el caso de que estas asociaciones no sean suficientemente representativas de la actividad productiva de la región en estudio, se deberá hacer un esfuerzo adicional en cuanto a relevar a los emprendedores individuales existentes. Esta situación denotará casi seguramente una ausencia de lineamientos para el sector que suelen emanar de entidades de cúpula que agrupan a empresas o productores.

Esta metodología de trabajo apuntará a caracterizar al sector, a través de la descripción de todos los atributos que el sector posee, ya enunciados arriba.

En esta caracterización se deberá analizar la situación actual y potencial del sector respecto de los mercados a los que se orienta o aquellos a los que podría acceder.

Sin dudas y dependiendo de cada caso, los mercados a los que ya estén abasteciendo presentan oportunidades aún no explotadas o explotadas con algún grado de deficiencia. Junto a los productores y/o empresas y sus entidades respectivas se podrán analizar las diferentes acciones a impulsar

para mejorar y corregir esa performance comercial.

Con mayor razón habrá que impulsar acciones tendientes a facilitar la incursión del sector en aquellos ámbitos a los cuales aún no han accedido. Estos ámbitos pueden ser segmentos del propio mercado local, regional, nacional y finalmente exterior.

Estas acciones deberán ser parte de la estrategia definida para el sector. Se reitera que dicha estrategia deberá ser consensuada y validada por el propio sector y las entidades (públicas y privadas) que tienen actuación sobre el mismo. Es obvio que las acciones a impulsar tendrán en muchos casos implicancia económica, en el sentido que para poner en práctica las mismas, los productores y empresas deberán erogar recursos.

En función de las particularidades de cada sector, existirán diversas potencialidades comerciales, que permitirán pensar en determinados mercados de destino. Obviamente, cada mercado objetivo tiene sus propias características, las que deberán ser tenidas en cuenta al momento de definir las estrategias y acciones particulares.

En este contexto, es fácil comprender la necesidad de llegar a las mismas a través de un trabajo de conjunto, en el que se vaya avanzando por consensos, que permitirán por un lado validar las acciones que el CFI impulse y al mismo tiempo para lograr la necesaria exigibilidad en el cumplimiento de las responsabilidades de cada uno.

Estas responsabilidades y roles se deberán discutir en cada caso y deberán formar parte de una matriz en la que converjan acciones, responsabilidades y actores.

Dicha matriz además fijará metas en el tiempo, las que periódicamente se evaluarán, para corroborar el camino seguido o para reorientar o corregir el rumbo en el caso de desvíos no previstos.

En el esquema enunciado, el Consejo Federal de Inversiones deberá actuar como agente articulador de todas esas instancias y facilitador de las mismas. En este sentido, será muy importante que todos quienes participen entiendan los roles de cada uno. Esto fundamentalmente porque el rol que deberán desempeñar los privados involucrados en la estrategia tiene claras aristas de protagonismo.

No sería conveniente, desde la óptica institucional del CFI, poner en marcha un programa en el que los destinatarios no se vean involucrados en el mismo. Se estaría ante un escenario con una elevada incertidumbre en cuanto a que las estrategias planteadas en cada caso podrían no llevarse a la práctica por ausencia o escaso compromiso y participación de los actores a quienes precisamente se destina el esfuerzo.

Esta particularidad en la definición de roles y responsabilidades será conveniente puntualizar y debatir ampliamente al tomar contacto con dichos actores, en el inicio de las relaciones con los mismos.

De todas maneras, se estima muy sano efectuar una permanente revisión del camino recorrido y por recorrer en cada caso.

Otro aspecto que surgirá del análisis sectorial está relacionado con los estándares de calidad de los productos que conforman la oferta del mismo.

Al respecto, se hará necesario contemplar junto al relevamiento de los actores, los patrones de calidad seguidos por el conjunto, patrones que seguramente servirán, junto a otros parámetros, para estratificar a los actores y a la oferta regional.

Los niveles de calidad alcanzados darán una clara idea del estado de desarrollo de las empresas existentes, y al mismo tiempo orientarán acerca de los mercados objetivo que será posible considerar en las estrategias de comercialización.

Se deberá conocer la situación de los actores en lo referente a inscripciones y habilitaciones municipales, provinciales y nacionales que guarden relación con exigencias bromatológicas, industriales y de comercio.

Estos aspectos no podrán soslayarse, ya que son condicionantes básicos a la hora de incursionar en nuevos segmentos de mercado o directamente en nuevos mercados.

Muy por el contrario, quizás muchas veces los aspectos que hagan a la calidad de los productos y de los procesos sean herramientas estratégicas para posicionar la oferta de cada sector en los mercados objetivo.

De todas maneras e independientemente del estadio en el que encuentre el sector en materia de calidad de productos y gestión, podrán implementarse acciones tendientes a una amplia concientización sobre la calidad como estilo de vida y llave para acceder a nuevos y mejores mercados, que, entre otras cuestiones, requieren niveles de calidad cada vez más elevados.

Finalmente, cabe reiterar que en varios de los sectores en lo que se pondrá en práctica la presente metodología, se han venido desarrollando diversas actividades, tales como Rondas Internacionales de Negocios, Seminarios, Jornadas de Comercialización, Misiones Técnicas y Comerciales al exterior, Talleres, etc.

Estas actividades han permitido al Consejo Federal de Inversiones un heterogéneo grado de relacionamiento con cada uno de dichos sectores y, por ende, un diverso nivel de conocimiento acerca de sus características, tendencias y potencialidades.

La implementación de la metodología de eslabonamientos productivos se orientará a lograr un homogéneo grado de conocimiento de los sectores, con la consecuente mejor capacidad para generar acciones que se adecuen a las particularidades y expectativas de cada uno de ellos.

PROGRAMA DE APOYO A PRODUCTOS DE ORIGEN DE LOS VALLES CALCHAQUIES

INTRODUCCION

Los Valles Calchaquíes constituyen un área homogénea en el Noroeste Argentino que involucra a las Provincias de Salta, Tucumán y Catamarca. Esta homogeneidad está dada por diversos factores, entre los que se pueden mencionar: geográficos, naturales, climáticos, sociales, culturales, históricos y de identidad.

El conjunto de dichos factores le imprime ciertas características que hacen de esta región un área muy diferente, con matices claramente particulares.

Así descrita, esta región muestra como resultado de dichas características una canasta de productos y servicios que tienen una indiscutible ligazón al origen del cual provienen.

El presente Programa pretende definir una serie de pautas que sirvan a un conjunto productivo y de servicios de la región a los efectos de mejorar su posicionamiento en los mercados de destino, rescatando y resaltando las condiciones de producción y de identidad con la región de origen, es decir con los Valles Calchaquíes.

La filosofía del Programa es la de reunir productores y productos, de manera de poder en conjunto encarar acciones que, en forma individual y aislada se hacen dificultosas o inviables por diversos motivos, entre los que se pueden mencionar cuestiones de escala, costos, conocimiento del mercado, distancias a los centros de consumo, etc.

Siguiendo los lineamientos básicos de la metodología de eslabonamientos productivos, este Programa está basado en una fuerte interrelación con funcionarios de las tres provincias que tengan relación con los Valles

Calchaquíes y más precisamente con las producciones más representativas de los mismos.

Del mismo modo, es importante la participación de representantes de asociaciones de productores o entidades empresarias y funcionarios y/o técnicos de los municipios pertenecientes a la citada región.

Por supuesto que también es imprescindible el concurso de los productores y empresas que a futuro puedan integrar este emprendimiento de conjunto, pero antes de convocar a los mismos en forma directa es necesario consensuar con las autoridades de cada provincia los lineamientos de trabajo.

EJECUCION DEL PROGRAMA

A principios de Junio de 2000 se comenzó a difundir el Programa, en reuniones mantenidas en las tres provincias con funcionarios provinciales, a quienes se puso al corriente del mismo, aprovechando dichas reuniones para intercambiar opiniones acerca de las distintas visiones que sobre el tema tienen los representantes de las citadas provincias.

Se organizó la primera reunión con representantes de la región el día 7 de Julio de 2000, cuya sede fue la localidad de Tafí del Valle, en la Provincia de Tucumán.

A dicha reunión asistieron las siguientes personas:

-Ing. Ricardo Jakúllica. Secretario Coordinador General del Ministerio de la Producción y el Empleo de Salta

-Arq. María Graciela Carrá. Coordinadora Regional Valles del Ministerio de Gobierno de Salta

-Dr. Luis Guillermo Viaña Fuentes. Jefe de Agronomía de Zona de Santa María, del Ministerio de la Producción y Desarrollo de Catamarca

-Héctor Rubén Mena. Asesor del Secretario de la Producción de la Municipalidad de Santa María. Pcia. de Catamarca

-Ing. Agr. Walter Oviedo. Técnico del Depto. Sanidad Vegetal de la Dirección Provincial de Agricultura y Ganadería de Catamarca

-Gloria Ledesma. Técnica de la UOP-Catamarca, del Ministerio de la Producción y Desarrollo de Catamarca

-Ing. Gloria Romero. Responsable del Area de Asistencia Empresarial de la Dirección Provincial de Industria y Comercio de Catamarca

-Ing. Raúl Orell. Jefe de Agencia del INTA de Amaicha del Valle. Pcia. de Tucumán. Representante para los Valles Calchaquíes

-Lic. Ana Gutman. Técnica del Area Redes de la Producción Regional del CFI

-Cra. Mariana Caminotti. Consultora Externa del CFI

-Ing. Amadeo Darío Ciscar. Consultor Externo del CFI

En la mencionada reunión se debatió ampliamente acerca de los objetivos y el alcance que debería tener un Programa de estas características.

Se coincidió en la validez de identificar estrategias para el conjunto de las producciones más representativas de los Valles Calchaquíes. Se hizo hincapié que uno de los ejes de la estrategia para el conjunto debería ser el resaltamiento del origen geográfico, que trae aparejadas no solo características distintivas en los productos de la región, sino también rasgos culturales, históricos y de identidad muy particulares.

Hubo coincidencia en reconocer que muchas de las producciones que podrían incorporarse al presente Programa adolecen de serias deficiencias de comercialización, que las margina o reduce posibilidades de éxito en los

mercados, ya sean éstos locales, regionales, nacionales y externos.

Sumado a ello, es necesario considerar en cada caso todas aquellas falencias desde la óptica tecnológico-productiva y de gestión empresarial.

Precisamente la superación de dichas limitantes es el objetivo básico del presente Programa, generando mejores condiciones para la comercialización de la canasta de productos y servicios seleccionada.

Haciendo un análisis de las limitantes existentes en cada rubro productivo, se convino en hacer un primer elenco de actividades productivas o de servicios que podrían incorporarse al Programa, con su localización geográfica respectiva.

A continuación se detalla dicho elenco:

Productos	Localización
-Pimiento para pimentón	Todos los Valles
-Miel	Todos los Valles
-Plantas Aromáticas cultivadas	Todos los Valles
-Comino	
-Anís	
-Orégano	
-Ajo	Todos los Valles
-Cebolla	Todos los Valles
-Frutilla	Tafí del Valle

-Productos lácteos	Todos los Valles
-Frutas Secas	Todos los Valles
-Frutas Desechadas	Todos los Valles
-Textiles	Todos los Valles
-Artesanías	Todos los Valles
-Cerámica	
-Madera de cardón	
-Cestería	
-Otras	
-Vinos	Todos los Valles
-Maíz Capia	Todos los Valles
-Papa Semilla	Tafí del Valle
-Plantines de Frutilla	Tafí del Valle
-Carnes	Todos los Valles
-Caprina	
-De llama	
-Dulces y Delicatessen	Todos los Valles
-Turismo	Todos los Valles
-Truchas	La Poma

De la misma manera, se confeccionó un listado de localidades de las tres provincias en las que se asientan los establecimientos productivos de la

región.

Siguiendo un orden derivado de sus localizaciones geográficas, a continuación se mencionan dichas localidades, sobre las que el Programa actuará, en colaboración no solo con los técnicos provinciales sino también con representantes de los respectivos municipios.

Provincia de Salta

-La Poma

-Payogasta

-Cachi

-Luracatao

-Seclantás

-Molinos

-Angastaco

-San Carlos

-Animaná

-Cafayate

Provincia de Tucumán

-Colalao del Valle

-Quilmes

-El Pichao

-Amaicha del Valle

-Tafí del Valle

-El Mollar

Provincia de Catamarca

-Fuerte Quemado

-Santa María

-Loro Huasi

-San José

-Punta Balasto

-Chañar Punco

-Famatanca

-San Antonio del Cajón

-La Hoyada

En la misma reunión se debatió acerca de la conveniencia de establecer, dentro de la nómina de productos de la región, prioridades, dadas o bien por las magnitudes producidas o por las potencialidades y proyección que pudieran tener algunos rubros en particular.

De ese modo se confeccionó una lista más reducida, y con un orden de prioridades para el análisis, que a continuación se detalla:

-Pimiento para pimentón

-Vinos

-Queso de Cabra

-Artesanías

-Dulces

-Anís

-Miel

Se coincidió en la necesidad de contar con la mayor información posible de los rubros arriba seleccionados, en lo concerniente a ubicación geográfica, características de los productores, características de los productos, descripción del proceso productivo, estacionalidad de la oferta, tipo de comercialización utilizada en cada caso, formas de presentación de los productos, marcas comerciales, existencia de entidades intermedias.

La recolección de dicha información quedó como responsabilidad de los diferentes representantes de las provincias participantes en el encuentro de Tafí del Valle.

Se fijó la convocatoria para la siguiente reunión en la localidad de Cafayate, en la provincia de Salta para el 4 de Agosto de 2000.

En dicha fecha se reunió el mismo grupo citado arriba, con el agregado de las siguientes personas:

-Cr. Manuel Gómez Bello. Secretario de Producción de la Municipalidad de

Santa María. Provincia de Catamarca

-Ing. Roberto Páez. Director de SIDEPA-Sistema Integrado de Desarrollo Productivo, a cargo de la Dirección de MiPyMEs de la Provincia de Tucumán

-Ing. Augusto Rizado. Técnico de la Dirección de Agricultura y Ganadería del Ministerio de la Producción y Desarrollo de Catamarca

En esta reunión se continuó con el debate acerca de las prioridades de los diversos rubros seleccionados, ratificándose lo conversado en Tafí del Valle, en el sentido que es el pimentón el rubro productivo quizás más emblemático de los Valles Calchaquíes y sobre el cual se deberían asignar los primeros esfuerzos.

Así se definió que, sin olvidar ni postergar a los demás rubros, se debería comenzar con el análisis de la problemática del pimentón.

Se concluyó que este rubro debe analizarse en la integralidad de la cadena agroalimentaria, distinguiéndose en un principio tres eslabones principales de la misma, cuales son los productores de pimiento, los molinos del pimiento seco y los agentes acopiadores, fraccionadores y comercializadores, quienes son los responsables principales de la puesta del producto en los distintos mercados de destino.

Cada uno de estos eslabones tiene sus propias características y problemática, por lo que se entendió sumamente importante efectuar un breve análisis del contexto en el que se desarrolla dicha actividad, de modo de clarificar los roles que cada uno desempeña y evaluar las acciones a impulsar para cada uno y para el conjunto.

Se concluyó que es necesario definir una propuesta para mejorar la organización de los productores y la producción, a través del apoyo y provisión entre otros de semilla dulce seleccionada y certificada, manejo del cultivo, asociativismo, etc, para presentar este esquema superador a las industrias, con la expectativa de obtener a su vez compromisos mutuos de colaboración

con el Programa.

Este razonamiento, en el convencimiento que un mejoramiento en las condiciones de producción de la materia prima no solo beneficiaría a los productores, sino también a las industrias que toman el pimiento seco como insumo para la elaboración de pimentón.

Fue así que se encomendó al Ing. Raúl Orell, Jefe de Agencia del INTA de Amaicha del Valle. Pcia. de Tucumán, y Representante para los Valles Calchaquíes, elaborar un borrador con algunas ideas acerca del pimentón y las posibles acciones a implementar, habida cuenta de su larga trayectoria como asesor técnico en los Valles, precisamente en el cultivo de pimiento y la obtención de pimentón.

Dicho borrador debería presentarse al grupo de trabajo en la próxima reunión del mismo.

Asimismo, en la reunión anterior se había solicitado a los diferentes representantes de las provincias, continuar con la recopilación de información acerca de los rubros seleccionados, de modo que la misma fuera aportada en cada una de las reuniones del grupo de trabajo.

La citada información está orientada a identificar las producciones, conocer los volúmenes de las mismas, su ubicación geográfica y la caracterización de los actores en cada caso, es decir, los productores y empresas responsables de dichas producciones.

A continuación se adjuntan los informes presentados en la reunión de Cafayate por los representantes de las provincias.

Provincia de Salta

Programa Pimiento para Pimentón en el Valle Calchaquí

Ubicación:

El proyecto abarca los Departamentos de San Carlos, Molinos y Cachi, que

corresponden a la región natural de Valles y Bolsones Aridos el oeste de la Provincia de Salta.

Características Agroclimáticas:

Esta región posee un régimen de precipitaciones del tipo monzónico (entre los meses de Noviembre y Marzo se concentra el 97% de las lluvias), con valor promedio anual de 200 mm, con una distribución heterogénea. Se observa alta heliofanía, con una amplitud térmica diaria muy marcada. La temperatura media anual es de 16°C registrándose diferencias significativas si comparamos la de Cafayate con Cachi, observándose una disminución de la temperatura a medida que avanzamos hacia Cachi, lo cual también se refleja en los días con heladas; no obstante podemos promediar el período libre de heladas en 125 días. El balance hídrico es negativo durante todo el año. Los suelos son de baja fertilidad y susceptibles de erosionarse tanto por el viento como por el agua, lo cual indica que solo es posible pensar en cultivos rentables bajo condiciones de riego y con un adecuado manejo para preservar estructura y fertilidad.

Fundamentación:

El Valle Calchaquí salteño ha evidenciado, desde hace varios años, un progresivo deterioro social y económico. La producción agrícola se caracteriza por los bajos rendimientos, la descapitalización del sector productivo, el mal manejo de los cultivos y la baja capacidad de comercialización. Siendo el cultivo de pimiento para pimentón la fuente de ingresos más importante de la región, como lo demuestra el siguiente cuadro:

LOCALIDAD	CULTIVO	SUPERFICIE (HAS)
CACHI	Pimiento p/pimentón	400
	Comino	10
	Zanahoria	100
	Tomate	40
	Cebolla	114

MOLINOS	Pimiento p/pimentón	50
	Cebolla	100
	Comino	25
	Tomate	14
	Vid	26
SAN CARLOS	Pimiento p/pimentón	250
	Cebolla	150
	Comino	70
	Anís	100
	Vid	90

De acuerdo al Censo Nacional Agropecuario de 1988, la cantidad de explotaciones por Departamento es: 555 en Cachi, 560 en Molinos y 462 en San Carlos, combinándose las actividades agrícolas y pecuarias, siendo la principal la agrícola. En cuanto al número de pequeños productores, según la misma fuente, suman 642 en total y según el relevamiento realizado estimamos que superan los 800 los que cultivan predios de hasta 5 Has. Los productores grandes representan un 10% de las explotaciones existentes en la zona, 160 en total.

Características actuales del cultivo de pimiento para pimentón:

Por tratarse de una especie de ciclo anual que se desarrolla en períodos libres de heladas, su ciclo comienza por la siembra de almácigos protegidos entre la segunda quincena de Julio y Agosto, el origen de la semilla es local seleccionada de cultivos anteriores, el transplante se realiza luego de las heladas entre principios de Setiembre y Noviembre. Las labores culturales consisten en:

-Preparación del suelo, mediante dos aradas y dos rastreadas convencionales,

surcado y trazado de contraacequias.

-Transplante en surcos distanciados a 0,70 mts, y 0,30 mts entre plantas, manualmente.

-Fertilización: no es generalizada ni uniforme en el tipo de producto utilizado como tampoco se realizan análisis periódicos de suelo.

-Riegos sucesivos con caudales y turnos establecidos, variables entre 15 y 20 días en unidades carentes de sistematización para riego.

-Carpidas y aporques en promedio entre 2 y 3 pasadas durante todo el ciclo del cultivo.

-Tratamientos fitosanitarios para el control de plagas; la mayoría de los productores hacen tratamiento con intensidad variable según sus recursos disponibles, con mochilas o pulverizadores de arrastre.

-La mecanización varía de acuerdo al nivel del productor, el uso del tractor lo realizan productores medianos y grandes habiéndose generalizado la práctica entre los pequeños de pagar el servicio a terceros.

-La cosecha se realiza entre los meses de Marzo y Abril, en forma manual a fruto maduro (rojo), realizándose hasta tres pasadas, según lo permitan las heladas. La materia prima es trasladada a canchas de tierra, expuesta a pleno sol aproximadamente entre 15 y 20 días según las condiciones climáticas.

-La comercialización se realiza directamente en finca, como pimiento en vaina seco en bolsones de 50 Kg. sin seleccionar por calidad. Los compradores son particulares que poseen molinos en la zona o en Catamarca, Tucumán y San Juan, pactándose el precio sin la participación activa del productor. El precio histórico fue de \$2/Kg. de pimiento seco, siendo actualmente entre \$1 y \$1,50/Kg. En el Departamento San Carlos, existe un secadero artificial que compra pimiento fresco a \$0,30Kg.

Modalidades de Producción:

Sin lugar a dudas, el problema de fondo es la desigualdad en la distribución de la tierra que provoca dos situaciones extremas. El 90% de los propietarios poseen parcelas que por su reducido tamaño entran en la categoría de minifundios (promedio de 2 a 4 Has) y el 10% restante son propietarios de grandes extensiones o latifundios.

En general la producción se desarrolla bajo dos situaciones diferentes: por administración y mediería bajo cuatro modalidades:

- Productores que trabajan en una unidad económica empresarial, por administración, disponen de maquinaria propia y normalmente cultivan 10 Has de pimiento.

- Productores que son propietarios de pequeñas parcelas de tierra. No tienen una unidad económica empresarial, no siquiera una unidad económica familiar. Carecen de maquinarias, cultivan como máximo 2 Has de pimiento y trabajan aun nivel de subsistencia utilizando la mano de obra familiar.

- Productores que carecen de tierra y trabajan por medio del sistema de mediería. Reciben la tierra preparada lista para el transplante y a cambio de ello deben entregar el 50% de la cosecha bruta al dueño de la misma. Lo normal es que trabajen hasta 3 Has de pimiento y, como en el caso anterior, se encuentran en un nivel de subsistencia y emplean la mano de obra familiar. Este sistema de producción está muy difundido en la zona y cada vez toma más auge.

- Productores que carecen de tierra y trabajan por medio del sistema de aparcería. Este sistema es muy parecido al anterior, pero se diferencia en que en este caso el campesino recibe la tierra sin ningún laboreo y el porcentaje de cosecha bruta que entrega a cambio, oscila entre el 5 y el 30%. Se da en las grandes fincas que carecen de maquinaria.

Cosecha y Postcosecha:

La cosecha y postcosecha es responsabilidad de los medieros. Estos realizan la práctica del deshidratado utilizando las "canchas" de tierra que existen preparadas para tal fin. El tiempo que se demora en secar de esta manera es muy variable, dependiendo de la zona (exposición al sol), siendo el mínimo de 15 a 0 días. La forma de secado da lugar a un producto final de baja calidad, por la presencia de contaminantes, sobre todo arena, como puede observarse en los resultados de los análisis bromatológicos de las distintas muestras. Tampoco se realiza una buena selección del material para su posterior secado.

Comercialización:

La comercialización de los productos presenta serias dificultades ya que, por un lado no existen productores que tengan acuerdos de compra pactados con anterioridad a la producción planificada, quedando a expensas de o 3 compradores habituales localizados en Salta, Catamarca, Tucumán y San Juan. Por otro lado, la producción se ofrece dispersa en cada predio, no permitiendo esto alcanzar volúmenes interesantes de venta para una comercialización más ventajosa. Esta situación genera bajos precios e incertidumbre de venta de un producto que es el principal en los sistemas productivos de los pequeños productores de la zona y de la región.

Nivel de Asociativismo:

Actualmente se encuentra en trámite la Personería Jurídica de la Asociación de Productores del Valle Calchaquí, formada en su mayoría por pequeños productores, en especial de la zona de El Barrial.

En la misma reunión de Cafayate del 4/8/00 los representantes de las distintas provincias aportaron información concerniente a los diversos productos seleccionados, contenida en el formulario que al respecto se diseñó en la primera reunión.

En este sentido, a continuación se detalla dicha información aportada, por Provincia y por producto.

PROVINCIA DE SALTA. MUNICIPIO DE SECLANTAS

PRODUCTO: PIMIENTO PARA PIMENTON

Localización geográfica: Seclantás, ambas márgenes del Río Calchaquí, Brealito y Luracatao.

Volumen: 20.000 Kgs

Superficie Cultivada: 15 Has

Rendimiento	Actual:	1.000 Kg/Ha
	Potencial	2.000 Kg/Ha

Breve descripción del proceso productivo: El período de almácigos se realiza desde el 1º de Agosto al 20 del mismo mes, realizándose los trasplantes a partir del 15 de Octubre y hasta el 10 de Noviembre. La cosecha desde el 15 de Febrero hasta el 30 de Abril y cuando las heladas lo permiten hasta el 15 de Mayo.

Estacionalidad de la oferta: Desde Mayo a Julio

Estratificación de los productores: Normalmente se trata de productores minifundistas, con un techo de producción de 1.500 Kgs cada uno.

Nivel de asociativismo existente: No existen grados relevantes de asociativismo en la zona.

Destinos de la producción: La mayor parte de la producción es vendida, localmente, a firmas como Yuspe o La Virginia.

Canales comerciales usados: Venta directa a las empresas citadas arriba en el propio lugar de producción.

Formas de presentación: El producto se presenta en rama, es decir seco y triturado.

Envases utilizados: El producto se comercializa en bolsones de 30 a 35 Kgs.

Marcas comerciales: El producto se vende sin marcas comerciales propias.

Instituciones intermedias: Cada productor comercializa individualmente su producción.

PRODUCTO: QUESO DE CABRA

Localización geográfica: Seclantás, Brealito, Luracatao.

Volumen: 10.000 Kgs

Rendimiento actual y potencial: No se consignan

Breve descripción del proceso productivo: La mayor producción se realiza por parte de cada uno de los criadores de caprinos en forma artesanal y en su domicilio particular. No se utilizan productos químicos ni maquinaria para la elaboración de dichos productos.

Estacionalidad de la oferta: Desde Enero a Mayo.

Estratificación de los productores: Se trata de pequeños productores, con una producción que oscila entre 300 a 1.000 Kg/año cada uno.

Nivel de asociativismo existente: No existe asociativismo en la zona con este tipo de productores.

Destinos de la producción: La totalidad de la producción es vendida en el propio municipio y en localidades vecinas.

Canales comerciales usados: Se utiliza la venta directa al consumidor.

Formas de presentación: El producto se presenta en diversos tipos de hormas.

Envases utilizados: Envases plásticos comunes.

Marcas comerciales: Los productos se venden sin marca comercial.

Instituciones intermedias: Cada productor vende individualmente su producción.

PRODUCTO: ARTESANIAS

Localización geográfica: Seclantás, Brealito, Luracatao.

Volumen: No se consigna.

Breve descripción del proceso productivo: Las artesanías de la región utilizan como materias primas fibras provenientes de la explotación de ovinos y camélidos. Comienzan con la esquila de animales de dichas especies, el hilado a mano, el teñido con anilinas y cáscaras de nogal y el tejido en telares. A partir de dichas materias primas se confeccionan ponchos, mantas, tapices, barracanes, frazadas, chales, fajas, peleros, alforjas, vinchas, medias, gorros, etc.

Estacionalidad de la oferta: Se produce durante todo el año.

Estratificación de los productores: Se trata de pequeños artesanos con un nivel medio de producción de 8 ponchos por mes. En cuanto a la cantidad de tapices, varía fundamentalmente de acuerdo a las medidas de los mismos. Lo mismo ocurre para el resto de las artesanías.

Nivel de asociativismo existente: No existe ningún tipo de asociativismo entre los artesanos de la región.

Destinos de la producción: Las artesanías se colocan en la ciudad de Salta, en Cachi y a los turistas.

Canales comerciales usados: Se comercializa en forma individual en el mercado artesanal de la ciudad de Salta y en el de Cachi, así como también en forma directa a los turistas que visitan la región.

Formas de presentación: No se consigna.

Envases utilizados: Las artesanías no se adecuan a ningún tipo de envases en particular.

Marcas comerciales: No existe ninguna marca comercial propia.

Instituciones intermedias: Los artesanos producen y comercializan todo por cuenta propia.

PRODUCTO: VINOS

Localización geográfica: Seclantás.

Volumen: 7.000 litros.

Superficie cultivada: 5 Has.

Rendimiento	Actual:	1.400 lts/Ha
	Potencial:	2.000 lts/Ha

Breve descripción del proceso productivo: En los pequeños viñedos de la zona se elabora el vino patero en forma artesanal. Se envasan en cubas de

algarrobo y tinajas de arcilla. No se utilizan productos químicos ni maquinarias para su elaboración y conservación.

Estacionalidad de la oferta: Des del mes de agosto de cada año productivo y por varios años, debido al añejamiento de los vinos.

Estratificación de los productores: La producción en los pequeños viñedos de la zona alcanza un volumen de producción de 200 a 600 lts por productor.

Nivel de asociativismo existente: No existe asociativismo entre los productores de la región.

Destinos de la producción: La producción se destina al consumo propio y a ventas en la misma zona de producción.

Canales comerciales usados: Cada productor se encarga de la venta de sus productos.

Envases utilizados: Se presenta en damajuanas de 5 lts cada una.

Marcas comerciales: La producción se comercializa sin marca comercial.

Instituciones intermedias: No existen.

PRODUCTO: MIEL DE ABEJAS

Localización geográfica: Seclantás.

Volumen: 1.000 kgs

Superficie cultivada: 20 colmenas

Rendimiento Actual: 50 kg/colmena
Potencial: No se consigna

Breve descripción del proceso productivo: Los productores poseen 4 colmenas cada uno, a partir del Programa Social Agropecuario, desde el año 1997.

Estacionalidad de la oferta: La cosecha se realiza en los meses de Diciembre, Febrero y Abril.

Estratificación de los productores: Son todos pequeños productores, de 4 colmenas cada uno.

Nivel de asociativismo existente: Con fondos del Programa Social Agropecuario se constituyó un grupo que nuclea a dichos productores.

Destinos de la producción: Se comercializa en forma local.

Canales comerciales usados: Cada productor comercializa su producto.

Envases utilizados: Se utilizan envases plásticos de 1/4, 1/2 y 1 kg cada uno.

Marcas comerciales: No poseen marcas comerciales.

PRODUCTO: TEJIDOS ARTESANALES

Localización geográfica: Jasimaná- Municipio de Angastaco

Volumen: Se producen al año aproximadamente 20 ponchos, 500 ruanas, 200 frazadas, 100 peleros (artesanías en cuero), 500 mantas triángulo, sacos, bufandas, medias, gorros, chalecos.

Rendimiento Potencial: Los artesanos tienen mayor capacidad productiva, pero no producen más cantidad por falta de mercado.

Breve descripción del proceso productivo: Las prendas se confeccionan en telar, con hilado tradicional.

Destinos de la producción: Se comercializa en la ciudad de Salta.

Canales comerciales usados: Los productores bajan desde los cerros con sus productos a la ciudad de Salta y comercializan directamente los mismos.

PROVINCIA DE TUCUMAN

PRODUCTO: PIMIENTO PARA PIMENTON

Localización geográfica: Colalao del Valle, El Bañado, Encalilla, Quilmes y El Paso.

Volumen: 50 Ton.

Superficie cultivada: 50 Has.

Rendimiento	Actual:	1.000 Kg/Ha
	Potencial:	3.000 Kg/Ha

Breve descripción del proceso productivo: Desde siembra de almácigo hasta cosecha tareas en forma manual y laboreo con tracción a sangre.

Estacionalidad de la oferta: Abril-Julio.

Estratificación de los productores: Solo 1 productor de 10 Has de explotación. El resto de productores con una superficie media inferior a 1 Ha.

Nivel de asociativismo existente: Existen agrupamientos entre vecinos para la comercialización conjunta.

Destinos de la producción: Para industrialización como pimentón y consumo en todo el país.

Canales comerciales usados: La producción se comercializa con acopiadores o compradores de la zona. Algunos productores venden a la Cooperativa de Santa María, Pcia. de Catamarca.

Formas de presentación: Pimiento seco con semilla y triturado grueso.

Envases utilizados: Bolsones de 60 a 90 Kgs.

Marcas comerciales: Sin marcas comerciales.

Instituciones intermedias: INTA- Cambio Rural- Programa Social Agropecuario. Hasta el año 1999 intervino en algunos emprendimientos el Proyecto UNIR, de la Universidad Nacional de Tucumán.

PRODUCTO: QUESO DE CABRA

Localización geográfica: Amaicha del Valle y Lara.

Volumen: 20.000 Kgs.

Rendimiento Actual: 0,3 lts leche/cabra/día
Potencial: 1,5 lts leche/cabra/día

Breve descripción del proceso productivo: La producción se lleva a cabo con ordeño manual, cuajado y prensado en moldes. Estacionamiento desde 1 semana a 15 días.

Estacionalidad de la oferta: Diciembre a Marzo.

Estratificación de los productores: Productores con rodeos desde 50 a 200 animales.

Nivel de asociativismo existente: Existe una agrupación de elaboradores para comercializar en fiestas zonales en el verano en los Valles.

Destinos de la producción: Se comercializa todo en la zona.

Canales comerciales usados: Venta directa de productor a consumidor. Entrega en almacenes de la zona para venta al turismo en el lugar.

Envases utilizados: El producto se comercializa sin envases.

Marcas comerciales: Sin marcas comerciales. Solo denominación verbal de origen, como por ejemplo quesos de Lara, La Combada, Salamanca, etc.

Instituciones intermedias: INTA- Cambio Rural.

PRODUCTO: ARTESANIAS EN TELARES, CESTERIA Y CERAMICA

Localización geográfica: El Bañado, Quilmes, Amaicha del Valle y Los Zazos.

Volumen: No se consigna.

Rendimiento: No se consigna.

Breve descripción del proceso productivo: Productos de cerámica cocida elaborados a mano y cocinados en hornos precarios a leña. Productos de tejidos en telares y/o bastidores con lanas de llama y de oveja, con las fibras solas o mezcladas.

Estacionalidad de la oferta: La producción se ofrece todo el año.

Estratificación de los productores: Existen 3 productores grandes de tejidos, uno de los cuales tiene gran capacidad productiva y tiene experiencia de exportación. Por otro lado existen 30 productores pequeños.

Nivel de asociativismo existente: Cooperativa de artesanos de Amaicha del Valle

Destinos de la producción: La comercialización es local, en centros de exposición en Tucumán y algunos en otros puntos del país. Existe exportación de productos a Europa.

Canales comerciales usados: Venta directa en el lugar. Venta a intermediarios de paso en el lugar. Venta en otros puntos del país donde se realizan encuentros de artesanos.

Marcas comerciales: Solo las firmas de los artesanos en cada trabajo de artesanía.

Instituciones intermedias: No se consigna.

PRODUCTO: VINOS ARTESANALES. AGUARDIENTES

Localización geográfica: Colalao del Valle, El Pichao, Quilmes, Los Zazos y Amaicha del Valle.

Volumen: 100.000 lts de vino y 10.000 lts de aguardiente.

Superficie cultivada: 50 Has.

Rendimiento Actual: 2.000 lts/Ha
Potencial: 10.000 lts/Ha

Breve descripción del proceso productivo: Cosecha manual. Triturado de uva pisándola en lagar de 100-200 lts, fermentado en damajuanas de 10-20 lts, fraccionado para venta en botellas de vidrio de $\frac{3}{4}$ y 1 lt de capacidad.

Estacionalidad de la oferta: Abril a Diciembre.

Estratificación de los productores: Existen 3 productores con superficies mayores a 2 Has y el resto con superficies menores de 1 Ha, con producciones de 1.000 a 5.000 lts.

Nivel de asociativismo existente: No existe asociativismo entre los productores de la región.

Destinos de la producción: Comercialización en el lugar y en las ciudades de Tucumán, Salta y Catamarca.

Canales comerciales usados: Ventas directas en el lugar y a través de acopiadores e intermediarios.

Envases utilizados: Botellas de $\frac{3}{4}$ y 1 lt.

Marcas comerciales: Solo un productor con marca propia en Colalao del Valle.

Instituciones intermedias: Ninguna.

PRODUCTO: MIEL DE ABEJAS

Localización geográfica: Colalao del Valle, Amaicha del Valle, El Paso, Ampimpa y Salas.

Volumen: 7.000 Kgs.

Superficie cultivada: 1.000 colmenas distribuidas en todo el Valle.

Rendimiento Actual: 7-10 Kgs/colmena
Potencial: 20 Kgs/colmena

Breve descripción del proceso productivo: La producción se lleva a cabo en bosques naturales de algarrobo, con extracción y envasado manuales, sin ningún proceso de calentamiento ni agregado de conservantes. Se obtiene miel crema, con características especiales por su bajo contenido de humedad, menor al 10% y grano cristalizado muy fino. Tiene un sabor muy suave y especial, de consistencia untable.

Estacionalidad de la oferta: Desde Diciembre a Setiembre.

Estratificación de los productores: Todos los productores poseen menos de 25 colmenas cada uno.

Nivel de asociativismo existente: Cooperativa Apícola Calchaquí de Amaicha del Valle. Grupo de productores unidos para compra de insumos y en algunos casos para comercialización conjunta.

Destinos de la producción: Se comercializa en ciudades importantes de los Valles y en las ciudades de Tucumán y Salta.

Canales comerciales usados: Venta directa en el lugar de producción y en locales de comercialización de artesanías de la zona.

Envases utilizados: Vidrio, cerámica cocida (roja y negra), potes de plástico, de capacidades de 300 cc, 500 cc y 1.000 cc.

Marcas comerciales: Se comercializa con la marca comercial de la Cooperativa Apícola del Valle.

Instituciones intermedias: INTA-Cambio Rural-Cooperativa del Valle.

PRODUCTO: DULCES ARTESANALES

Localización geográfica: El Pichao, Tala Pazo, El Arbolar, Colalao del Valle, Amaicha del Valle y Quilmes.

Volumen: 12.000 Kgs.

Producción potencial: 50.000 Kgs.

Breve descripción del proceso productivo: Cosecha, pelado, triturado en forma manual; agregado de azúcar, cocción en pailas a fuego directo; fraccionado manual.

Estacionalidad de la oferta: Productos disponibles todo el año.

Estratificación de los productores: Existen 6 productores con volúmenes superiores a 500 Kgs cada uno, los restantes 20 productores con volúmenes inferiores a 200 Kgs.

Nivel de asociativismo existente: Existe un Centro vecinal de fabricantes de dulce del Pichao.

Destinos de la producción: Venta directa en la zona y grandes ciudades del NOA.

Canales comerciales usados: Venta directa y compradores ocasionales.

Envases utilizados: Envasado en papel celofán para dulces en panes y frascos de vidrio para dulces, licores, arropes, jaleas, etc.

Marcas comerciales: Se presentan con nombres de la zona o con el nombre de los elaboradores.

Instituciones intermedias: INTA-Cambio Rural-Proyecto UNIR de la Universidad Nacional de Tucumán-Programa Social Agropecuario.

PROVINCIA DE CATAMARCA

DEPTO. SANTA MARIA

PRODUCTO: ACTIVIDAD ARTESANAL

El Departamento Santa María cuenta con 627 artesanos en total, distribuidos en todo el territorio de dicho Depto. La información proviene del último censo de artesanos 1999, realizado por el Programa de Promoción y Desarrollo de Sector Artesanal, con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones.

Dentro de las actividades artesanales, las más representativas de la actividad en Santa María son la textil, dentro de la cual se trabajan los tapices y las telas realizadas en telar rústico y el hilado. Estos son elaborados por los llamados teleros y/o tapiceros. Un rubro también destacado es el de la confección de ropa artesanal.

Los tapiceros son los tejedores de tapices de lana, fibra, algodón o seda en telares manuales o bastidores. Se incluye en esta actividad la confección de paños, colchas o prendas bordadas.

Los teleros son artesanos que elaboran telas, pullos, etc, en telares verticales, horizontales o de cintura. En este tipo de actividad artesanal se incluyen a los hilanderos artesanos que seleccionan, lavan e hilan fibras y lanas. Los artesanos de estas categorías suman en total 379 personas.

Le siguen en importancia los alimentos artesanales, la fabricación de confituras o masitas dulces, pan casero, tortillas, semitas, dulces, mermeladas, jaleas, etc, todos ellos denominados genéricamente dulcería. Se incluyen también en este rubro a quienes elaboran quesos y quesillos en forma artesanal. Suman en total en esta categoría 81 artesanos.

Sigue en orden de importancia el grupo de artesanos que realizan cestería utilizando fundamentalmente como materia prima el simbol. La cestería es la actividad a través de la cual se fabrican piezas tejidas con mimbre, junco, simbol, etc, que se utiliza para recoger o llevar ropa, frutas o elaborar piezas

con otras finalidades, como por ejemplo lámparas, sombreros, muebles en fibra vegetal, etc. En este rubro trabajan 54 artesanos.

En menor cantidad, hay artesanos que se dedican a la cerámica y la alfarería. En referencia a la cerámica, se trata fundamentalmente de artesanos que se dedican a la decoración del bizcocho cerámico (pieza cocida sin esmaltar o decorar) o trabajos más complejos con arcilla (moldeado, vaciado, etc.).

En cuanto a la alfarería, es el arte dentro de la cerámica a partir del cual se fabrican piezas elaboradas con arcilla, levantadas a mano o en torno, que se cuecen a 800 a 1.500 grados centígrados. Participan de esta actividad 25 artesanos.

La materia prima para el rubro textil existe en la misma zona de Santa María, lo que facilita su obtención. Aproximadamente 311 artesanos la compran y 65 la obtienen de su propiedad, utilizándose en menor medida el trueque.

Respecto a los destinos comerciales que presenta este rubro de artesanías, se pueden ordenar de la siguiente manera: venta local 139 casos, otros 38, Tucumán 31, Catamarca 15, Córdoba 8, Santiago del Estero 4. En cuanto a los canales comerciales más usados, se citan: acopiador 102 casos, comercios 94, ferias 53. En cuanto a las formas de venta se identificaron 340 casos de ventada de contado y 16 en consignación.

Las autoridades locales infieren que estas cifras demuestran que el producto textil de la zona puede competir en diseño, calidad, precio, disponibilidad, capacidad de entrega, condiciones de venta. Lo que hace falta es tener un mayor conocimiento de las exigencias de los mercados en aspectos como envases primarios y secundarios, búsqueda de nuevos canales comerciales en el país y el exterior.

Descubrir nuevas posibilidades comerciales implicaría para los artesanos la necesidad de propender hacia el asociativismo, que les permita atender adecuadamente dichas demandas.

Existe en el Depto. Una fábrica de hilados y confecciones textiles. Sin dudas la principal actividad artesanal es la textil.

En cuanto a los alimentos artesanales, el censo indica que los destinos comerciales son, el mercado local 10 casos y destinos varios 36 casos. En cuanto a los canales de comercialización, comercios 16 casos, ferias 23, acopiador 2. En referencia a las formas de venta, fundamentalmente se trabaja de contado.

En el rubro cestería el censo indica que los destinos comerciales son, local 22 casos, Tucumán 1, varios destinos 30. Los canales comerciales usados son, acopiador 22 casos, ferias 14, comercio 4. En formas de venta predomina aquí también la modalidad de cobro de contado.

En cerámica, los mercados de destino son, varios 12 casos, local 6, Tucumán 5. Los canales usados son, acopiador 12 casos, comercio 6, varios 3 y ferias 2. La venta de contado también predomina en este caso.

Se trata de un rubro en el que participan pocos artesanos, con escasas posibilidades de competir en comparación con otras localidades de la zona en las cuales la actividad está más difundida.

En términos generales se puede afirmar que los artesanos del Depto. Santa María comercializan su producción fundamentalmente en la región del NOA. Estarían en condiciones de abordar otros destinos si tuviesen información acerca de las características de nuevos mercados, que faciliten una adecuación de la oferta a las exigencias de los mismos.

ACTIVIDAD ARTESANAL	NUMERO DE CASOS
TOTAL	627
Teleras	207
Tapiceros	91
Dulcería	76

Cestería	54
Teleros-Tapiceros	41
Teleros (hilanderas)	33
Cerámica	21
Curtiduría	14
Carpintería	10
Trenzadores	5
Talabartería	4
Teleros (hilanderas)-Tapiceros	4
Vinicultura	3
Dulcería y Vinicultura	3
Instrumentos Musicales	3
Teleros-Muñequería	3
Muñequería	2
Herrería	2
Cerám-Alfar-Mold-Escultura	2
Teleros (rapacejos)	2
Teleros-Dulcería	2
Alfarería	2
Tallista	2
Casos Individuales	12
Otros	29

Hasta aquí la información suministrada por los distintos representantes de las 3 provincias en el grupo de trabajo. Se desprende de ella que aún es necesario continuar con la búsqueda de información, a los efectos de contar con la misma en forma homogénea para las distintas regiones de las 3 provincias que constituyen los Valles Calchaquíes.

Se hizo al finalizar la reunión un repaso de los productos incluídos en el programa y las necesidades de información en cada caso, las que indican a continuación:

-Pimiento para pimentón: Necesidad de contar con una propuesta escrita en la que se identifiquen diversas acciones a fines de consolidar una estrategia que apunte a desarrollar el producto en la región. En la misma deberán verse involucrados los distintos actores que intervienen en todo el proceso, es decir los productores, los molinos, los acopiadores y agentes comerciales, así como también aquellas instituciones, como el INTA, que pueden intervenir en aspectos tales como transferencia de tecnología y provisión de semillas de calidad. El Ing. Raúl Orell, de INTA Amaicha del Valle asumió el compromiso de elaborar el borrador de dicha propuesta, a discutirse en la siguiente reunión.

-Miel: De las informaciones aportadas hasta el momento se puede ver claramente que esta actividad en la región de los Valles Calchaquíes es incipiente, con escasos volúmenes de producción. Deberán identificarse oportunamente estrategias que estén relacionadas con la oferta fraccionada y bien diferenciada por su origen, ya que la competencia por volumen y precio es totalmente inadecuada para dicha oferta de la región.

-Vinos: Se hace necesario profundizar en el conocimiento de la legislación vigente a través de las normas impartidas por el Instituto Nacional de Vitivinicultura, que regula la producción y comercialización de los vinos artesanales. Dado que en la región coexisten bodegas grandes, que han recibido inversiones y tecnología de grandes marcas a nivel mundial junto a pequeñas bodegas familiares, quienes elaboran vinos regionales y artesanales, se decidió de común acuerdo que el programa debería considerar a estas últimas a la hora de definir estrategias para el conjunto.

-Quesos de Cabra: En este caso también se hace necesario continuar con la recolección de información, la que hasta el momento es solo parcial. Existen unas pocas fábricas bien constituidas, que elaboran quesos que tienen como destinos comerciales en algunos casos la propia región, mientras que en otros el producto llega a diversos mercados más importantes tales como las principales ciudades del país. Se deberán considerar a los efectos del programa a todas aquellas producciones, fundamentalmente familiares, que puedan garantizar los requisitos bromatológicos indispensables, e identificar acciones tendientes a consolidarlos como proveedores de materias primas para aquellos

establecimientos que tengan instalaciones y posibilidades comerciales, de manera de poder incorporar al circuito comercial a dichos productores, hoy marginales, de materia prima para la elaboración de productos lácteos con leche de cabra.

-Dulces: En este rubro es necesario continuar la recolección de información, a efectos de identificar a aquellas firmas que posean las habilitaciones pertinentes.

-Anís y Comino: Es también necesario recopilar la información para conocer la localización y los volúmenes producidos.

-Artesanías: Aquí también es preciso completar la información de las 3 provincias y luego seleccionar a aquellos artesanos o grupos constituidos de artesanos que tengan volúmenes y capacidad de oferta que permitan elaborar estrategias para este sector.

Se fijó la siguiente reunión del grupo de trabajo para el 12/09/00 en la ciudad de Santa María-Pcia. de Catamarca.

En Santa María se acordó con los diferentes representantes focalizar el análisis en los principales productos y avanzar con ellos identificando estrategias, para luego ir sumando paulatinamente al resto de los rubros seleccionados.

En tal sentido de común acuerdo se definió al pimiento para pimentón como aquél rubro más representativo de la región, con el cual trabajar en primera instancia.

En la Pcia de Catamarca existen varios molinos de pimiento, con distintas capacidades de molienda. A continuación se mencionan los más representativos con cifras aproximadas de los volúmenes de producción de cada uno.

-Cooperativa de Santa María. Aprox. 100.000 Kgs. Responsable Julio Rueda

-Copim Aprox. 400.000 Kgs. Sr Pérez

-Albornoz. No se consigna volumen. Sr César Albornoz

- Herrero. Aprox. 50.000 Kgs. Sr Roberto Herrero
- Brizuela. Aprox. 20.000 Kgs. Sr Rocha Brizuela
- Tres Changuitos. No se consigna volumen. Sr Gerardo González
- Villarica. Aprox. 150.000 Kgs. Sr. Felipe Salas
- Don Diego. Aprox. 60.000 Kgs. Sr. Rafael Albarracín

En Salta los molinos pertenecen al Sr. Dávalos en la localidad de La Isla y Sanazaro en Cafayate. La firma Aditivos Alimenticios tiene su molino en San Carlos, siendo su representante el Sr. Vargas.

Se definió la necesidad de realizar un taller con los molineros de la región, considerando que en la cadena de valor son precisamente los molinos el eslabón más significativo. El molino recibe la materia prima seca y triturada convirtiéndola en pimentón, listo para ser fraccionado y comercializado en todo el país. Se creyó conveniente escuchar las distintas opiniones de los representantes de la molienda, a efectos de conocer todas aquellas acciones tendientes a mejorar la relación de éstos con la producción primaria hacia atrás, como así también con los fraccionadores, acopiadores y comercializadores hacia adelante.

A los efectos de aprovechar mejor el taller se definieron los ejes temáticos sobre los cuales se debería organizar el debate.

Se definieron entonces tres ejes:

- a) aspectos tecnológico-productivos
- b) aspectos industriales
- c) aspectos del mercado y la comercialización

a) Aspectos tecnológico-productivos

- Disponibilidad y calidad de la materia prima. Principales dificultades
- Relación con los productores
- Aspectos relevantes a mejorar referidos a la calidad de la materia prima

b) Aspectos industriales

- Capacidad instalada y ociosa
- Tecnología utilizada
- Mejoras proyectadas

c) Aspectos del mercado y la comercialización

- Canales de comercialización y usuarios del producto
- Tipo de clientes y destino de la producción. Exigencias
- Presentación del producto

d) Perspectivas de la actividad

Con el temario citado arriba se acordó realizar el taller con los molineros en la misma ciudad de Santa María el 27/09/00, por estar ubicada geográficamente en la región en la que existe la mayor cantidad de molinos de los Valles Calchaquíes.

En la fecha antes citada se realizó el Taller con los representantes de la mayoría de los molinos de la región.

Se acordó ordenar el debate y la discusión de temas siguiendo el temario mencionado arriba, por lo que a continuación se presenta un resumen de las diferentes opiniones vertidas por cada uno de los asistentes:

a) Aspectos tecnológico-productivos:

-El Sr. Diego Acosta de El Recreo-Santa María dice que ellos reciben actualmente 90-95% del pimiento picante y que, por ejemplo La Virginia, está exigiendo pimentón libre de picante.

-El Ing. Raúl Orell sostiene que la clasificación la hace el productor.

-El Sr. Albarracín (socio de Acosta) dice que reciben clasificado en 1ª, 2ª y 3ª. Plantea la necesidad que el Gobierno provea al productor de buena semilla.

-El Sr. Talavera trajo semillas de España y repartió a productores.

-Julio Rueda (Cooperativa de Santa María) plantea la conveniencia de que el productor no produzca ají en la zona pimentonera. Trajeron semilla que no pueden asegurar que sea española, variedad del tipo trompa de elefante.

-El Sr. Talavera dice que en la actualidad el item más valorado es el de grados ASTA.

-La Ing. Gloria Párraga plantea que hoy no hay semilla disponible.

-El Ing. Orell dice que el INTA puede hacer 1.000-1.500 Kgs de semilla. Tienen todo para hacerlo, pero carecen de presupuesto. El precio de venta de INTA ronda \$20/Kg. La española que compraron los molinos tenía un precio de \$607/Kg. INTA tiene para hacer aproximadamente 1,5 Has de cultivo. España no registra ni certifica variedades. Solo Estados Unidos tiene variedades registradas. El material importado (por el cambio de hemisferio) tiene problemas de rendimiento, germinación, etc. En el 1º año. Recién en el 2º año mejora.

Orell plantea que, si hay voluntad de los productores de comprar el material, el INTA en 20 días podría empezar la plantación con ese objetivo. El costo total aproximado de producir aprox. 1.500 Kgs de semilla es de \$2.500 (aprox. 1,5 Has).

-Julio Rueda plantea que, además de incorporar el material de INTA, que según su opinión tiene solo atenuada la presencia del gen que otorga picor, es necesario importar material libre de picor. En pimiento redondo existe material libre de picante.

Plantea que probablemente sea más conveniente buscar de incorporar resistencia a fusariosis al pimiento redondo que quitarle el picor al trompa de elefante.

-La Ing. Gloria Párraga plantea apoyar el programa del INTA-Famaillá, para potenciar los resultados.

-Orell sostiene que ninguna empresa privada se interesa en producir semilla de pimiento para pimentón porque en el mejor de los casos representa aproximadamente 1.500 Kgs de semilla, cada 5-6 años que es el tiempo que el productor lograría autonomía a partir de disponer de semilla buena.

-Julio Rueda plantea la necesidad de crear una entidad del tipo de una fundación, cooperadora, etc, para captar fondos para poner en marcha un programa de producción de semillas.

-Orell se ofrece a hacer las gestiones para identificar las personas en el Valle necesarias para constituir una cooperadora.

-Julio Rueda plantea un programa más amplio, entre otras cosas para generar un banco de germoplasma.

-Albarracín menciona que los parámetros para medir residuos son cenizas totales e insolubles. Insolubles viene dado por la presencia de arena, tierra, etc. Totales es el valor de insolubles más palos, etc, del pimiento, problema de una mala clasificación.

-Orell plantea que los molinos deberían ponerse de acuerdo en la exigencia a los productores en cuanto a la limpieza.

-Vargas menciona que su empresa paga \$025-\$0,30/Kg de pimiento húmedo. Si mejora la calidad se podría aumentar el precio.

-Albarracín dice que el techo del precio al productor está dado por el precio del pimentón importado.

-Rueda menciona que en 1974 CAEMPA (Cámara Argentina e Empresarios de Pimentón y Especias) logró del Gobierno Nacional la prohibición de importar pimentón de España. Si se hiciera pimentón de calidad se podría suplir la necesidad de importación de material de calidad. Anualmente se importan 600.000-700.000 Kgs de pimentón.

-Talavera plantea que sería importante lograr un núcleo empresario que concentre la recepción del material para poder lograr un precio adecuado, con lavado y secado acordes a las exigencias. Afirma que el aroma del pimiento de los Valles es mejor que el murciano.

-Rueda sostiene que los molinos están en capacidad de desplazar al pimentón español. La Cooperativa de Santa María firmó un acuerdo con la Facultad de Ciencias Exactas y Tecnología de Catamarca para certificar la calidad.

-Talavera dice que además se importa entre otras cosas porque España ofrece el producto con una cotización CyF puesta en Argentina a 180 días de plazo, con 180 días adicionales con un 4,5% de interés anual.

b) Aspectos industriales:

-Talavera plantea que, junto a la semilla de calidad, es importante lograr un centro de lavado y horno de secado, donde entreguen los productores y puedan retirar a su vez la materia prima los molinos. Esta figura deberían integrarla los principales molinos. Cada molino debería pagar el servicio de esta central.

Sostiene que se puede competir con España bajando un poco el precio respecto del español, para compensar los bajos intereses del financiamiento español.

No hay problemas de capacidad de molienda. Por el contrario, la molienda se puede incrementar mucho si se incrementa la demanda.

La tecnología usada es molino a piedra en su gran mayoría (molinos Smith).

Copim muele y manda a Tucumán, donde se fracciona.

Aditivos Alimenticios en parte fracciona en atmósfera modificada con nitrógeno, mejorando la conservación.

La Cooperativa de Santa María dispone de un secadero a fuel oil, pero el combustible es necesario traerlo en camión y no hay capacidad de almacenaje. Además es un combustible caro. Se podría hacer a gas También con estufa de secado y llevar la misma a cada finca para secar en el mismo campo del productor. Para el lavado se podría usar una cinta transportadora con agua a presión. Así se podría cosechar y procesar en el momento óptimo de grados ASTA.

Con camiones recolectores de materia prima, que lleven la misma a lavar, se podría elevar el % de 1ª calidad de un 60% a un 80-90%. Este esquema lo deberían implementar los molinos.

C) Aspectos de mercado y comercialización:

Se importa afrecho de oleorresinas, que se utiliza como colorante para mejorar pimentones de baja calidad. Viene de Perú, Bolivia, etc. Se distorsiona fuertemente el mercado, en desmedro de los pimentones de buena calidad.

Los principales clientes de los molinos son los fraccionadores y los frigoríficos. La Cooperativa, Copim y Yuspe fraccionan con marca propia.

Los molinos no satisfacen la demanda del mercado interno. La oferta debe ser de la calidad suficiente para poder desplazar al pimentón proveniente de España y Chile.

Rueda sostiene que se debe fortalecer la producción, la industria y lograrse un sinceramiento con la calidad de la materia prima.

Cree que es utópico buscar canales de comercialización propios. Plantea la posibilidad de usar envases de hojalata de 1 Kg con imágenes de los Valles y marca de la Cooperativa. También envases de hojalata de 10 Kgs con producto destroncado, para competir con el proveniente de España en hojalata.

En Mendoza y San Juan hay empresas que producen pimentón con marca propia y ya están comercialmente en Buenos Aires.

Rueda recalca la necesidad de que alguien actúe como convocante para discutir e implementar un programa amplio, que permita concretar la creación de una entidad a través de la cual entre otras cosas se busque financiamiento para implementar el programa citado.

-Párraga plantea rescatar el programa que tiene el INTA para la macrorregión, en el que el pimentón es un componente.

Rueda insiste en una cooperadora en la que estén presentes los involucrados en el Valle, que sea ejecutiva y específica para el pimentón.

Orell finalmente se ofrece para buscar los estatutos tipo de una cooperadora y actuar como convocante para debatir las pautas a seguir con el objetivo de constituir dicha entidad.

Con esto se da por concluido el debate en el taller destinado a recibir las diversas opiniones de los empresarios vinculados a la actividad de molienda del pimiento para pimentón en los Valles Calchaquíes.

PROGRAMA DE APOYO A PRODUCTOS DE ORIGEN PATAGONICO

INTRODUCCION

La Región Patagónica ocupa una vasta área geográfica de nuestro país, con escasísima población, medida en habitantes por kilómetro cuadrado.

Adicionalmente, dicha población se concentra en pocas localidades, con lo cual esta región presenta la característica de ser bastante despoblada en términos de ocupación del territorio. Existen enormes distancias entre uno y otro conglomerado poblacional importante.

En términos generales, se podría decir que la región presenta una fuerte dependencia del sector energético, a través de la producción de petróleo, gas y energía hidroeléctrica. Esto conlleva a una consecuente dependencia de la marcha y evolución de dicho sector por parte de la mayoría de las economías de la región.

Si se analiza el sector agroalimentario, se puede concluir que el mismo tiene una baja diversificación y por ende alta dependencia de la suerte corrida por aquellos rubros que constituyen la columna vertebral del sector.

Se podría decir también que las provincias de la región tienen, excepto algunos rubros productivos con una importante proyección internacional, una baja diversificación y escasa capacidad de inserción en los mercados externos.

La comercialización presenta una serie de factores limitantes que dificultan las chances de éxito para aquellos productos potencialmente colocables en la propia región, a nivel nacional y en los mercados externos.

Se puede hacer una nómina de los factores limitantes, agrupándolos por tipología, como sigue:

Vinculados a aspectos técnico-productivos:

-Elevados costos de producción, derivados fundamentalmente de la escasa

competitividad de los productores, con altos costos fijos y poca flexibilidad frente a los cambios que deben enfrentar.

-Deficiente utilización de paquetes tecnológicos adecuados, que determinan bajas productividades y pérdidas de producción por problemas de calidad y mal manejo.

-Desconocimiento de normas de calidad vigentes para los mercados de destino.

-Utilización de variedades no siempre adecuadas a los mercados.

-Deficiencias en la presentación de los productos, no adecuándose a los estándares comerciales vigentes.

-Deficiencias en el uso de envases y embalajes.

-Manejo post-cosecha inadecuado a las particularidades de cada producto.

-Escaso desarrollo agroindustrial, con baja participación de los productores en la incorporación de valor a la producción.

Vinculados a aspectos administrativos-comerciales:

-Baja concentración de la oferta de productos, derivada de un individualismo productivo, que dificulta la inserción en los mercados, e implica generalmente estructuras de costos muy elevadas que restan competitividad a los emprendimientos individuales, fundamentalmente en los casos en los que no se alcanzan escalas productivo-comerciales mínimas.

-Insuficiente infraestructura de apoyo logístico a la comercialización, tales como escasa capacidad de frío, almacenamiento, control de calidad y transporte.

-Poca experiencia en el posicionamiento de productos en los mercados a

través de estrategias de marketing.

-Insuficientes estrategias de diferenciación de tales productos, creando una imagen positiva alrededor de cada uno de ellos que permita el acceso a nichos de mercado específicos.

-Existencia de una intermediación que distorsiona y hace desvanecer el potencial de crecimiento de negocios a partir de productos atractivos y competitivos.

-Ausencia de información actualizada sobre los mercados de destino que trae aparejado un efecto nocivo sobre la producción, al imposibilitar una clara identificación de alternativas productivas que permitan una inteligente reconversión y diversificación orientada fuertemente al mercado.

-Escasa información y de poco ágil acceso referida a los precios en los mercados de destino.

Por todo lo expuesto, al hacer un análisis de la oferta de productos patagónicos no tradicionales, se pone de manifiesto que muchos de ellos presentan dificultades comunes en la fase de comercialización. Falta de adecuación a las exigencias de los mercados, desuniformidad en la oferta, escasa penetración en los mercados como productos fuertemente diferenciados provenientes de esta región austral, desconocimiento de los canales de comercialización más adecuados y déficits en el gerenciamiento comercial son algunos de los problemas que comparten.

Salvo las producciones frutícolas del Alto Valle y la producción lanera de la costa y meseta patagónicas, son escasas las ventajas comparativas para la producción agropecuaria en la región. Pueden mencionarse el aislamiento sanitario y algunos valles con condiciones microclimáticas favorables para la obtención de productos de excelente calidad, como hechos ventajosos, pero no compensan los aspectos desventajosos citados.

Este razonamiento, lejos de buscar desmoralizar a quien pretenda llevar adelante un emprendimiento productivo en la región, es simplemente un llamado de atención acerca de todos aquellos aspectos que no deberán soslayarse al momento de planificar la actividad. Muy por el contrario, se pretende resaltar aquellos hechos favorables y positivos sobre los que se deberán construir las ventajas comparativas de la producción patagónica.

Los factores citados obligan a descartar una estrategia comercial para los productos patagónicos basados en una competencia por precios.

Por el contrario, deberá actuarse buscando todas las vías de acceso a una clara diferenciación de la producción austral, asociada siempre al concepto de calidad.

La Patagonia trasciende las fronteras de nuestro país como una región enigmática, de aventureros que con grandes esfuerzos emprendieron sus vidas, logrando conquistar una geografía tan adversa como fantástica. La Patagonia está íntimamente ligada a la idea de ambiente natural, sin contaminación, capaz de producir bienes de excelente calidad y con métodos que guardan mucha relación con tradiciones que se conservan a lo largo del tiempo.

Todo esto le otorga a las producciones patagónicas un halo de identidad propia que debe ser convenientemente resaltado y explotado, para constituirlo en uno de los pilares de sus ventajas competitivas, frente a productos de otras regiones y de cara a los mercados, sean estos internos o externos.

La Patagonia tiene en muchos de sus productores a férreos defensores de la protección del ambiente y la salud humana. Por condiciones naturales, las producciones normalmente se llevan a cabo con escasos niveles de uso de agroquímicos y la industria normalmente tiene el perfil de artesanía.

Si los productos patagónicos deben competir sin una clara diferenciación perceptible a los ojos del consumidor con productos similares de otros orígenes, provistos por grandes agroindustrias orientadas al consumo masivo,

serán escasas las posibilidades de éxito comercial.

Es fundamental por ello lograr una imagen particular, íntimamente ligada a la zona de producción.

Es entonces que resulta altamente interesante desarrollar una estrategia conjunta que permita potenciar las posibilidades de éxito individual.

Para ello se propone la concepción de un emprendimiento que involucre a los productos patagónicos como un conjunto que pueda ser presentado a los mercados como un hecho superador, integrador y más atractivo desde la óptica comercial, respecto de emprendimientos individuales y aislados con productos y productores recorriendo solos un camino hacia la conquista de nuevos espacios en los distintos mercados.

Se pretende lograr que el conjunto constituya una oferta diferenciada de la Región Patagónica, no comparable con similares productos de otros orígenes.

Los productores de estos bienes, salvo excepciones, no han resuelto aún la mejor comercialización en el propio mercado nacional. Si se analiza caso por caso se podrá observar que muy pocos explotan a satisfacción las potencialidades que les brindan los mercados de los grandes centros consumidores, como Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, etc.

La intermediación es normalmente quien se ocupa de llegar a esos mercados, desentendiéndose el productor de esa función, lo que motiva el desconocimiento de las formas de acceder a los mismos.

Esto implica desinformación, que trae como consecuencia un bajo perfil negociador del productor individual frente a quien está en contacto con los mercados.

Al mismo tiempo, si se toman individualmente, cada producto presenta normalmente volúmenes de negocio relativamente pequeños, con lo cual la intermediación suele aplicar márgenes comerciales excesivamente elevados.

Esto trae como consecuencia que los productos llegan a los puntos de venta al público a precios elevados, no como consecuencia de una correcta diferenciación basándose, entre otras cosas en la calidad, sino más bien porque el volumen de cada negocio individual así lo determina.

Lo mismo ocurre desde el punto de vista de la adquisición de insumos, la contratación de fletes, de honorarios profesionales, de servicios de consultoría, etc, por parte de los productores individuales, pagándose valores excesivamente elevados.

Los conceptos enunciados cobran más relevancia aún cuando las expectativas comerciales se orientan también a los mercados externos. Para acceder a los mismos se deberá necesariamente recorrer un camino que lleve al sector productivo a apropiarse del know how no solo comercial, sino también técnico-productivo y agroindustrial, que le consienta de salir en condiciones de competitividad razonables.

Como emprendimiento conjunto, probablemente se facilite también el camino hacia el mercado externo.

En definitiva, parece razonable pensar que un programa con criterios de conjunto facilite emprender acciones tendientes a una mejora en la comercialización de los productos patagónicos en mejores condiciones respecto de aquellas que deberían realizar emprendimientos aislados. Los costos se diluyen, las aspiraciones crecen y, desde la óptica de la demanda, se hace más atractivo analizar una canasta de productos de un origen común, con características de homogeneidad e identidad comunes, que permite pensar en un volumen de negocios potenciado.

COMPLEJO OLIVICOLA EN LAS PROVINCIAS DE MENDOZA, SAN JUAN, LA RIOJA Y CATAMARCA

INDICE

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

METODOLOGÍA

DESCRIPCIÓN DE LA CADENA DE PRODUCCIÓN

Estructura de la cadena de producción

La producción

Identificación de los actores del eslabón producción

Estratificación de los actores

- **Tamaño de las explotaciones**
- **Rendimientos medios**
- **Estacionalidad de la oferta**
- **Sistemas de cultivos. Tecnología aplicada**
- **Rentabilidad media**

La industrialización

- **Identificación de los actores del eslabón industrialización**
- **La producción industrial**
- **Los productos**

La comercialización. El mercado

- **Identificación de actores del eslabón comercialización**
- **El mercado**
- **Oferta y demanda de productos**
- **Proyecciones del mercado y el consumo nacional**

Funcionamiento de la cadena. Algunos aspectos relevantes

Anexo I- Base de Datos

Anexo II- Instituciones relacionadas al Complejo Olivícola

Anexo III- Costos de Producción

Anexo IV- El Contexto Internacional

COMPLEJO OLIVICOLA EN LAS PROVINCIAS DE MENDOZA, SAN JUAN, LA RIOJA Y CATAMARCA

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

El presente documento pretende efectuar un ensayo metodológico acerca de la estructura a adoptar para los estudios sectoriales a realizarse por parte de diferentes expertos, de manera de homogeneizar el tratamiento de las distintas cadenas productivo-comerciales, independientemente de las características propias que cada una de ellas tengan.

Asimismo, bajo el título Metodología se presenta una propuesta metodológica sobre la manera de actuar del Consejo Federal de Inversiones en su vinculación con las distintas instituciones (públicas y privadas), empresas, productores, etc, para ejecutar acciones de apoyo a las mismas. Obviamente la propuesta es hacia el futuro, sin dejar de considerar que es necesario continuar con las acciones que se vienen consensuando en las provincias con diferentes instituciones.

Para el desarrollo del presente estudio se toma como base el documento producido para el Consejo Federal de Inversiones por parte del Ing. Felipe Carlos Jury en Noviembre de 2000, cuyo título es: "Relevamiento sectorial, identificación de empresas y desarrollo de captación de empresarios del sector olivo-oleícola de las Provincias de Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca para el sitio web del CFI".

METODOLOGIA

La metodología propuesta se basa, como punto de partida, en una caracterización de cada cadena productiva, entendiendo por caracterización la descripción de una serie de atributos propios, los que podrían enumerarse como sigue:

-las características de la cadena en cuestión, que la hacen particular en su comparación con otras de distintas regiones, y le imprimen un sello propio que puede identificarla claramente respecto de las demás.

-la definición de su alcance geográfico, pudiendo éste limitarse a una o más provincias. En este punto se delimitará la región bajo análisis de la manera más explícita posible, citando las principales localidades en las cuales se asientan los emprendimientos pertenecientes a cada cadena bajo estudio.

-la identificación de sus actores, siendo éstos los distintos productores, empresas, instituciones públicas y privadas que interactúan en un determinado sector, y le imprimen las particularidades antes citadas.

-la estratificación de los actores, siendo ésta la identificación de las distintas categorías en que pueden subdividirse dichos actores en función de una serie de parámetros, tales como: superficies cultivadas, volúmenes producidos, facturación anual, número de empleados, niveles tecnológicos usados en los emprendimientos, grado de asociativismo y de pertenencia a asociaciones de productores, empresarias, tipo de servicios prestados, etc.

-la comprensión del funcionamiento de la red en la que están involucrados los actores pertenecientes a cada cadena. Determinación de los roles que

desempeñan las instituciones actuantes, sean públicas o privadas, la existencia o no de coordinación interinstitucional, la ingerencia de los actores individuales en las tomas de decisión, las relaciones de poder existentes entre los diversos actores y la lógica del funcionamiento resultante.

-identificación de las estrategias y los proyectos más relevantes en carpeta y/o en ejecución por parte de productores, empresas e instituciones, que permitan conocer la proyección del mismo a futuro.

La información arriba enunciada, ordenada en la forma presentada, servirá para efectuar diagnósticos de la realidad de cada cadena sobre bases consistentes y datos reales y actualizados.

Con toda esta información se podrá encarar la etapa siguiente, cual es la de identificar objetivamente las estrategias de actuación institucional por parte del Consejo Federal de Inversiones.

Dichas estrategias se deberán formular sobre la base del consenso con los actores identificados en la primera etapa, de modo de garantizar la objetividad de las mismas y un aceptable grado de involucramiento en la ejecución de las acciones por parte de dichos actores.

La mejor garantía para actuar objetiva y eficazmente en cada cadena será seguir sistemáticamente con la misma metodología que genéricamente llamamos de eslabonamientos productivos, para lo cual deberá ponerse especial atención en lograr la comprensión integral de la estrategia por parte de cada actor involucrado.

Para cada cadena se deberá establecer, de común acuerdo con los actores

locales, el inicio de actividades, que deberán concretarse a partir de visitas a cada localidad relevante de la región correspondiente.

Se podrá avanzar generando una matriz de información, en la que se describa a los actores existentes, pertenecientes a cada uno de los estratos citados, la cobertura geográfica del sector descrito, su importancia relativa en la región, no solo desde el punto de vista económico, sino también desde el social, es decir considerando también la captación de mano de obra directa e indirecta y la capacidad de la cadena de retener esa mano de obra en la propia región.

Asimismo, deberán describirse las entidades públicas que actúan, propendiendo a la identificación del alcance que tienen dichas entidades sobre el desarrollo de la actividad. También se describirán las entidades privadas existentes, como por ejemplo las asociaciones de productores, las cámaras o instituciones empresarias y toda aquella instancia que genere agrupamientos o diferentes niveles de pertenencia por parte de los emprendedores individuales.

En el caso de que estas asociaciones no sean suficientemente representativas de la cadena productiva de la región en estudio, se deberá hacer un esfuerzo adicional en cuanto a relevar a los emprendedores individuales existentes. Esta situación denotará casi seguramente una ausencia de lineamientos para el sector que suelen emanar de entidades de cúpula que agrupan a empresas o productores.

Esta metodología de trabajo apuntará a caracterizar a la cadena, a través de la descripción de todos los atributos que la misma posee, ya enunciados arriba. En esta caracterización se deberá analizar la situación actual y potencial de la cadena respecto de los mercados a los que se orienta o aquellos a los que

podría acceder,

Sin dudas y dependiendo de cada caso, los mercados a los que ya estén abasteciendo presentan oportunidades aún no explotadas o explotadas con algún grado de deficiencia. Junto a los productores y/o empresas y sus entidades respectivas se podrán analizar las diferentes acciones a impulsar para mejorar y corregir esa performance comercial.

Con mayor razón habrá que impulsar acciones tendientes a facilitar la incursión de la actividad productiva en aquellos ámbitos a los cuales aún no ha accedido. Estos ámbitos pueden ser segmentos del propio mercado local, regional, nacional y finalmente exterior.

Estas acciones deberán ser parte de la estrategia definida para la cadena. Se reitera que dicha estrategia deberá ser consensuada y validada por los propios actores y las entidades (públicas y privadas) que tienen actuación. Es obvio que las acciones a impulsar tendrán en muchos casos implicancia económica, en el sentido que para poner en práctica las mismas, los productores y empresas deberán erogar recursos.

En función de las particularidades de cada cadena, existirán diversas potencialidades comerciales, que permitirán pensar en determinados mercados de destino. Obviamente, cada mercado objetivo tiene sus propias características, las que deberán ser tenidas en cuenta al momento de definir las estrategias y acciones particulares.

En este contexto, es fácil comprender la necesidad de llegar a las mismas a través de un trabajo de conjunto, en el que se vaya avanzando por consensos,

que permitirán por un lado validar las acciones que el CFI impulse y al mismo tiempo para lograr la necesaria exigibilidad en el cumplimiento de las responsabilidades de cada uno.

Estas responsabilidades y roles se deberán discutir en cada caso y deberán formar parte de una matriz en la que converjan acciones, responsabilidades y actores.

Dicha matriz además fijará metas en el tiempo, las que periódicamente se evaluarán, para corroborar el camino seguido o para reorientar o corregir el rumbo en el caso de desvíos no previstos.

En el esquema enunciado, el Consejo Federal de Inversiones deberá actuar como agente articulador de todas esas instancias y facilitador de las mismas. En este sentido, será muy importante que todos quienes participen entiendan los roles de cada uno. Esto fundamentalmente porque el rol que deberán desempeñar los privados involucrados en la estrategia tiene claras aristas de protagonismo.

No sería conveniente, desde la óptica institucional del CFI, poner en marcha un programa en el que los destinatarios no se vean involucrados en el mismo. Se estaría ante un escenario con una elevada incertidumbre en cuanto a que las estrategias planteadas en cada caso podrían no llevarse a la práctica por ausencia o escaso compromiso y participación de los actores a quienes precisamente se destina el esfuerzo.

Esta particularidad en la definición de roles y responsabilidades será conveniente puntualizar y debatir ampliamente al tomar contacto con dichos actores, en el inicio de las relaciones con los mismos.

De todas maneras, se estima muy sano efectuar una permanente revisión del camino recorrido y por recorrer en cada caso.

Otro aspecto que surgirá del análisis sectorial está relacionado con los estándares de calidad de los productos que conforman la oferta del mismo.

Al respecto, se hará necesario contemplar junto al relevamiento de los actores, los patrones de calidad seguidos por el conjunto, patrones que seguramente servirán, junto a otros parámetros, para estratificar a los actores y a la oferta regional.

Los niveles de calidad alcanzados darán una clara idea del estado de desarrollo de las empresas existentes, y al mismo tiempo orientarán acerca de los mercados objetivo que será posible considerar en las estrategias de comercialización.

Se deberá conocer la situación de los actores en lo referente a inscripciones y habilitaciones municipales, provinciales y nacionales que guarden relación con exigencias bromatológicas, industriales y de comercio.

Estos aspectos no podrán soslayarse, ya que son condicionantes básicos a la hora de incursionar en nuevos segmentos de mercado o directamente en nuevos mercados.

Muy por el contrario, quizás muchas veces los aspectos que hagan a la calidad de los productos y de los procesos sean herramientas estratégicas para posicionar la oferta de cada cadena en los mercados objetivo.

De todas maneras e independientemente del estadio en el que encuentre la actividad productiva en materia de calidad de productos y gestión, podrán

implementarse acciones tendientes a una amplia concientización sobre la calidad como estilo de vida y llave para acceder a nuevos y mejores mercados, que, entre otras cuestiones, requieren niveles de calidad cada vez más elevados.

Finalmente, cabe reiterar que en varias de las cadenas en las que se podrá poner en práctica la presente metodología, se han venido desarrollando diversas actividades, tales como Rondas Internacionales de Negocios, Seminarios, Jornadas de Comercialización, Misiones Técnicas y Comerciales al exterior, Talleres, etc.

Estas actividades han permitido al Consejo Federal de Inversiones un heterogéneo grado de relacionamiento con cada uno de dichas cadenas y, por ende, un diverso nivel de conocimiento acerca de sus características, tendencias y potencialidades.

La implementación de la metodología de eslabonamientos productivos se orientará a lograr un homogéneo grado de conocimiento de las cadenas, con la consecuente mejor capacidad para generar acciones que se adecuen a las particularidades y expectativas de cada uno de ellos.

En todos los casos, obviamente esta metodología deberá complementarse con las acciones que el CFI viene manteniendo en las diferentes regiones, que van generando al mismo tiempo líneas de trabajo y compromisos institucionales que es necesario considerar.

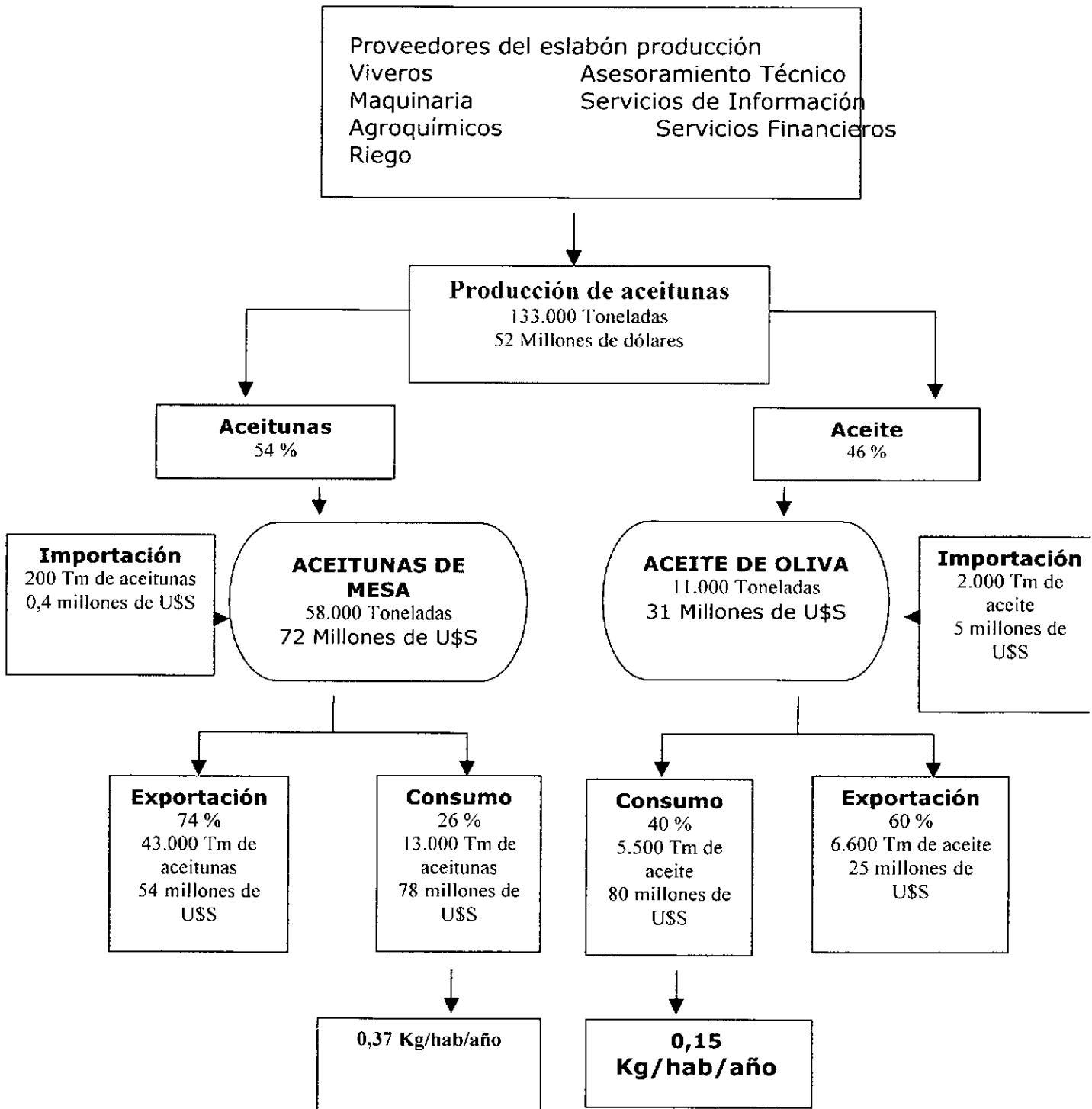
DESCRIPCION DE LA CADENA DE PRODUCCION

Estructura de la cadena de producción-comercialización

En el siguiente cuadro se pueden observar los distintos eslabones que constituyen la cadena de producción-industrialización-comercialización del complejo olivícola en nuestro país

Asimismo, el cuadro presenta el flujo de la materia prima, con sus dos principales destinos, es decir aceitunas de mesa y aceite de oliva. Del mismo modo se observan los destinos comerciales de ambos productos, cuales son el consumo en el mercado interno y la exportación. Se agregan a este cuadro los flujos de importación de ambos productos, donde se puede observar que los valores de importación de aceitunas de mesa son muy bajos, teniendo más relevancia los montos importados de aceite de oliva.

Cadena de Producción y Comercialización – Complejo Olivícola



Fuente: Ing Carlos Jury en base a datos de SAPYA y Arauco 2.000

La Producción

La producción nacional de aceitunas se ha venido manteniendo en estos últimos años en aproximadamente 100.000 toneladas, con variaciones anuales debidas a factores climáticos, el fenómeno de vecería propio de la especie y las fluctuaciones de precios internos e internacionales que afectan directamente la rentabilidad del negocio.

La información estadística disponible presenta diferencias significativas según la fuente, lo que dificulta la posibilidad de contar con cifras precisas vinculadas a los volúmenes producidos, las superficies cultivadas, etc, en las principales provincias productoras.

El presente informe de avance centrará su análisis en las provincias de Mendoza, San Juan, La Rioja y Catamarca, las más importantes en la geografía productiva nacional.

La olivicultura presenta en nuestro país dos facetas muy distintas entre sí. La considerada olivicultura tradicional, con plantaciones de más de 30 años, asociadas a pequeñas explotaciones, con densidades de plantación muy bajas, riego superficial tradicional, baja productividad y bajo nivel de utilización de tecnología moderna disponible para la explotación. En contraposición a ella se encuentra la olivicultura moderna, que ha sido fundamentalmente impulsada por la Ley Nacional 22.021 de Promoción Agrícola. Esta ley permitió a distintos sectores diferir el pago de impuestos nacionales por un período de 16 años para el caso del olivo. Esto permitió la expansión explosiva del cultivo en las provincias beneficiarias: San Juan, Catamarca y La Rioja y en menor medida (limitada a algunos departamentos provinciales) en Mendoza.

Las características sobresalientes de este tipo de explotaciones son: utilización de nuevas variedades aceiteras o de doble propósito de origen español, italiano o israelí, mayores densidades de plantación, nuevos sistemas de vegetación, riego por goteo o microaspersión, fertilización microasistida, poda y cosecha mecánica, etc.

A Diciembre de 1999 la superficie plantada con olivo en la Argentina es la siguiente:

Superficie plantada con olivos en el país por provincias
Diciembre de 1999
 -en Has-

Provincia	Superficie plantada		
	Tradicional	Con diferimientos	Totales
Mendoza	13.700	300	14.000
Córdoba	5.000	S/D	5.000
San Juan	4.800	6.500	11.300
La Rioja	2.900	17.000	19.900
Buenos Aires	1.800	0	1.800
Catamarca	1.400	19.000	20.400
Total	29.600	42.800	72.400

Fuente: Dirección Nacional de Alimentación

A esto habría que agregar las nuevas plantaciones realizadas por fuera del régimen de diferimientos impositivos, que suman aproximadamente 1.500 Has más. Asimismo, hay proyectadas nuevas plantaciones en San Rafael-Mendoza por 7.000 Has y en el Valle de Lerma-Salta por 2.000 Has. De este modo las proyecciones que se efectúan para el año 2010 hacen prever una superficie total plantada de alrededor de 115.000 Has.

De este total, 31.500 Has en Catamarca, 29.900 Has en La Rioja, 22.140 Has en Mendoza, 18.680 en San Juan y 6.700 Has en Córdoba.

De todas maneras, existen algunos factores que estarían incidiendo negativamente en el crecimiento de las explotaciones, tales como mayores exigencias de las autoridades nacionales en lo concerniente a avales y garantías para otorgar los diferimientos, falta de plantines con variedades mejoradas disponibles localmente, escasez de estudios de adaptación del

material genético importado, explotaciones en zonas con fuertes vientos, escasa disponibilidad de agua de riego superficial, elevada erosión y deficitaria infraestructura de caminos y electricidad.

Todos estos factores harían desistir algunos emprendimientos en marcha, por lo que se estima que la superficie total llegaría a unas 75.000 Has, es decir prácticamente la superficie alcanzada en la actualidad.

Con la legislación de promoción agrícola se verificó en la olivicultura un importante cambio en la geografía productiva. Es así que, salvo Mendoza, que detentaba el primer lugar como productora de aceitunas en nuestro país, se incorporan fuertemente las provincias de Catamarca, La Rioja y San Juan como principales áreas productoras. Se ha producido un cambio en el ranking, el cual se materializará en la medida que entren en producción todas las plantaciones nuevas realizadas en las provincias mencionadas.

Si consideramos 3 de las 4 provincias bajo estudio, excluyendo Mendoza, vemos que San Juan, Catamarca y La Rioja son las responsables del crecimiento experimentado por la olivicultura moderna en nuestro país. Es así que, sin considerar Mendoza, mientras las restantes 3 provincias representaban poco más del 30% de la superficie plantada tradicionalmente, son responsables de más del 99% de la superficie plantada al amparo de los diferimientos impositivos y más del 71% de la superficie total plantada en el país.

Por ende, la sumatoria de las 4 provincias bajo análisis, explican buena parte de los cambios sucedidos en la olivicultura argentina en los últimos años, siendo al mismo tiempo las protagonistas de lo que sucederá a este sector productivo en el futuro.

Identificación de los actores del eslabón producción

Por no contarse a la fecha con la información necesaria, el presente informe de avance no contará con una acabada descripción de los distintos actores

intervinientes en la cadena productivo-comercial correspondiente al complejo olivícola de nuestro país.

De todos modos, se puede a priori citar genéricamente a los diferentes tipos de actores, que constituyen los eslabones de la cadena.

En primer lugar se encuentran los productores, responsables de la producción primaria de aceitunas, quienes a su vez son destinatarios de los productos y servicios provenientes de una serie de proveedores de insumos de diversa índole.

Entre estos últimos se pueden mencionar a los viveros proveedores de plantines, los proveedores de maquinarias para la explotación agropecuaria, los proveedores de agroquímicos utilizados en el cultivo, los proveedores de equipos de riego y tecnología para la utilización del agua en las explotaciones, los oferentes de servicios de asesoramiento técnico, de información y finalmente el sistema que ofrece financiamiento al sector primario.

Existen intermediarios que se encargan de actuar como nexos entre la producción primaria en manos de los productores y la industria que elabora las aceitunas.

En el Anexo I del presente informe de avance se incluye una base de datos conteniendo una nómina de persona físicas , empresas e instituciones que conforman los distintos eslabones de la cadena de producción-industrialización-comercialización del complejo olivícola.

Asimismo, en el Anexo II en forma complementaria a dicha base de datos, se adjunta una nómina de entidades públicas y privadas que operan en nuestro país, vinculadas a la actividad olivícola. Estas instituciones operan sobre la cadena con ópticas diferenciales, pudiendo tratarse de organismos técnicos de apoyo al sector, cámaras empresarias, asociaciones de productores de aceitunas, instituciones oficiales provinciales y nacionales, institutos privados de investigación, etc.

Estratificación de los actores

Si bien falta información referida a la estratificación de los diferentes actores involucrados en la cadena, a continuación se mencionan algunas características distintivas del eslabón correspondiente a la producción primaria, es decir a los productores de aceitunas, fundamentalmente en aquellas provincias con diferimientos impositivos.

-Tamaño de las explotaciones

En cuanto al tamaño medio de las explotaciones, se hace necesario analizar por separado las unidades productivas existentes bajo el sistema tradicional de aquellas plantaciones surgidas bajo el régimen de los diferimientos impositivos.

En lo que se refiere a plantaciones tradicionales la Provincia de Mendoza es la que mayor superficie posee, ya que de las 13.700 Has de olivo el 85 % corresponde a olivares de más de 30 años. Alrededor del 61 % de estas plantaciones son montes puros, estando el 39 % restante consociados con otros cultivos o formando parte de cortinas rompevientos. Se calcula que solamente el 20 % de estos cultivos de monte puro superan las 20 Has, estando el resto conformado por parcelas de alrededor de 5 Has a 10 Has. Las Provincias de Córdoba, San Juan y La Rioja presentan una estructura parcelaria netamente minifundista con preponderancia de parcelas inferiores a las 10 Has.

Por tratarse de superficies menores a la unidad económica mínima para considerarlas rentables, los montes en general están descuidados, con escasa aplicación de nuevas tecnologías y producciones desparejas.

Las nuevas plantaciones de menos de ocho años presentan características diferentes:

Distribución parcelaria de los diferimientos impositivos por Provincias
Diciembre de 1999

-en Has-

Superficie	Provincias						Totales	
	San Juan		La Rioja		Catamarca			
Hasta 150 Has	77	83,7 %	86	62,7 %	77	69,4 %	240	70,6%
De 151 a 250 Has	10	10,9 %	27	19,7 %	20	18,0 %	57	16,8 %
De 251 a 350 Has	3	3,2 %	13	9,6 %	2	1,8 %	18	5,3 %
De 351 a 500 Has	1	1,1 %	6	4,4 %	6	5,4 %	13	3,8 %
Más de 500 Has	1	1,1 %	5	3,6 %	6	5,4 %	12	3,5 %
Total	92	100,0 %	137	100,0 %	111	100,0 %	340	100,0 %

Fuente: Felipe Carlos Jury con datos de las Secretarías de Producción y Desarrollo de las Provincias de San Juan, La Rioja y Catamarca

Como podemos ver el 70 % de las parcelas productivas tienen menos de 150 Has, pero el 70 % de las mismas supera las 50 Has.

- Rendimientos medios

En cuanto a los rendimientos medios de las explotaciones hay que separar los valores históricos de los cultivos tradicionales de los rendimientos medios esperados de las nuevas variedades utilizadas en los diferimientos impositivos.

Tomando los valores de la superficie cultivada y cosechada de los últimos diez años llegamos a un rendimiento medio anual promedio de 4 a 5 Tm por Ha.

Para los nuevos cultivares se espera obtener rendimientos promedios de 8 a 9 Tm/Ha, es decir el doble del actual. Si tomamos una superficie actual de 44.000 Has de plantaciones nuevas y 30.000 Has de cultivos mayores de 30 años, ponderando sus producciones promedio obtenemos un rendimiento medio de 7,5 Tm/Ha.

- Estacionalidad de la oferta

Respecto de la estacionalidad de la producción, el período de cosecha de la aceituna es muy amplia, dependiendo del destino que se le dé: si es para consumo en fresco la época de cosecha comienza a partir del mes de diciembre, antes de la entrada a envero del fruto, finalizando en el mes de mayo o junio. El período de mayor cosecha es entre los meses de enero a mayo, dependiendo de las condiciones climáticas y características agrometeorológicas de la región que se trate.

- Sistemas de cultivos. Tecnología aplicada

Debemos aquí también hacer la distinción entre los cultivos tradicionales y las nuevas plantaciones efectuadas a partir de 1.992.

a) Cultivo tradicional: en general se aplica riego artificial con agua de río o subterránea o mixta, con distancias de plantación excesivas: 7x7, 8x7, 7x6, que representan bajas densidades de plantas por Ha; la poda y la cosecha se hacen en forma manual y prácticamente no se realiza fertilización. Las variedades más utilizadas son la Arauco, Arbequina, Empeltre, Farga, Manzanilla y Ascolano.

b) Plantaciones nuevas: con la utilización de modernas tecnologías, estos cultivos tienen mayor densidad de plantas por Ha, con distancias de

plantación

menores, riego artificial por goteo o microaspersión, fertilización asistida y la realización de poda y cosecha mecánicas.

La selección varietal es uno de sus aspectos más sobresalientes, importándose material genético de España, Italia e Israel como las variedades Arbequina, Frantoio, Leccino, Picual, Pendolino, Manzanilla de Sevilla Fina, Manzanilla Real, Ascolano, Arbosana, Barnea, Carolea, Coratina, Empeltre, Farga, Kadesh, Kalamata, Maurino, Maraiolo, Novo, Picholine, Santa Katarina y Sirio, principalmente. Además se utilizaron ejemplares de origen nacional como Arbequina, Frantoio, Empeltre, Changlot Real, Picual y Leccino.

Es necesario aclarar que la vecería no tiene relación directa con la tecnología empleada en el cultivo de la aceituna, sino que es una característica de la especie *Olea europaea*. Si bien hay prácticas culturales que tienden a minimizar este fenómeno como podas de rebaje, fertilización, riegos adecuados en distintas épocas del año, etc, aún en los principales países productores a nivel mundial se ven afectadas sus cosechas por este factor. Pero también hay que tener en cuenta que las producciones de aceituna en nuestro país tienen grandes variaciones entre campañas debido también a factores climáticos y a los precios internos percibidos por el productor, los que determinan el laboreo realizado al cultivo. Los aspectos tecnológicos más relevantes de las nuevas plantaciones son las nuevas modalidades de plantaciones del cultivo, riego por microaspersión o goteo, fertilización asistida, utilización de nuevas variedades, poda y cosecha mecánica, fundamentalmente.

- Rentabilidad media

En lo que se refiere a costos de producción, no se pudieron obtener estudios o análisis de costos de implantación o producción de olivo a nivel oficial, tanto en organismos nacionales como provinciales específicos, excepto el proporcionado por la Provincia de San Juan, del cual se utilizaron los valores más importantes. Dichos costos se adjuntan en el Anexo III. Los costos de producción varían si se trata de cultivos tradicionales o nuevas plantaciones, sobre todo si se utiliza riego subterráneo o superficial, y si la cosecha se realiza en forma manual o mecánica. Los cultivos tradicionales por su longevidad ya han amortizado el costo de implantación, no así los nuevos cultivos. Según datos obtenidos de empresas que poseen diferimientos, si bien el costo de plantación hasta el 10º año es de U\$S 20.000 por Ha., se estima que oscila entre los U\$S 6.000 y los U\$S 25.000 por Ha., según la tecnología utilizada, la localización de la plantación, etc.

Según el estudio de costo operativo realizado por el Instituto de Economía Agropecuaria de la Provincia de San Juan los principales valores obtenidos son los siguientes:

Cultivo: olivo

Destino: aceituna de mesa y/o aceite

Distancia de plantación: 6 m. x 6 m.

Tipo de riego: mixto

Cosecha: manual

<u>Rendimiento por Ha:</u>	<u>Costo por Ha:</u>
6º Año: 1.250 Kg.	1º Año: \$ 3.429,42
7º Año: 3.000 Kg.	2º Año: \$ 849,53
8º Año: 4.250 Kg.	3º Año: \$ 601,76
9º Año: 5.940 Kg.	4º Año: \$ 607,17

10º año. 8.100 Kg.

5º Año: \$ 677,63

6º Año: \$ 784,68

7º Año: \$ 875,54

8º Año: \$ 1.136,72

9º Año: \$ 1.268,15

10º año y subsig: \$ 1.364,53

En este estudio es importante destacar que la cosecha está considerada con un costo de \$ 117 a \$122 por Ha, dependiendo de la producción. Según valores obtenidos en las Provincias de La Rioja y Mendoza en la última campaña se pagó a razón de \$ 0,10 por kilo. Es decir que para una producción media de 6.000 Kg/Ha, el costo de cosecha sería de \$ 600/Ha.

Por otra parte en el Simposio Arauco 2000, el INTA de Catamarca presentó un trabajo sobre rentabilidad de cultivos bajo diferimientos cuya TIR sería superior al 18 % anual con superficies superiores a 200 Has, con rendimientos medios de 8 Tm/Ha y un valor de la aceituna superior a los \$ 0,58 por Kg.

La presentación y discusión de este trabajo fue objeto de críticas y objeciones por los presentes por tener valores hipotéticos poco reales y escenarios poco probables, lo que le resta utilidad como referencial de un análisis serio de rentabilidad.

En el tema precios pagados al productor por la materia prima, no existen registros oficiales de los mismos ni a nivel nacional ni provincial, por lo que no pueden realizarse series estadísticas de los últimos diez años. Por otra parte, al no haber un mercado internacional de esta materia prima, los precios internacionales en nuestro país solamente son tomados como valores referenciales, toda vez que en esta actividad los formadores de precios son las grandes empresas elaboradoras de aceitunas de mesa y aceite de oliva, las

cuales actualmente compiten entre sí por la materia prima. Otro factor que también influye en este aspecto es que la principal variedad que se produce actualmente es la Arauco, que se utiliza para doble propósito, determinando su destino la calidad de la misma. Ello explica la gran amplitud existente en los precios pagados entre las provincias productoras, y a lo largo de una misma campaña. Solamente la Provincia de Mendoza tiene un programa de recopilación de precios pagados al productor a cargo del Instituto de Desarrollo Rural (IDR), implementado recién a partir de la campaña 1996/97.

Los precios de la aceituna son muy diferentes si se destina a la industria aceitera o para elaboración de aceitunas de mesa. En estas últimas el precio histórico se ubica en los \$ 0,70 el Kg. En la temporada 1.998/99 se pagó entre \$ 0,80 y \$ 0,90 el Kg; pero en la temporada 1.999/2.000 bajó a \$ 0,50 el Kg. Según datos del Instituto de Desarrollo Rural (IDR) Mendoza la evolución de precios en pesos pagados al productor de aceitunas en fresco en el período 1.996/99 fue el siguiente:

<u>temporada</u>	<u>Máximos y mínimos</u>	<u>Promedio</u>
Ciclo 1.995/96:		
Aceite	1,00	1,00
Conservas	0,50	0,50
Ciclo 1.996/97:		
Aceite	0,67-0,82	0,70
Conservas	0,55-0,70	0,60
Ciclo 1.997/98:		
Aceite	0,46-0,73	0,60
Conservas	0,27-0,32	0,30
Ciclo 1.998/99		
Aceite	0,17-0,33	0,27
Conservas	0,60-0,70	0,65

Según la Dirección Nacional de Alimentación de la SAGPyA en la última campaña (1.999/2.000) los precios pagados a los productores variaron

sensiblemente de acuerdo a la provincia que se trate: en Mendoza debido a la escasa cosecha las aceitunas para conservas se pagaron entre \$ 0,60 y \$ 1,10 por Kg de acuerdo a la variedad. En San Juan con una cosecha inferior al 50 % de la producción normal las aceitunas para conserva se pagaron entre \$ 1,20 y \$ 0,70 por kilo; las variedades aceiteras se pagaron entre \$ 0,35 y \$ 0,45 el kilo. La Rioja vendió la poca Arauco que había en buenas condiciones con precios que oscilaron entre los \$ 0,80 y \$ 1,00 por Kg. Sin embargo fuentes consultadas en la Provincia dieron para la misma variedad solamente \$ 0,30 el kg.

Podemos decir que los precios percibidos por el productor es para variedades aceiteras de \$0,17 a \$ 0,35 el Kg, según las zonas y variedad, con un valor promedio de \$ 0,27 por kilo. Para las variedades de mesa o doble propósito es en promedio de \$ 0,45 por Kg. Si consideramos que la producción tradicional presenta rendimientos medios de 4 Tm/Ha, y cultivos medios fundamentalmente inferiores a las 10 Ha, la rentabilidad de esos cultivos es negativa, sobre todo si consideramos que solamente el costo de la cosecha manual le sale al productor \$ 0,10 por kilo. Es decir que para este sector no hay posibilidades de continuar produciendo si no se reorienta o reconvierte su producción.

Otro dato importante es que. actualmente el precio internacional de la aceituna para conserva es de U\$S 0,35 a U\$S 0,55 el Kg, según se destine a aceite de oliva o a aceitunas de mesa.

La industrialización

-Identificación de los actores del eslabón industrialización

La producción de aceitunas se destina a la elaboración de aceite de oliva y a la preparación de aceitunas de mesa. Si bien hasta hace unos pocos años se consideraba que estas actividades eran complementarias y no competitivas, hoy se considera que dada la gran variación en las cosechas y la importante cantidad de variedades doble propósito en producción, existe una verdadera competencia por la materia prima nacional entre ambas actividades. Hasta mediados de la década del 90 la producción se destinaba en partes iguales a la elaboración de aceite y de aceitunas de mesa. Actualmente esta proporción varió, existiendo un 60 % de plantaciones con variedades aceiteras o de doble propósito y un 40 % para conservas.

La olivicultura tiene dos destinos: producción de aceitunas en conserva y producción de aceite de oliva. En nuestro país el panorama según destino de la producción y tipo de explotación es como se observa en el siguiente cuadro:

Superficie plantada con olivos por destino de la producción **Diciembre de 1999**

-en Has-

Plantaciones	Destino				
	Aceite	%	Conservas	%	Totales
Tradicionales	11.800	40	17.800	60	29.600
Nuevas con diferimientos	30.000	70	12.800	30	42.800
Nuevas sin diferimientos	1.000	67	500	33	1.500
Total	42.800	58	31.100	42	73.900

Fuente: Dirección Nacional de Alimentación

Se desprende de lo dicho hasta ahora y de los cuadros que la nueva olivicultura en la Argentina tiene características diferenciales bien marcadas respecto de la olivicultura tradicional en nuestro país.

Más allá de las diferencias en cuanto a superficies medias de las explotaciones, tecnología utilizada, etc, la actividad tradicional se orienta fundamentalmente a la elaboración de aceitunas en conserva (60%) y en menor medida a la obtención de aceite de oliva (40%). En el caso de la olivicultura impulsada por la ley de diferimientos impositivos se puede observar que está orientada fuertemente a la producción de aceite de oliva (70%).

En la etapa industrial se identifican dos actividades bien diferenciadas, pudiendo coincidir o no, dependiendo el caso, con los mismos actores. Se trata de la elaboración de aceitunas en conserva y de los fabricantes de aceite de oliva.

En esta etapa existen otros actores que actúan, tales como proveedores de insumos, tales como productos químicos, envases, maquinarias e insumos varios.

Estos eslabones (productores de aceitunas y de aceite de oliva) a su vez se relacionan con el mercado directamente distribuyendo sus productos o a través de otros actores intermediarios, las empresas distribuidoras.

- La producción industrial

Se consideran separadamente las aceitunas de mesa y el de aceite de oliva:

a) Aceitunas de mesa:

La producción nacional de aceitunas en conservas está entre 50.000 y 55.000 Tm, dependiendo estos volúmenes de la disponibilidad de materia prima, tanto en lo que respecta a la cantidad como a la calidad. La producción de la campaña 1.998/99 fue estimada en 58.000 Tm, siendo la principal variedad utilizada la Arauco, que por tener ciertas características negativas, como un

carozo poco prisco (muy pegado a la pulpa) y algo doblado no favorece el proceso de descarozado, presentando inconvenientes para su industrialización. En cambio el ecotipo Arauco Riojano tiene aceitunas con carozo de forma más regular y más prisco, facilitando el descarozado.

b) Aceite de oliva:

La Argentina es el principal productor de aceite de oliva de América del Sur. El aceite producido en el país es de excelente calidad, pero por no clasificarse por sus características organolépticas como se efectúa en los principales países productores no es fácilmente comercializable en el exterior. El rendimiento medio de las variedades aceiteras argentinas es del 12 % promedio. La producción nacional actualmente está en 9.200 Tm promedio. La producción de aceites de oliva en miles de Tm en el período 1.993/99 fue la siguiente:

Año	1.992	1.993	1.994	1.995	1.996	1.997
1.998	1.999					
Producción		9	10	8	9,5	7,5
	11,5	6,5	11			

La disponibilidad de materia prima constituye todavía un factor condicionante del volumen elaborado, especialmente por el fenómeno de vecería del cultivo y factores climáticos. El sector industrial adquiere la materia prima principalmente a terceros (acopiadores) aunque también compra importantes cantidades a productores.

- Los productos

Los productos actualmente elaborados son:

- Aceitunas verdes: elaboradas en base a la fermentación de los frutos verdes y envasadas en salmuera
- Aceitunas negras: están elaboradas con frutos maduros con un color violáceo intenso o negro uniforme, fermentadas en contacto con el aire y envasadas en salmuera.
- Aceitunas negras tipo californiano: preparadas con frutos semimaduros (en envero), son fermentadas y tratadas con soda cáustica (hidróxido de sodio), aireadas y envasadas en salmuera.
- Aceitunas negras tipo griego: están preparadas con frutos en su máximo grado de madurez, deshidratadas y envasadas en salmuera.

En cuanto a la elaboración de aceites, la industria obtiene los siguientes productos:

I. *Aceite de Oliva Virgen*: es el obtenido exclusivamente por procedimientos físicos, por extracción por presión, en condiciones de temperatura que no impliquen alteración del aceite. Es un producto natural que conserva el sabor, los aromas y las vitaminas de la fruta que le dio origen. De acuerdo al grado de acidez libre se clasifica en:

- a) **Extra:** presenta un sabor y aroma excepcional y posee una acidez expresada en ácido oleico inferior al 1 %. Es el de mayor calidad.
- b) **Fino:** de gusto irreprochable, tiene una acidez ubicada entre 1 % y 1,5 a 2 % de ácido oleico. Aunque es de calidad inferior al anterior, es excelente para el consumo.
- c) **Semifino o común:** su acidez se sitúa ente 1,5/2 % y 3,3 % de ácido oleico. En algunos países no está permitido su uso para consumo humano.
- d) **Lampante:** con una acidez superior al 3,3 % y con un máximo del 5 %, presenta una o más de las siguientes características: mal gusto, gusto rancio, mal olor y turbiedad. No están autorizados para el consumo humano ni para usos bromatológicos.
- e) **Aceite de Oliva Refinado:** es el aceite producido por presión, pero que no alcanza un perfecto sabor o no contiene un elevado grado de acidez (inferior al 0,3 %). Es el aceite obtenido de la refinación por procedimientos químicos de aceites de oliva vírgenes de elevada acidez. Estos aceites han perdido sus características organolépticas (color, aroma y sabor) y sus propiedades naturales .

II. Aceite de Oliva Puro: es una mezcla de aceites de oliva vírgenes distintos al lampante y al de oliva refinado, con una acidez inferior al 1 % según la Norma IRAM o 1,5 % según el Código Alimentario Argentino (es el más consumido en España).

III. Aceite de Orujo Crudo de aceitunas para usos industriales: es el aceite obtenido por extracción por medio de disolventes de orujo de oliva (un subproducto de la aceituna molida), que no ha sido sometido a procesos de refinación, con exclusión de los aceites obtenidos por procedimientos de reesterificación y toda mezcla de aceites de otros orígenes. No está autorizado para el consumo humano ni para usos bromatológicos.

IV. Aceite de Orujo Refinado: es el obtenido por extracción del aceite de orujo crudo y con una acidez no superior al 0,3 % que ha sido neutralizado, blanqueado, desodorizado y desmargarinado.

Las características físicas y organolépticas del aceite de oliva (acidez, color, aroma, sabor y textura) presentan variaciones de acuerdo a las variedades de aceitunas utilizadas, a las características del suelo y el clima de la región donde se producen, y al proceso industrial utilizado. También son factores que modifican éstas características las plagas y enfermedades que atacan a las aceitunas.

En nuestro país la Norma IRAM 5523/94 establece que en los aceites comestibles no se admiten colores, olores, ni sabores distintos de los característicos, a excepción de los aceites virgen lampante y el de orujo de aceitunas para usos industriales.

El aceite de oliva está totalmente tipificado. El COI establece que aceite de oliva es el obtenido de la extracción del fruto del olivo, es decir de la aceituna. Se obtiene fundamentalmente a partir del fruto entero y exclusivamente mediante procedimientos mecánicos y técnicos adecuados, y purificado solamente a través del lavado, sedimentación, filtrado y/o centrifugado.

Desde el punto de vista de su composición química podemos decir que está integrado por dos grandes grupos: fracción saponificable y fracción insaponificable. La primera está constituida por triglicéridos (ésteres de ácidos grasos y glicerina), y ácidos grasos libres. Entre los ácidos grasos más abundantes se encuentra el monoinsaturado oleico, y en menor proporción los

ácidos poliinsaturados linoleico y linolénico. Estos últimos se encuentran en cantidades similares o menores a las de otros aceites.

La fracción insaponificable está integrada por terpenos y compuestos esteroídicos, que representan un porcentaje inferior al 1,5 % de la composición total del aceite, y poseen gran importancia desde el punto de vista del valor biológico. Los carotenos presentes constituyen la provitamina A del aceite, siendo responsables junto a la clorofila del color verde amarillento de éste. El contenido en clorofila es muy pequeño, por lo que el aceite se oxida fácilmente y es muy sensible a la luz. También contiene tocoferoles (vitamina E). Entre los esteroides presentes se destaca el beta-sitosterol, que interfiere competitivamente en la absorción intestinal del colesterol.

Otros componentes del aceite de oliva cuya presencia ofrecen ventajas respecto a aceites de otros orígenes son los compuestos fenólicos, que influyen en su calidad, especialmente en la estabilidad frente a la autooxidación y en sus propiedades organolépticas; durante el proceso de refinamiento del aceite se pierden la mayor parte de estas sustancias.

Posee además numerosos compuestos volátiles responsables del aroma especial que lo caracteriza, como alcoholes, cetonas, ésteres, etc..El aceite de oliva refinado pierde gran parte de los compuestos de la fracción insaponificable durante la refinación, por lo que si bien se mantiene o no se afecta gravemente su valor energético, sí se ven afectados muy negativamente algunos aspectos de su valor biológico. Además se forman compuestos como

derivados trans, radicales libres, peróxidos y ácidos grasos conjugados, que pueden resultar nocivos para el ser humano.

La comercialización. El mercado

- Identificación de actores

La puesta a disposición del consumidor final está a cargo de diferentes actores, de los que los supermercados e hipermercados son los principales responsables, quedando en un segundo plano los negocios tradicionales como despensas, los negocios de especialidades o productos gourmets. Un caso de importancia relevante lo constituye el eslabón de consumidores institucionales, tales como restaurantes y hoteles, a quienes llega el producto final normalmente en presentaciones acordes a su demanda.

- El mercado

El consumo argentino de aceitunas de mesa, de alrededor de 500 gr per cápita en la década del 70 bajó a un consumo actual de 350 gr a 400 gr por habitante/año. En cambio los principales países consumidores de la Cuenca del Mediterráneo tienen un consumo per cápita de 2,5 a 3 Kg/hab/año. Brasil tiene un consumo de 120 gr/hab/año. En nuestro país el consumo interno representa de 12.000 a 15.000 Tm de aceitunas de mesa por año.

El consumo de aceite de oliva en Argentina en el año 1.999 se estimó en 5.500 Tm, representando un valor estimado de 80 millones de dólares. El consumo

medio per cápita fue de 150 gr/hab/año, presentando una demanda algo creciente. El consumo mundial alcanzó en el mismo año los 2,4 millones de Tm, que representó un incremento del 20 % respecto al promedio del quinquenio anterior. Esta tendencia creciente del consumo permite suponer que la totalidad del aceite de oliva a producir en el próximo quinquenio en el mundo sería absorbido por los países consumidores. Los principales países consumidores tienen un consumo per cápita que va desde los 11 Kg/hab/año para España e Italia, a los 14 Kg/hab/año de Grecia.

En los últimos años el consumidor argentino comenzó a apreciar la calidad del aceite de oliva y a identificar los tipos de aceites que hay en el mercado:

Vírgenes y Extra Vírgenes para ensaladas y los puros para cocinar o freír. Esto se vio favorecido por la aparición de nuevos productos en el mercado como los aceites saborizados, el queso y las aceitunas en aceite de oliva y la mayonesa hecha con aceite de oliva. Por todas estas razones el consumo se quintuplicó al pasar de 0,030 Kg/hab/año en 1.990 a los 0,150 Kg/hab/año en 1.999. Se espera que este valor llegue a 0,450 Kg/hab/año en el año 2.006.

Los principales factores que están incidiendo, además de los señalados, en este aumento de consumo son:

- Los efectos benéficos para la salud humana.
- Una mayor promoción de su consumo por parte de organismos nacionales e internacionales.
- Mayor diversificación en la oferta de productos y de precios; como la empresa Molinos que puso recientemente en el mercado nacional "Cocinero Oliva", aceite Virgen Fino de menor precio que el tradicional "Lira Oliva", Virgen.

- Oferta y demanda de productos

En aceitunas de mesa la Argentina es el cuarto exportador mundial, aunque las variedades nacionales y las características de su elaboración no le permiten el ingreso a nuevos mercados.

Las perspectivas de colocación de nuestros productos es buena, si se tienen en cuenta que la progresiva disminución de los stocks de aceitunas a nivel mundial restringió el consumo en los principales países productores, que a la vez son los principales consumidores, aunque el volumen mundial continúa creciendo sostenidamente, sobre todo debido a la expansión de países no tradicionales. Si bien Argentina ocupa el 10º puesto como productor mundial, y el 3º ó 4º lugar como exportador según la campaña, su importancia como exportador radica en que los principales productores destinan mayormente su producción al mercado externo.

Otro factor a tener en cuenta es que las nuevas plantaciones han utilizado mayoritariamente variedades de muy buena aptitud industrial, de gran demanda en el mercado internacional, como la Manzanilla, Manzanilla Real y Empeltre. Además se deberá considerar las tendencias actuales a nivel internacional de consumir productos descaroizados, en rodajas o pulpa de aceitunas.

Las exportaciones argentinas de aceitunas de mesa tienen como destino casi exclusivo el Brasil (95 %), lo que implica una alta dependencia. Las exportaciones argentinas en el período 1993/99 fueron las siguientes:

<u>Cantidades</u>	<u>1.993</u>	<u>1.994</u>	<u>1.995</u>	<u>1.996</u>
<u>1.997</u>	<u>1.998</u>	<u>1.999</u>		

Miles de Tm		38	37	39	37	39
41,5	43					
Millones de U\$S		38	42	65	68	68
65	53					
U\$S/Tm		1.000	1.160	1.700	1.800	1.750
1.600	1.260					

Fuente: INDEC

Los precios pagados en el período considerado tuvieron su máximo valor en el año 1.996, comenzando a partir de allí una caída sostenida, a pesar del aumento progresivo de nuestras exportaciones. Estas fluctuaciones se debieron a la evolución de los precios internacionales. Más del 90 % de las exportaciones se realizan fraccionadas en envases de vidrio de 200 a 500 gr. Respecto a los tipos de productos exportados se advierte una mayor demanda de productos descarozados y rellenos. El 80 % de las aceitunas en conservas exportadas corresponden a la variedad Arauco, no aceptada en mercados muy exigentes, a lo que hay que agregar que la elevada concentración de la salmuera utilizada en el mercado interno no es tampoco aceptada en los principales países consumidores, por lo que se debe trabajar con soluciones salinas más diluidas cuando el producto va a exportación. Las exportaciones a granel se realizan en envases de 150/180 Kg de peso neto.

Otros países importadores de nuestros productos son Uruguay (3%) y Chile (1 %). Las exportaciones a Méjico, República Dominicana y Venezuela son bastantes variables, pero siempre inferiores al 1 %. Las importaciones argentinas están en alrededor de las 100 Tm anuales, siendo el principal país de origen España. Se importan aceitunas rellenas con pasta de anchoas, ajo, almendras y morrones.

Respecto a aceite de oliva también en este rubro en las nuevas plantaciones se

han elegido variedades que pueden producir aceites varietales de buena cotización y aceptación en el mercado internacional, como Arbequina, Frantoio, Leccino y Picual.

Según las proyecciones actuales, la Argentina mayormente producirá Aceite de Oliva Virgen. Como el consumo interno se espera que crezca a una tasa inferior a la de la producción, entre el 65 y el 70 % de la producción nacional se podrá colocar en el mercado externo. Para lograr esto es necesario producir productos a precios competitivos y de buena calidad que satisfagan las exigencias de esos mercados. Con las nuevas plantaciones, donde se incorporarán modernas técnicas de cosecha y nuevas tecnologías en las plantas industrializadoras existentes y a establecerse, es posible reducir costos y obtener aceites de excelente calidad, con lo que se pueden conseguir los objetivos buscados; sobre todo si se tiene en cuenta que en los próximos años se espera una sustancial disminución de los subsidios que actualmente aplican los principales países productores de la U.E.

La estrategia elaborada por Argentina tiene fundamentalmente por objeto la elaboración de aceites de oliva de muy buena calidad, destinados a mercados consumidores exigentes y a países compradores de aceites a granel que son utilizados como "aceites de encabezamiento" para la elaboración de aceites para consumo.

Las exportaciones argentinas en el período 1.994/98 se duplicaron, en tanto que el precio unitario presentó variaciones anuales debido al aumento de la producción mundial. Las cifras del período 1992/99 fueron las siguientes:

Exportaciones argentinas de aceite de oliva
Período 1.992/99

Año	Miles de Tm	Miles de U\$S
1.992	6.049	14.435
Año	Miles de Tm	Miles de U\$S
1.993	5.945	11.653
1.994	3.469	8.211
1.995	5.365	14.150
1.996	5.124	25.503
1.997	6.177	23.606
1.998	7.432	27.540
1.999	6.469 p	20.210p
Promedio	5.754	18.163

p: provisorio

Fuente: Felipe Carlos Jury con datos de INDEC

Las 7.400 Tm exportadas en 1.998 que representaron 27 millones de dólares, superó en volumen a la elaboración nacional de aceite del mismo año, debido a la colocación de remanentes del año anterior. Para el año 1.999 los datos provisorios indican que se exportaron 6.500 Tm, un 11 % menor al año anterior, debido al ingreso de aceite de origen español a Brasil. El precio FOB pagado en este año fue de U\$S 3.800/Tm, algo superior al año anterior debido al aumento internacional de precios.

Brasil es nuestro principal comprador, con valores superiores al 80 % del total exportado, aunque las mayores compras las realice a otros países como España y Portugal. Este mercado no es muy exigente en lo que a calidad del aceite se refiere, por lo tanto permite a nuestros exportadores tener un mercado permanente de colocación de aceite, aprovechando el proceso de integración regional. Hasta mediados de la década del 90 importaba de Argentina cantidades de aceite de oliva Virgen puro en valores que oscilaron del 45 % al 61 % y el resto era de aceite de oliva refinado. A partir de 1.996 esas proporciones cambiaron abruptamente, llegando a importar en 1.997 96,9 % de aceite de oliva refinado, estabilizándose a partir de allí ese valor en

alrededor del 85 % de aceite de oliva refinado contra un 15 % de aceite Virgen.

Chile tuvo un comportamiento similar al brasileño, ya en el primer tercio de la década del 90 compró aceite refinado y Virgen en proporciones equivalentes. En el año 1.994 adquirió a Argentina un 97 % de aceite de oliva Virgen, adquiriendo a partir de allí cantidades crecientes de aceite de oliva refinado hasta llegar a importar en el período 1.997/99 un 95 % promedio de aceite de oliva refinado.

EE.UU en cambio ha tenido un comportamiento inverso a los países anteriores en el mismo período, importando de Argentina entre un 92 % y un 100 % de aceite de oliva Virgen, excepto en los años 1.992 y 1.995 en que esa proporción bajó al 60 % promedio.

Uruguay, otro comprador histórico importante para nuestro país, tuvo el mismo comportamiento que los otros países latinoamericanos consumidores de nuestros aceites, importando en promedio un 85 % a 90 % de aceite de oliva refinado, excepto en los años 1.992 y 1.996, en que ese valor disminuyó al 55 % promedio.

En el último bienio Argentina pudo exportar a otros destinos como Japón y la Unión Europea, colocando alrededor del 10 % de sus exportaciones. Es importante destacar que en la campaña 1.998/99 del total de las 400.000 Tm exportadas a nivel mundial, 250.000 Tm tuvieron como destino países como EE.UU, Canadá, Japón, Australia y Brasil, países donde el COI está realizando importantes campañas de promoción y difusión.

Respecto a las importaciones de aceite de oliva realizadas por nuestro país, se observa una tendencia creciente desde mediados de la década del 90, excepto en 1.999 donde esta tendencia se revirtió. Esto se debió fundamentalmente al establecimiento de subsidios a la producción y a las exportaciones europeas, que motivó que tanto España, Italia, Grecia y Portugal pudieran colocar sus aceites a precios artificialmente bajos, compitiendo con la producción nacional.

Coincidentemente con ello, a partir de Julio de 1.998 el gobierno argentino estableció un arancel compensatorio a la importación de aceite de oliva procedente de la Unión Europea de U\$S 1.000 la Tm para productos fraccionados y de U\$S 800 la Tm de aceite a granel, por el período de dos años, que si bien venció este año está en estudio una prórroga del mismo. Esto determinó que el aceite que Argentina compraba a España e Italia fueran reemplazados por aceite de procedencia turca. También se estableció la obligatoriedad de la presentación de los certificados de origen de las importaciones de aceite.

Importaciones argentinas de aceite de oliva por país de origen

-en Tm-

País	1.992	1.993	1.994	1.995	1.996	1.997	1.998	1.999p
España	46	188	1.536	616	1.413	6.454	2742	667
Italia	66	125	125	73	80	234	173	69
Turquía	0	0	0	0	0	0	4.501	1.117
Otros	5	66	150	152	18	28	52	118
Total	117	379	1.811	841	1.511	6.719	7.468	1.971

p: datos provisorios

Fuente: Felipe Carlos Jury con datos de INDEC.

Podemos ver que a partir de 1.997 las importaciones se incrementaron

notablemente hasta 1.998, cayendo el precio CIF de U\$S 3.800 en 1.996 a U\$S 2.100 en 1.998 la Tm. Sin embargo en 1.999 la caída drástica a 1.971 Tm representó un 74 % de reducción respecto al año anterior, aunque el precio promedio de las transacciones no tuvo grandes modificaciones. La explicación a este fenómeno las podemos encontrar en que nuestro país en la temporada 1.998/99 tuvo una cosecha considerada récord, en la aplicación del arancel compensatorio ya comentado, a la disminución de las exportaciones a Brasil, y a la existencia de importantes remanentes de la anterior campaña. Un dato curioso aparece en las importaciones procedentes de Brasil, que se producen como consecuencia de las re exportaciones que hace este país, comprándonos aceite a granel y vendiéndonos el mismo aceite fraccionado. En promedio, alrededor del 70 % del aceite importado correspondió a aceite de oliva refinado, un 20 % a aceite Virgen y el resto a aceite Puro.

-Proyecciones del mercado y el consumo nacional

Como ya vimos, la producción tradicional de aceitunas de Argentina se sitúa en las 130.000 Tm anuales, con las que se producen 60.000 Tm de conservas y 9.200 Tm de aceite promedio (con un 12 % de rendimiento industrial). No obstante ello en 1.999 se produjeron 11.000 Tm de aceite por la entrada en producción de los nuevos diferimientos y una producción considerada récord. Esto da un consumo interno de 400 gr/hab/año de aceitunas en conservas y 150 gr/hab/año de aceite de oliva.

Si tomamos las proyecciones realizadas en el Simposio Arauco 2.000 realizado en el mes de Octubre ppdo, los valores esperados a partir del 2.003 serían:

◆ Producción de aceitunas esperada: anuales.	550.000	Tm
---	---------	----

◆ Producción de aceitunas de mesa esperada: Tm anuales.	200.000
◆ Consumo interno de aceitunas de mesa proyectado: gr/persona/año.	450
◆ Consumo esperado de aceitunas de mesa: Tm anuales.	80.000
◆ Rendimiento promedio de aceite:	15 %
◆ Producción de aceite de oliva esperado: Tm anuales.	55.000
◆ Consumo interno de aceite de oliva proyectado: gr/habitante/año.	450
◆ Consumo anual proyectado de aceite de oliva: Tm.	18.000

Pero si tomamos en cuenta la superficie plantada actualmente Los valores proyectados son menores:

◆ Producción de aceitunas esperada: anuales.	500.000	Tm
◆ Producción de aceitunas de mesa esperada: Tm anuales.	180.000	
◆ Consumo interno de aceitunas de mesa proyectado: gr/persona/año.	450	
◆ Consumo esperado de aceitunas de mesa: Tm anuales.	80.000	
◆ Rendimiento promedio de aceite:	15 %	
◆ Producción de aceite de oliva esperado: Tm anuales.	51.000	
◆ Consumo interno de aceite de oliva proyectado: gr/habitante/año.	450	
◆ Consumo anual proyectado de aceite de oliva: Tm.	18.000	

Es decir que las proyecciones indican que a partir del año 2003, con los rendimientos esperados se espera tener una oferta exportable de 100.000 Tm a 120.000 Tm de aceitunas de mesa y de 33.000 Tm a 37. 000 Tm de aceite de oliva por año.

Funcionamiento de la cadena. Algunos aspectos relevantes

A continuación se enumeran una serie de aspectos que constituyen puntos de fortaleza y de debilidad para el complejo olivícola de nuestro país, los que determinan en mayor o menor medida las posibilidades de éxito de los emprendimientos en marcha, así como también de aquellos que aún se encuentran en la etapa de proyección.

Asimismo, se citan algunos aspectos relacionados a las perspectivas para las explotaciones tradicionales y para aquellas originadas en diferimientos impositivos.

Finalmente, se citan algunos de los actores principales de la cadena y las características de la integración horizontal y vertical existentes en la cadena.

Los principales aspectos positivos o fortalezas que posee actualmente y a futuro la producción olivícola nacional los podemos enunciar de la siguiente manera:

- ✓ Rendimientos esperados similares a la media mundial.
- ✓ Importantes inversiones en tecnología de punta en el sector.
- ✓ Aumento en el consumo interno.
- ✓ Variedades nuevas implantadas acordes a las exigencias del mercado consumidor mundial.
- ✓ Posibilidad de producir aceites varietales.
- ✓ Mayor reconocimiento de los aceites argentinos en los mercados mundiales.
- ✓ Implantación de un arancel compensatorio para los aceites que provienen de la U.E.
- ✓ Promoción del consumo de aceite de oliva por parte del COI en países como EE.UU, Canadá, Japón y Australia.
- ✓ Importante mejora en la competitividad de las empresas olivícolas.
- ✓ Promoción de la eliminación de la denominación de "aceite puro de oliva"

por la de "aceite de oliva" en la CONAE.

- ✓ Realización de programas especiales para mejorar la calidad de la
- ✓ producción nacional del sector olivo-oleícola por parte de organismos oficiales como el "Programa Olivo XXI" de la SAGPyA, coordinado por la Dirección de la Industria de la Alimentación y la participación del INTA, SENASA, INAL, INTI y las Provincias de Mendoza, Córdoba, San Juan, La Rioja y Catamarca.
- ✓ La constitución de entidades no gubernamentales como CAPRAO (Consejo Argentino de Productores de Aceite de Oliva), ASOLIVAR (Asociación Olivícola Argentina), etc. que nuclean y representan a empresas de todo el país.
- ✓ Propensión a la obtención de la "denominación de origen" de los aceites de oliva argentinos, es decir la indicación de procedencia que sirve para designar un producto originario de una determinada región, Provincia, Departamento, Distrito, Localidad o Área del territorio nacional debidamente registrada, con cualidades o características exclusivas de esos productos en relación al medio geográfico, es decir a los factores naturales y humanos que lo tipifican. En la Dirección Nacional de Alimentación se está elaborando un proyecto conjuntamente con productores de distintas zonas del país, que sirve de base para la reglamentación de la futura Ley Nacional.
- ✓ Creación durante el Simposio Olivícola Arauco 2.000 en la Provincia de
- ✓ Catamarca del Consejo Olivícola Argentino (COA) para promover el olivo y
- ✓ sus productos, integrado por representante del INTA, la SAGPyA,
- ✓ Universidades Nacionales, Gobiernos de las Provincias de Catamarca,
- ✓ Córdoba, La Rioja, Mendoza y San Juan, y los sectores productivos
- ✓ primarios e industriales de las citadas provincias.

✓ Producción de cultivos orgánicos. Esto surgió como alternativa para aumentar la rentabilidad de la actividad olivícola en las Provincias de Buenos Aires (en General Dorrego) y Córdoba (en Cruz del Eje). En el país existen actualmente unas 3.100 Has destinadas a la obtención de productos orgánicos para la elaboración de aceite de oliva y aceitunas de mesa. Esto ha dado origen al aceite de oliva Virgen orgánico de alta calidad y otros productos orgánicos certificados en Argentina, reconocidos y aceptados en la U.E., constituyendo una alternativa válida para agregar valor a la producción nacional. Actualmente solo tres empresas se dedican a la elaboración de aceite de oliva orgánico, cumpliendo con las certificaciones respectivas desde la etapa de producción hasta el fraccionamiento del aceite, respetando las normas establecidas por SENASA, con una capacidad total instalada de 290 Tm/día, con una capacidad ociosa del 75 % si trabajaran solamente aceite orgánico. En Córdoba ya hay 350 Has certificadas como orgánicas, 350 Has bajo la categoría de transición y 100 Has en vías de ingreso (un total de 800 Has), a las que se les agregarán otras 300 Has en vías de anexión, y un segundo proyecto de 700 Has en la localidad de Media Naranja, también en Cruz del Eje, con lo que se totalizarían 3.000 Has de olivares orgánicos, lo que representa el 60 % del total cultivado en la Provincia. El aceite de oliva orgánico tiene como destinos mercados muy exigentes y selectos, con precios que casi triplican el aceite no orgánico.

Los principales aspectos negativos del sector son:

- ✓ Alta dependencia actual de Brasil en cuanto a la colocación de nuestros productos en el exterior.
- ✓ Exportación de productos de bajo valor agregado.

- ✓ Ingreso de aceites turcos a bajo precio.
- ✓ Falta de tipificación de los aceites argentinos.
- ✓ Producción de aceitunas de mesa con preponderancia de la variedad Arauco, de baja aceptación en el mercado internacional.
- ✓ Altos aranceles para el ingreso de nuestros aceites en la U.E.
- ✓ Producción discontinua, lo que provoca grandes variaciones de la oferta exportable de una campaña a otra.
- ✓ Bajo precio interno actual de las aceitunas, lo que pone en peligro de subsistencia a los productores minifundistas tradicionales, y representa un desafío a las nuevas plantaciones.

En este trabajo no se realiza un análisis detallado del posible impacto que significará la entrada en plena producción de las nuevas plantaciones realizadas bajo la Ley de Diferimientos Impositivos en las Provincias de Catamarca, La Rioja y San Juan porque el mismo se hizo en un trabajo anterior realizado para el CFI por el experto Felipe Carlos Jury en el año 1999 bajo el nombre *Evolución de la Reconversión Productiva Primaria – Provincias de Catamarca, La Rioja y San Juan*, en el cual el olivo era uno de los principales cultivos seleccionados. En el punto 4 del mismo se realizó un análisis de los cambios producidos y sus posibles causas (4.2. Incidencia de las políticas de diferimientos impositivos); el punto 5 contiene una simulación de posibles escenarios futuros, análisis de la tendencia de los mercados en los próximos años y alternativas en la producción para un mejor posicionamiento sectorial. Por último el punto 6 propone estrategias posibles para favorecer el crecimiento sustentable del sector.

No obstante ello podemos sintetizar la situación actual y futura del sector

olivo-oleícola nacional del siguiente modo:

Actualmente existen dos situaciones netamente diferenciadas en virtud de la evolución del sector productivo en los últimos diez años: por un lado el sector considerado tradicional, con un elevado grado de minifundización, plantas de olivo mayores de 30 años, con escasa o nula aplicación de tecnología, etc, y que tiene una media productiva de 4 Tm/Ha, produce aceitunas de baja calidad por falta de tratamientos sanitarios adecuados y por los bajos precios percibidos por su producción a causa de la entrada en producción de las nuevas plantaciones que ya están ejerciendo una presión bajista en el mercado demandante interno. Para ellos la única alternativa que se visualiza en este momento para hacer rentable su actividad es la agrupación o asociación y reconvertir sus montes para obtener productos de mayor valor en el mercado como aceitunas orgánicas, que es un mercado nuevo a nivel internacional con buenas posibilidades de acceso. Esto ya se está implementando con productores minifundistas de las Provincias de Córdoba y Buenos Aires.

Por otra parte están las empresas que pertenecen al grupo de productores amparados por la Ley de Diferimientos, en el cual las más importantes están integradas verticalmente. A partir de las características de la materia prima en cuanto a productividad se refiere y a las perspectivas ya analizadas de colocación de aceitunas de mesa y aceite de oliva en el mercado externo, fundamentalmente en países no tradicionalmente demandantes de nuestros productos, presentan un panorama más alentador, aunque deberán mejorar los estándares de calidad y tipificación como denominación de origen de los productos elaborados, procurar una continuidad o permanencia en los mercados internacionales, costos más competitivos, y luchar por la eliminación

de los subsidios que actualmente la Unión Europea otorga a su producción olivo-oleícola.

En lo referente a políticas a sugerir para solucionar la situación actual, no podemos pensar en medidas regulatorias de ningún tipo, teniendo en cuenta las tendencias mundiales y nacionales en esta materia. Además el sector más castigado que es el tradicional no puede acceder a líneas de crédito por no poder cumplir con las exigencias requeridas y por no poder pagarlos. Por ahora, la única medida tomada por el gobierno nacional es la aplicación de un arancel compensatorio a la importación de aceite de oliva de origen europeo.

En lo referente a la producción de aceitunas uno de los proveedores que más importancia ha tenido en la última década son los viveros proveedores de plantines de olivo, tanto de origen nacional como importados. Hasta comienzos de la década del 90 nuestro país tenía una oferta que cubría ampliamente la demanda, con una gran amplitud varietal pero que tenía un origen genético incierto. Las variedades ofertadas se obtenían por la multiplicación del carozo, pero cuyas plantas madres habían recibido polinización cruzada, o por material proveniente de multiplicación agámica. Estudios comparativos de los genomas de las variedades argentinas dieron como resultado que no se trataban de las mismas variedades que les dieron origen.

En base a las demandas de las nuevas plantaciones se trató de conseguir variedades sobre todo aceiteras cuyos aceites fueran requeridos por los mercados internacionales, por lo que al no poder contar con ellas se comenzaron a importar de los principales viveros del mundo, principalmente por los productores en forma directa, por lo que entre 1.994 y 1.999 se introdujeron al país alrededor de 17,9 millones de plantines, entre U\$S 0,60 y

U\$S 3,00 por ejemplar en promedio. El pico máximo fue en 1.997 con algo más de 12.190.000 plantines, y a partir de ese momento decayó bruscamente este valor debido a que los viveros locales aumentaron sustancialmente la oferta en cantidad de plantines y en variedades. Actualmente se considera que la capacidad de producción de plantines es de casi 5 millones de plantas por año.

Otro sector de servicios que a partir de la efectivización de la Ley de diferimientos impositivos tomó mayor importancia fue la de equipos de riego artificial, especialmente por goteo y microaspersión con fertilización asistida. Aparecieron en el mercado interno empresas importadoras de sistemas especialmente israelíes y estadounidenses que ofrecen equipos de alta tecnología y especificidad.

Los proveedores de maquinarias y equipos que están en la etapa experimental son los de cosechadoras mecánicas, aunque todavía no se ha generalizado su utilización, presentando perspectivas alentadoras. Un factor que dificulta su adopción es su alto precio por unidad (de U\$S 150.000 a U\$S 180.000) y la eficiencia de las mismas, ya que se trata de productos procedentes de Europa principalmente, sin experiencias de uso en nuestro país. Otro factor negativo es la falta de personal técnico capacitado para las tareas de mantenimiento y reparaciones y la disponibilidad de repuestos.

Con relación al sector elaborador de aceite de oliva también se ha producido la importación de equipos europeos con tecnología de molienda mediante molinos mecánicos y de extracción por centrifugas horizontales de dos y tres fases. Existen dos empresas, una italiana y otra alemana, que son las principales

proveedoras de estas maquinarias y los precios de venta varían de acuerdo a la capacidad de molienda y producción de aceites (de 40 a 250 Tm/día).

En relación a la integración que presenta la cadena productiva, en términos generales podemos decir que no existe una integración vertical generalizada, ya que en las provincias productoras son muy pocos los casos en que los productores de aceitunas procesan su producción. Hay solamente dos cooperativas olivícolas que nuclean a pequeños productores minifundistas y que actualmente se encuentran en crisis.

En aceitunas de mesa hay más de 90 empresas en el país, distribuidas principalmente en las Provincias de Mendoza, La Rioja, San Juan y Córdoba, entre las que por sus volúmenes de producción se destacan Agroaceitunera, Avena, Fidencio Yáñez y Exprodar, que elaboran cerca del 70 % de la producción nacional, aunque la mayor parte de la materia prima la adquieren directamente a productores grandes o a terceros. Existe además una gran cantidad de pequeñas empresas artesanales, que elaboran productos como aceitunas griegas con especias y en aceite de oliva, en sal gruesa y aceitunas pasas. La mayor parte de estas empresas se ubican en las Provincias de La Rioja y Mendoza con una predominancia a la diversificación de su producción, con mas de 20 productos distintos ofrecidos al mercado consumidor. En general los industriales compran la materia prima directamente a los grandes productores, antes de la cosecha. Los pequeños productores venden su producción a intermediarios acopiadores que luego venden la materia prima a las plantas industrializadoras. Este sistema, por ejemplo en Mendoza, representa el 50 % de la aceituna cosechada, con un valor mayor en San Juan y La Rioja.

En lo referente a aceite de oliva hay 59 empresas registradas en condiciones de procesar aceitunas con este fin, ubicadas principalmente en Mendoza, San Juan y La Rioja. La capacidad instalada es de 62.000 Tm anuales, considerando un periodo de cosecha de 120 días y un rendimiento del 20 % de aceite. Las principales firmas productoras son: Arisco, San Juan de Los Olivos (Roemmer), Refinerías Tauro, Solfrut, Laur División Aceites y Oleofrut. Las principales fraccionadoras son Arisco, Molinos Río de la Plata, Tittarelli y Refinerías de Maíz, estando el mercado comercializador liderado por Refinerías de Maíz, Arisco y Molinos Río de la Plata.

La integración horizontal está organizada a través de varias organizaciones que nuclean a los productores y comercializadores. El sector primario fundamentalmente está organizado en Cámaras provinciales, de las cuales las más representativas son:

- Cámara Olivarera de Aimogasta – La Rioja: agrupa a los principales productores de aceitunas “tradicionales” de la principal zona aceitunera de la Provincia, es decir a los poseedores de pequeñas parcelas cultivadas con olivo.
- Cámara Riojana de Productores Agropecuarios (CARPA): ubicada en Chilecito nuclea a productores y empresarios medios y grandes de la zona.
- Cámara de Industriales Olivícolas de La Rioja (CIOLAR): ubicada en Aimogasta, tiene asociadas las principales firmas agroaceituneras tradicionales productoras de aceitunas de mesa.
- Cámara Agropecuaria de Empresas Promovidas de Catamarca (C.E.A.P.C): nuclea a la mayor parte de las empresas agroindustriales que se establecieron en la Provincia por la Ley de diferimientos impositivos. La

mayor parte de ellas pertenecen al sector olivícola.

- Consejo Argentino de Productores de Aceite de Oliva (CAPRAO): agrupa a las principales empresas elaboradoras de aceite de oliva ubicadas en Mendoza.
- Asociación Olivícola Argentina (ASOLIVAR): nuclea a las grandes empresas que producen aceite de oliva, tiene su sede en Capital Federal.
- Cámara de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de San Juan:
- agrupa a los principales productores de frutas y hortalizas de la Provincia, incluyendo olivareros.
- Cámara de Comercio Exterior de Cuyo: con sede en Mendoza, agrupa a los
- principales exportadores de la región.

La etapa de comercialización de la aceituna tiene dos formas definidas, según provenga de pequeños productores o plantaciones medias, o grandes plantaciones.

Los pequeños productores en general venden su producción a acopiadores que compran la producción antes de la cosecha, adelantando un 20 % del valor pactado para los gastos de cosecha, y el resto lo completan al finalizar la misma en forma total, o en 2 ó 3 cuotas mensuales. En Mendoza alrededor del 50 % de la producción se comercializa de esta manera. En San Juan, Córdoba y La Rioja casi el 70 % tiene esta modalidad de comercialización.

Los medianos y grandes productores venden sus aceitunas a las principales empresas industrializadoras antes de la cosecha, percibiendo la totalidad del valor apenas finalizada misma. En realidad estas grandes industrias son las fijadoras de precios internos de la materia prima en cada temporada.

Las aceitunas de mesa ya elaboradas se comercializan un 60 a 65 % en supermercados, aunque en la Provincia de Mendoza este porcentaje llega al 80 %. En el caso del aceite de oliva, el 70 % se comercializa en supermercados, vendiéndose el 20 % restante a grandes consumidores directos como restaurantes, hoteles, etc.

Si bien no existen mercados o ferias donde se comercialice específicamente aceitunas o sus productos industrializados, en algunos eventos regionales o provinciales hay stands donde se ofrecen principalmente productos artesanales realizados en base a aceitunas o aceite de oliva. Un dato importante es la existencia de las escuelas de catación, que organizan degustaciones y cursos de catación de aceite de oliva, promoviendo su consumo.

ESTRUCTURA DEL SECTOR PESQUERO ARGENTINO

INTRODUCCION

ASPECTOS GENERALES

ESTRUCTURA DE LA CADENA

LA PRODUCCION

Los recursos

Las capturas

Los desembarques por tipo de flota

Identificación de actores de la producción

Caracterización de actores responsables de las capturas

LA INDUSTRIALIZACION

Identificación de actores de la industrialización. Productos

Industrias conexas

LA COMERCIALIZACION

Identificación de actores de la comercialización

Mercado interno

Mercado externo

ESTRUCTURA DEL SECTOR PESQUERO ARGENTINO

INTRODUCCION

El presente documento pretende tomar como base el trabajo desarrollado para el CFI por los expertos Enrique Mizrahi, Elisa Calvo y Lidia Prado, sobre el sector pesquero argentino.

El trabajo aludido se titula Caracterización del sector pesquero argentino. Perspectivas de desarrollo sustentable de especies estratégicas para la reconversión del sector.

El mismo consta de siete capítulos, de los cuales en el presente documento solo se considera el capítulo 3, Estructura y funcionamiento actual del sector pesquero.

El objetivo del presente es realizar un enfoque del sector, poniendo énfasis en la cadena agroalimentaria del mismo, identificando su estructura y funcionamiento, así como también a los distintos actores que participan de la cadena, desde los proveedores de la flota pesquera y la industria, la propia flota, las plantas industriales en tierra y los agentes de comercialización.

El análisis de la estructura de la cadena, así como la dinámica de su funcionamiento deberán permitir, con la participación de los expertos, identificar una serie de acciones a implementar por parte del Consejo Federal de Inversiones y que tendrán como destinatarios a distintos tipos de actores identificados en la cadena.

Por ende, este ensayo pretende aprovechar la información disponible en el documento citado y el conocimiento y experiencia de sus autores, a efectos de identificar en conjunto y con precisión dichos cursos de acción.

ASPECTOS GENERALES

La pesca en Argentina está atravesando lo que podría definirse como el momento de más profunda y grave crisis de su historia. Este momento se vincula con la sobreexplotación de uno de los recursos ícticos básicos, la merluza común, que ha sido el punto de sustentación y estructuración del sector. Esta situación pone claramente de manifiesto el encuadre bioeconómico que es necesario dar a todo análisis que quiera realizarse sobre la actividad pesquera.

A lo largo de su historia, no demasiado larga, se han observado ciclos en la actividad, con crisis de mayor o menor intensidad, definidas por la ecuación económica negativa del negocio, debida tanto a factores externos (precios internacionales en baja, dificultades de entrada al mercado) como de política interna (tipo de cambio, carga impositiva, costo del crédito). Todas ellas llevaron a un reordenamiento del sector más o menos significativo. Pero la crisis actual, en la que lo que se desbarata es la base del sector, generará inevitablemente la salida de segmentos de actores del sistema, así como procesos de rediseño del modelo de organización y funcionamiento del mismo.

En este proceso el estado tiene un rol fundamental. La necesidad de asegurar la preservación de los recursos lleva a la obligación de imponer medidas de ordenación pesquera fuertemente restrictivas, las que se sustenta en un modelo pesquero esperable y serán las primeras en provocar la ya señalada salida de actores del sector.

El nuevo régimen legal para las pesquerías argentinas, que introduce el sistema de cuotas individuales de captura como medida básica de administración de los recursos, la que aún no ha comenzado a aplicarse, tendrá también fuertes repercusiones en cuanto a quiénes podrán mantenerse en la actividad y cómo se desarrollará el proceso interno de redistribución de las capturas entre los distintos agentes.

Cuotificar especies degradadas significa otorgar a cada participante de la pesquería una capacidad para apropiarse del recurso íctico que puede ser lo suficientemente pequeña como para expulsarlo del sistema. La capacidad financiera del resto de los actores, determinará cuál será el proceso de redistribución en la apropiación del recurso, el que estará inevitablemente signado por la tendencia a una fuerte concentración. Se insiste, porque es uno de los temas claves para comprender el sector, que la capacidad financiera propia o dada por la facilidad de acceso al crédito, así como una composición de flota diversificada que permita abrir el espectro de especies a explotar y mercados de colocación, definirán el perfil de los agentes que habrán de permanecer en el sistema.

Los actores económicos están exponiendo claramente el conflicto de intereses subyacente y tratando de imponer, unos a otros, su propio esquema de funcionamiento, asegurándose para sí la apropiación del recurso íctico básico.

Esta situación se complica seriamente en tanto el sector se desarrolla sobre la base de pesquerías multiespecíficas, en las que las distintas especies relacionadas admiten distinta capacidad de captura en función de su abundancia relativa.

Esto significa que la crisis de la merluza y la necesidad de evitar el colapso con medidas restrictivas afecta a aquéllas especies directamente vinculadas, por desviación de capturas hacia ellas intentando mantener la escala de operación, genera conflictos entre distintas flotas por el mismo motivo (la flota de mayor

tamaño operando sobre variedades tradicionalmente capturadas por las embarcaciones más pequeñas) y obliga a los actores a desarrollar fuertes esfuerzos en innovación tecnológica en el área de capturas y procesos industriales, así como en la búsqueda de mercados para la colocación de especies alternativas.

La exposición anterior es necesaria para encuadrar las restricciones de una descripción acabada del funcionamiento del sector pesquero y sus circuitos más relevantes, atento que se encuentra en una situación de cambio, cuyo futuro aún no se avizora.

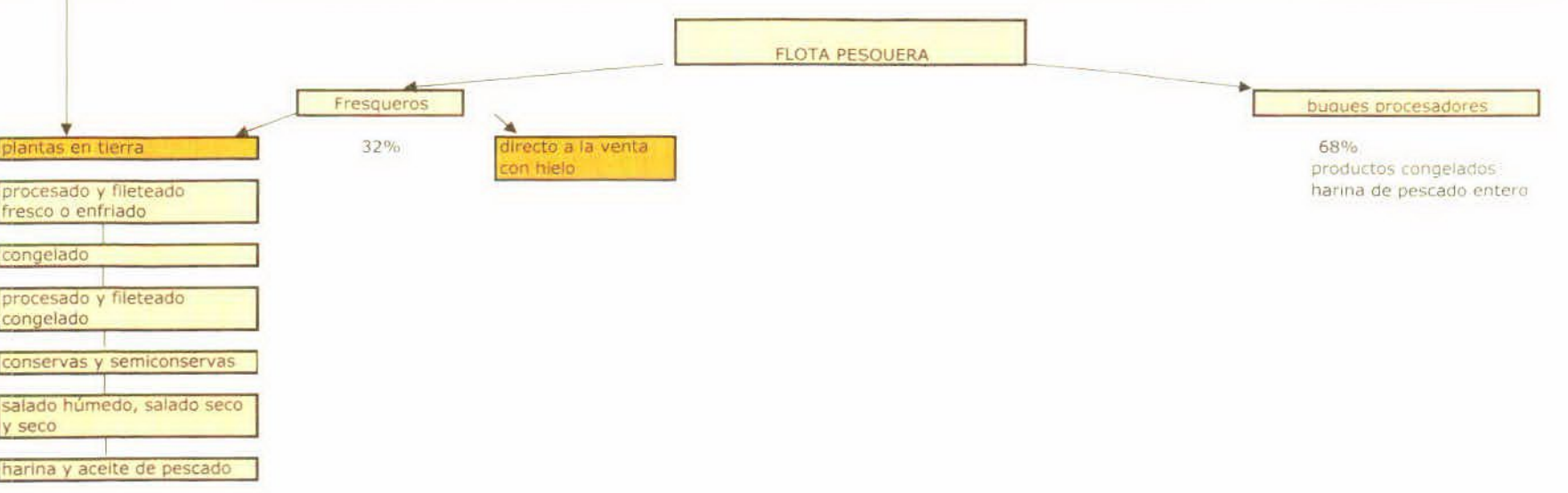
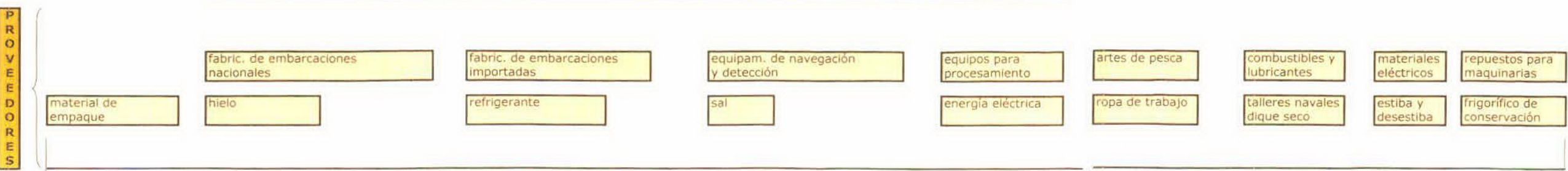
A esta limitación hay que agregar la complejidad intrínseca de esta actividad económica, en la cual para cada especie íctica, cada producto final que pueda obtenerse de la misma y cada segmento de mercado al que va dirigido, se conforma un circuito específico. Es decir, la variedad de recursos se une a la variedad de productos que se derivan de cada uno de ellos, dependiendo del tipo de procesamiento y forma de presentación; esta variedad de productos ingresa a distintos segmentos de mercado con una organización y reglas de funcionamiento particulares; una variedad de agentes económicos participa en cada parte de todo el proceso. En definitiva, deberían incluirse en el análisis todos y cada uno de los circuitos que todas las especies ícticas recorre desde que se la captura hasta que llega a su destino final como mercancía, para completar el análisis del sector pesquero.

En cuanto a la información disponible, la interrelación entre los distintos elementos que conforman el sistema pesquero, es, por el momento, prácticamente imposible. Son distintas las fuentes de las que puede obtenerse información (Dirección Nacional de Pesca y Acuicultura, Organismos provinciales de Pesca, Servicio Nacional de Sanidad Animal y servicios provinciales que habilitan plantas productoras, Administración Nacional de Aduanas, INDEC, áreas específicas del Ministerio de Economía que elaboran las cuentas nacionales y desarrollan estadísticas sobre actividad industrial,

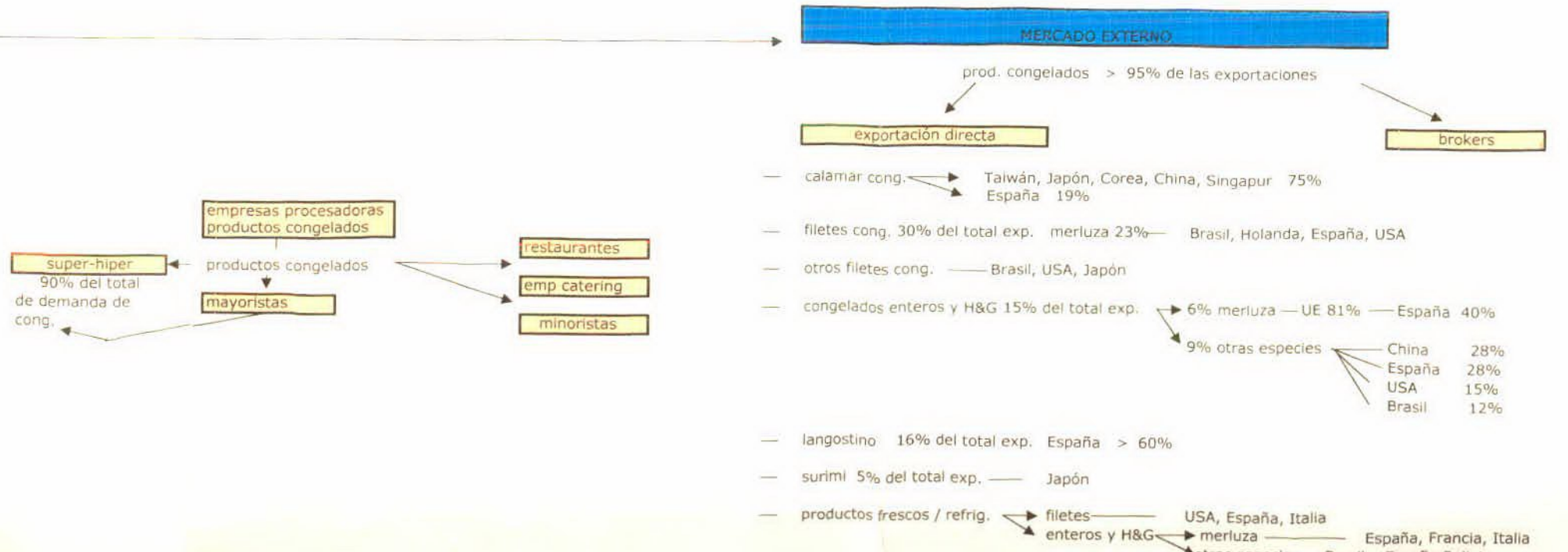
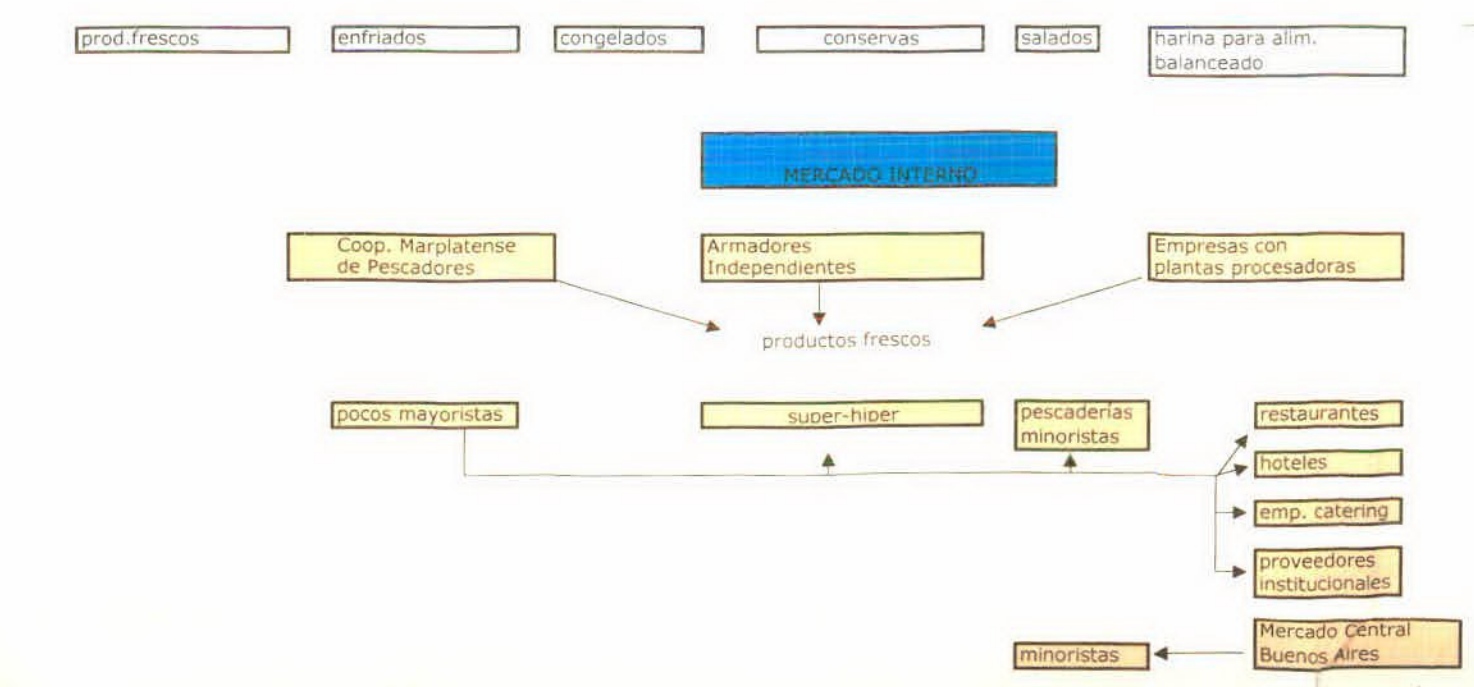
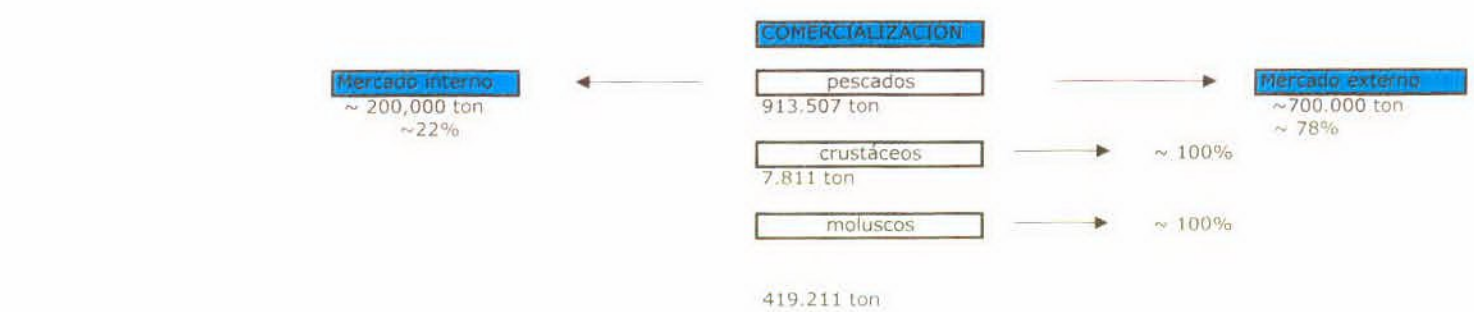
exportaciones, comercio interno, etc.). Las distintas fuentes primarias de datos, los criterios de consolidación y los años base diferentes hacen muy dificultoso el manejo de los mismos. Las características y alcance de este informe hacen que se deba trabajar con fuentes primarias cuando aseguran una cierta homogeneidad, y con fuentes secundarias y con comunicaciones personales de actores del sector.

Los años para los que se dispone de información elaborada presentan inconvenientes particularmente tomando en cuenta el ciclo pesquero. En los últimos 3 años se pasa de los puntos más altos de las series reales, a los guarismos en baja que expresan la situación crítica del momento, con lo cual hay datos que permiten extraer conclusiones sobre la estructura y funcionamiento del sector para un momento determinado, sin que ello sea totalmente válido para la situación presente.

ESTRUCTURA DE LA CADENA DEL SECTOR PESQUERO ARGENTINO



INDUSTRIALIZACION



LA PRODUCCION

Los recursos

Los recursos ícticos constituyen la base de sustentación del sistema pesquero. El Atlántico Sudoccidental posee características del ecosistema templado-frío, que sostiene una baja diversidad biológica, pero con alta biomasa en muchas de sus especies. Se citan como ejemplo, la existencia 394 especies de peces, 112 de crustáceos decapódos, 186 de moluscos gasterópodos, 131 de moluscos bivalvos y 52 de moluscos cefalópodos.

Las especies ícticas, para entrar en el circuito económico, requieren, en principio que se conozca su existencia, que la investigación permita dimensionarlas y conocer su comportamiento, que se determine si se presentan en densidades que hagan rentable la operación pesquera, y que se profile un mercado posible para alguna forma de transformación de las mismas. A partir de esos elementos se definen los medios y modos de captura y transformación y consecuentemente su aprovechamiento.

Por el momento, las estadísticas pesqueras de nivel nacional dan cuenta de unas 50 especies de peces, 5 de crustáceos y 7 de moluscos. Dentro de ellas, 4 especies explican el 80% de las capturas de peces y el 57% de las totales, y el calamar da cuenta del 26% de los desembarques totales.

Cuadro N°12

PRINCIPALES ESPECIES MARITIMAS en la REPUBLICA ARGENTINA

ESPECIE	ZONA Y EPOCA DE CAPTURA	OBSERVACIONES
<p>ABADEJO Genypterus blacodes</p>	<p>Entre los 37° y 55° S sobre la plataforma y el talud continental. En verano, entre los 43° 5' y los 48° S. En invierno, entre los 41° y 48° S.</p>	<p>Se distribuye entre los 45° y los 350 m de profundidad, y las capturas más voluminosas se registran cerca de las Islas Malvinas. Se capturan con red de arrastre de fondo y palangre de fondo.</p>
<p>ANCHOITA Engraulis anchoita</p>	<p>Todo el año. Verano: sobre el talud continental entre los 38° y 30' y los 44° S. En otoño: entre los 38° y 40° S. En invierno se desplaza hasta los 34° 30' S. En primavera: frente a Mar del Plata.</p>	<p>Es el sustento de especies de gran importancia como la merluza, la caballa, la pescadilla, los calamares y otros. Su biomasa es la de mayor volumen del mar argentino. Se captura con red de cerco.</p>
<p>BACALAO AUSTRAL Salliota australis</p>	<p>En invierno, al norte y oeste de las Islas Malvinas, y cerca de los 200 m en la latitud del Golfo San Jorge. En verano, sobre la plataforma de Santa Cruz.</p>	<p>Se ha determinado una clara tendencia a la concentración durante el invierno, que deja sitio en verano a una amplia dispersión. Se lo captura con red de arrastre.</p>
<p>BESUGO Sparus pagrus</p>	<p>En octubre, noviembre y diciembre, principalmente en la costa bonaerense.</p>	<p>Se lo captura con nasa o red de arrastre de fondo.</p>
<p>BONITO Sarda sarda</p>	<p>En los meses de verano, frente a la costa bonaerense.</p>	<p>Es un túnido que se destina esencialmente a la elaboración</p>

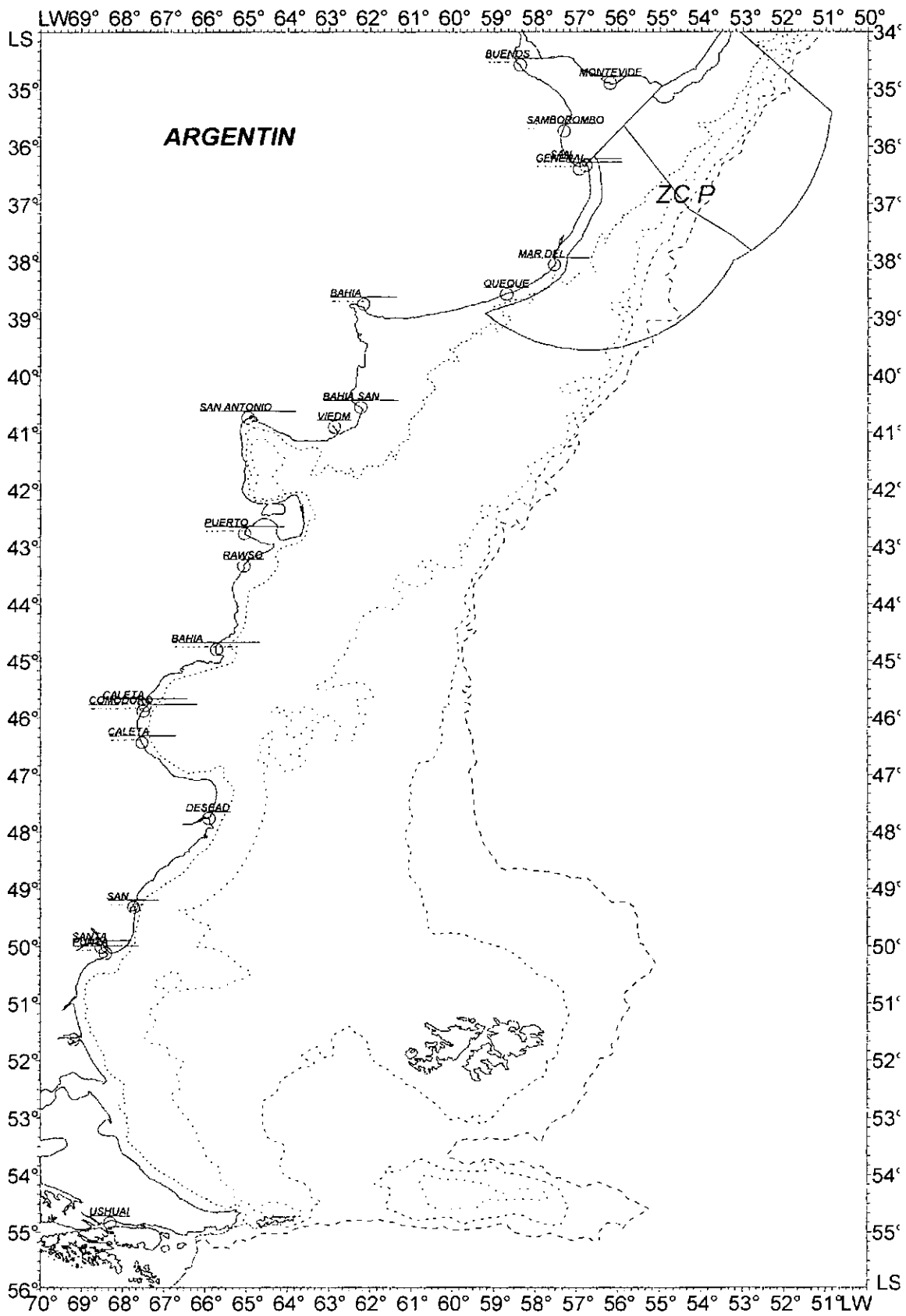
ESPECIE	ZONA Y EPOCA DE CAPTURA	OBSERVACIONES
		de conservas. Se lo captura con red de cerco.
CABALLA Scomber japonicus	Entre diciembre y abril los cardúmenes aparecen en las cercanías de Mar del Plata, aunque se la captura desde los 23° hasta los 43° S.	Fue la base sobre la que se desarrolló la industria conservera, aunque en los últimos años su captura a declinado. Se captura con red de cerco.
CALAMAR Illex argentinus	Entre los 38° y 47° S en otoño. En verano, hay grandes concentraciones frente a Puerto Deseado y Golfo Nuevo.	Tiene una vasta distribución. Protagoniza migraciones estacionales marcadas y su biomasa puede variar mucho de un año a otro. Se usan red de arrastre de fondo y poteras.
CAMARON Artemisa longinaria	De junio a marzo frente a la costa bonaerense.	Presenta su mayor desarrollo en noviembre-diciembre, cuando se halla frente a Mar del Plata. Se lo captura con red de arrastre y con raño.
LANGOSTINO Pleoticus muelleri	De junio a marzo en el litoral patagónico y la costa bonaerense. Se destacan el Golfo San Jorge y la Bahía Camarones.	Se lo detectó en grandes concentraciones a partir de 1981 y dio un gran impulso a la actividad pesquera. Es un recurso que ha sufrido grandes fluctuaciones. Se lo captura con red de tangones y red de arrastre de fondo.
MERLUZA	Entre los 34° y 46° S. Todo el	Desarrolla su ciclo migratorio

ESPECIE	ZONA Y EPOCA DE CAPTURA	OBSERVACIONES
Merluccius hubbsi	año, con variaciones de ubicación y profundidad en invierno y verano.	dentro de la plataforma continental. Se han detectado campos de crianza en la Patagonia y en la costa bonaerense. Se la captura con red de arrastre de fondo. Es la base de la actividad pesquera argentina.
MERLUZA AUSTRAL Merluccius australis	En invierno, entre los 44° y 55° S. En verano, entre los 43° y 55° S. Las mayores concentraciones se han detectado al SW, N y S de las Islas Malvinas.	Tiene alto valor comercial. Los cardúmenes se desplazan verticalmente en busca de su alimento. Se captura con red de arrastre de fondo y palangre de fondo.
MERLUZA DE COLA Macruronus magellanicus	En invierno, entre los 50° y 50° 5' S, cerca del Estrecho de Magallanes, entre los paralelos 53° y 54° S. En verano, entre los 50° 5' y 54° 5' S, y al NW de las Islas Malvinas, sobre el talud continental.	Pez característico de la corriente de Malvinas. Se desplaza diariamente entre las capas superiores del mar y los 100 y 200 m de profundidad. Se usa red de arrastre de fondo.
MERLUZA NEGRA Dissostichus eleginoides	En invierno, las mayores concentraciones se hallan entre los 37° 5' y los 39° 5' S, sobre el talud continental y al sur de Malvinas, entre los 52° 5' y los 54° 5' S. En verano, presenta gran dispersión.	Especie típica de la corriente de Malvinas. Los adultos se concentran en invierno, empiezan a desplazarse en primavera y luego del desove se dispersan a lo largo del talud y la plataforma. Se captura con red de fondo y palangre de

ESPECIE	ZONA Y EPOCA DE CAPTURA	OBSERVACIONES
		fondo. .
MERO Acanthistius brasilianus	A lo largo del litoral durante todo el año. Sus concentraciones máximas se detectaron en el norte del golfo de San Jorge y en la península de Valdés.	Se lo captura con red de arrastre de fondo.
PESCADILLA Cynoscion striatus	Todo el año frente a las costas bonaerenses.	Es capturada por embarcaciones costeras y de media altura. Se utiliza red de arrastre de fondo.
POLACA Micromesistius australis	En invierno y primavera desde los 37° 7' S hasta los 54° S. En verano desde los 42° hasta los 54° S. La principal zona de captura se localiza a lo largo de la costa patagónica, particularmente en torno de las Islas Malvinas.	Constituye el alimento principal de carnívoros como la merluza, la merluza austral y la de cola, por lo que es una especie clave en la plataforma patagónica. Se captura con red de arrastre de media agua.

La plataforma continental argentina tiene una superficie aproximada de un millón de kilómetros cuadrados (ver figura) y mediante la tabla siguiente el INIDEP resume la situación en relación con la potencialidad de los recursos de las principales especies de interés comercial, evaluadas sobre la base de las campañas recientes de investigación pesquera. Algunas de estas cifras constituyen subestimaciones, causadas principalmente por problemas de accesibilidad (merluza de cola, polaca y merluza negra). Hay que tomar en cuenta que la distribución de estas especies excede las aguas jurisdiccionales argentinas. Las cifras de evaluación directa no abarcan en algunas especies toda la distribución del recurso, especialmente en los costeros, ya que los

buques no operan en áreas de baja profundidad (menor de 8-10 metros) o más allá de los 600 metros.



Plataforma argentina y Zona Común de Pesca Argentino-Uruguaya (ZCP)

Abundancia de las principales especies de peces marinos.

Campañas de evaluación 1997-1998.

Cuadro N°13

Especie	Nombre vulgar	Biomasa (t)	Año de la Evaluación	Incertidumbre en la estimación
<i>Engraulis anchoita</i> (norte)	Anchoíta (34°-41°S)	3200000	1996	baja
<i>Engraulis anchoita</i> (sur)	Anchoíta (41°-47°S)	1400000	1998	Baja
<i>Micromesistius australis</i>	Polaca	500000	1996	Baja
<u>Merluccius hubbsi</u>	Merluza, efectivo al norte de 41° Lat. Sur.	141019	1998	Baja
<u>Merluccius hubbsi</u>	Merluza, efectivo al sur de 41° Lat. Sur.	1179019	1998	Baja
<i>Macruronus magellanicus</i>	Merluza de cola	4572370	1999	Baja
Rayas de altura	Rayas	360000	1997	Media
<u>Sprattus fuegensis</u>	Sardina fueguina	320000	1996	Baja
<u>Squalus sp.</u>	Cazón espinoso	277000	1997	Media
<u>Salilota australis</u>	Bacalao austral	132000	1999	Baja
Nototénias	Nototénias	88068	1999	Baja

Especie	Nombre vulgar	Biomasa (t)	Año de la Evaluación	Incertidumbre en la estimación
<u>Cheilodactylus bergi</u>	Castañeta	200000	1997	Alta
<u>Genypterus blacodes</u>	Abadejo hasta 48° de profundidad	170000	1998	Media
<u>Scomber japonicus</u>	Caballa	185000	1997	Baja
<u>Bassanago albescens</u>	Congrio	de 898797	1998	Alta
<u>Mustelus schmitti</u>	Gatuzo	130000	1998	Media
<u>Schroederichthys bivius</u>	Pintarroja	81000	1997	Baja
<u>Stromateus brasiliensis</u>	Pámpano	61000	1997	Baja
<u>Cynoscion striatus</u>	Pescadilla	156000	1998	Media
<u>Lenguados</u>	Lenguados	50000	1997	Alta
<u>Seriola porosa</u>	Savorín	45000	1997	Alta
<u>Acanthistius brasilianus</u>	Mero	30000	1998	Alta
<u>Congiopodus peruvianus</u>	Torito	41000	1997	Baja
<u>Sebastes oculatus</u>	Cabrilla	37000	1997	Alta
<u>Galeorhinus galeus</u>	Cazón vitamínico	37000	1997	Baja
<u>Squatina argentina</u>	Pez ángel	40000	1998	Alta
<u>Merluccius australis</u>	Merluza austral	31000	1998	Baja
<u>Percophis brasiliensis</u>	Pez palo	63000	1998	Media
<u>Umbrina canosai</u>	Pargo	90000	1998	Alta
<u>Brevoortia aurea</u>	Saraca	20000	1997	Media
<u>Callorhynchus callorhynchus</u>	Pez elefante	20000	1997	Media

Especie	Nombre vulgar	Biomasa (t)	Año de la Evaluación	Incertidumbre en la estimación
<u>Cottoperca gobio</u>	Cotoperca	16000	1997	Baja
<u>Pagrus pagrus</u>	Besugo	12000	1998	Alta
<i>Helicolenus dactylopterus lahillei.</i>	Rubio	200000	1997	Alta
<u>Micropogonias furnieri</u>	Corvina rubia	*9100	1997	Alta
<u>Trachurus lathami</u>	Jurel	7300	1997	Alta
<u>Coelorhynchus fasciatus</u>	Chanchito	6400	1997	Alta
<u>Pseudopercis semifasciata</u>	Salmón de mar	*5500	1997	Media
<i>Macrodon ancylodon</i>	Pescadilla real	*5100	1997	Media
<i>Parona signata</i>	Palometa	41000	1998	Alta
<i>Dissostichus eleginoides</i>	Merluza negra juveniles, hasta 400 metros Sur 45°	14100	1998	Alta
<i>Prionotus sp.</i>	Testolines	1800	1997	Alta
<i>Paralanchurus brasiliensis</i>	Burriqueta	1600	1997	Alta
<i>Conger orbignyanus</i>	Congrio costero	1500	1998	Alta
<i>Polyprion americanus</i>	Chernia	1100	1998	Alta
<i>Rayas costeras (Atlantoraja castelnaui, Sympteirygia bonapartii, Rioraja</i>	Rayas	14856	1998	Baja

Especie	Nombre vulgar	Biomasa (t)	Año de la Evaluación	Incertidumbre en la estimación
<i>agassizi</i> , <i>Atlantoraja ciclophora</i> , <i>Psammobatis bergi</i> , <i>Sympterygia acuta</i>)				
<i>Urophycis brasiliensis</i>	Brótola	*800	1998	Alta

(*) Las cifras de evaluación directa por campaña de investigación no abarcan en algunas especies toda la distribución del recurso.

Anualmente el Consejo Federal Pesquero, a partir de las recomendaciones del Instituto de Investigación y Desarrollo Pesquero en cuanto al estado de los recursos, establece la Captura Máxima Permisible de las principales especies, las que determinan el límite de actividad de la flota pesquera sobre las mismas. En el cuadro siguiente se exponen las correspondientes al último trienio.

Cuadro N° 14

ARGENTINA

CAPTURAS MAXIMAS PERMISIBLES

AÑOS 1998 , 1999 y 2000

ESPECIE		1998	1999	2000
		CMP	CMP	CMP
Nombre común	Nombre	tonelad	toneladas	toneladas

	científico	as		
ABADEJO	Genypterus			19.000
	blacodes	18.000	19.000	
ANCHOITA BONAERENSE				120.000
		120.000	120.000	
ANCHOITA PATAGONICA				35.000
		35.000	35.000	
BACALAO CRIOLLO	Salilota australis			13.000
		48.000	14.200	
BESUGO	Pagrus pagrus			1.700
		10.000	2.000	
BONITO	Sarda sarda			
		1.450	1.450	
BROTOLA	Urophysis			1.500
	brasiliensis	8.000	1.500	
CABALLA	Scomber			20.000
	japonicus	30.000	30.000	
Norte paralelo 39°S				10.000
		10.000	10.000	
Sur paralelo 39°S				
		20.000	20.000	
CASTAÑETA	Cheilodactylus			40.000
	bergi	40.000	40.000	
CAZON	Galeorhinus			
	galeus	2.600		
CENTOLLA (Golfo San Jorge)				1.000
		500	1.000	
CENTOLLON	Paralomis	350		200
	granulosa		200	
CONGRIO	Conger			30
	orbignyanus	500	500	

CONGRIO DE PROFUNDIDAD				50.000
		50.000	50.000	
CORVINA RUBIA	Micropogonias			17.000
	furnieri	20.000	13.500	
GATUZO	Mustelus			10.000
	schmitti	15.000	10.000	
LENGUADO	Paralichtys			8.000
	patagonicus	10.000	10.000	
MERO	Acanthistius			8.000
	brasilianus	15.000	15.000	
MERLUZA AUSTRAL	Merluccius			3.000
	australis	4.000	4.000	
MERLUZA DE COLA	Macruronus			300.000
	magallanicus	175.000	265.000	
MERLUZA NEGRA	Dissostichus			6.000
	eleginoides	8.600	8.000	
PALOMETA	Paroana signata			2.000
		10.000	10.000	
PARGO	Umbrina canosai			2.000
		10.000	10.000	
PESCADILLA DE RED	Cynoscion			18.500
	striatus	15.000	20.000	
PEZ ANGEL	Squatina			5.000
	argentina	6.000	6.000	
PEZ PALO	Percophis			7.000
	brasilianus	7.500	6.500	
POLACA	Micromesistius			54.000
	australis	79.000	50.000	
RAYA	Sympterygia bonapartei y			
	Raja castelnaui			6.000
		8.000		
	Rayas costeras			

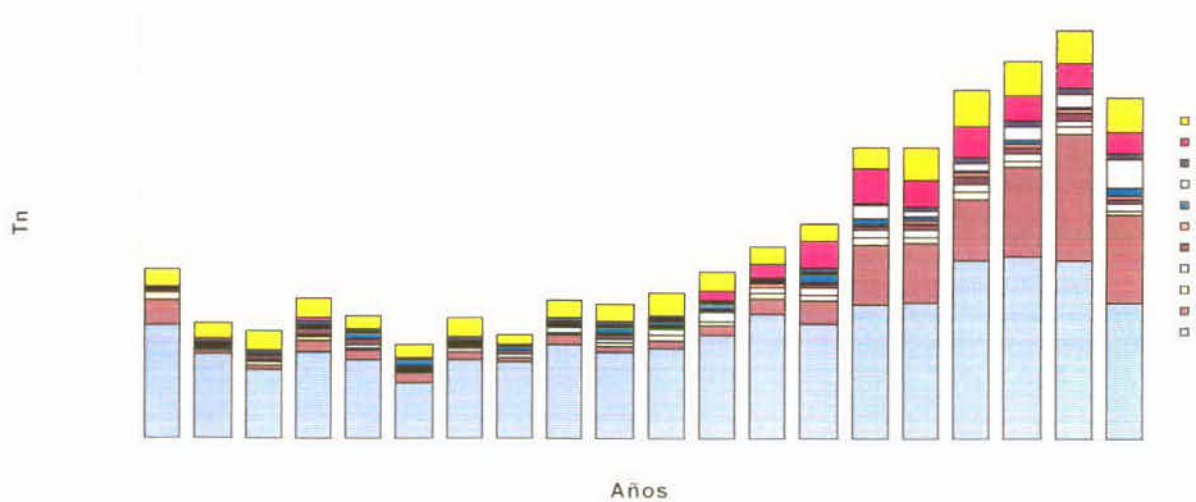
			8.000	
SALMON DE MAR	Pseudopercis			3.000
	semifasciata	2.000	2.000	
TIBURONES	Squalus ssp.			
			2.600	
VIEIRA PATAGONICA	Zygochlamys patagónica			37.800
			15.500	
Norte paralelo 39°S				17.535
			18.500	
Sur paralelo 39°S				
MERLUZA COMUN	Merluccius			110.000
	hubbsi	82.000	35.200	
norte del 41°S				
			207.500	153.000
sur del 41°S				

La actividad pesquera del país se sostiene básicamente sobre los recursos disponibles dentro de su ZEE, lo que no significa que los mismos no sean afectados por otras flotas. En principio comparte con Uruguay una Zona Común de Pesca, establecida por el Tratado del Río de la Plata y su Frente Marítimo en 1973, más allá de las 12 millas medidas desde las líneas de base costeras. Las flotas de los dos países operan sobre recursos de tal relevancia como merluza, corvina, pescadilla, calamar.

A partir del Conflicto de Malvinas, el Reino Unido estableció una zona de exclusión en torno a las Islas, en la que otorga autorizaciones de pesca a buques de bandera extranjera, operando en especies tales como el calamar.

En el Atlántico Sudoccidental se encuentran importantes concentraciones de especies transzonales, que se dan tanto dentro de las áreas sometidas a jurisdicción nacional como en las regiones adyacentes de alta mar. Transzonales implica en este caso que el hábitat de las mismas incluye tanto la ZEE de 200 millas como el Area Adyacente a la ZEE argentina. Merluza, polaca, merluza de cola, calamar (Illex) y calamaretos (Loligo Gahi) son las principales especies transzonales que captura la flota nacional y extranjera en el Area Adyacente a la ZEE Argentina, pudiendo agregarse merluza negra, merluza austral, granadero, nototenias, salilota, rayas, tiburones, anchoíta (INIDEP, Informe técnico 13/00). Las flotas de Corea del Sur, Japón y Taiwan son las que mantienen una mayor presencia en la Zona Adyacente, pescando calamar con poteras, en tanto los arrastreros de mayor presencia son de bandera española, rusa, chilena, del Reino Unido y Panamá.

Captura por especie - Período 1979/1998 -



Desembarques de las flotas de distinto origen que operan sobre las especies existentes dentro de la ZEE Argentina en toneladas, 1990-1997

Cuadro N° 15

Año	Argentina	Uruguay	Con el Unido	Licencia Milla Reino 201(t)	Total (t)
1990	544320	90951	284516	150000	1069787
1991	630072	143805	304503	150000	1228380
1992	700437	125758	314957	150000	1291152
1993	953129	118773	251580	100000	1423482
1994	956540	120737	196801	100000	1374078
1995	1144096	126495	243889	100000	1614480
1996	1238941	123276	194895	100000	1657112
1997	1339520	190248	206333	100000	1836101
1998	1117374	134306	187182	135000	1573862

En el contexto de crisis antes señalado, se hace relevante plantear la situación de los recursos ícticos, en función de su estado actual de explotación.

Según el diagnóstico que el INIDEP realizara sobre los recursos pesqueros del Mar Argentino pueden clasificarse de acuerdo con el grado de explotación actual en las siguientes categorías:

- I. Efectivos que experimentan sobrepesca.** Se refiere a aquellos efectivos que están sometidos a una presión pesquera excesiva. El objetivo es evitar el colapso y por lo tanto proceder a la recuperación de los mismos, acotando el esfuerzo extractivo a las capacidades de soporte de las poblaciones naturales. En esta situación se encuentran la merluza común y algunas especies costeras (besugo, corvina rubia, pescadilla), algunas especies demersales australes (merluza austral y polaca), y algunos crustáceos (centolla de Tierra del Fuego). Un caso particular lo constituye la merluza negra, cuya pesquería se desarrolló muy intensivamente sin una base científica, requiriéndose medidas inmediatas que respalden las investigaciones para saber el nivel de explotación de la misma y, dado su lento crecimiento, limitar la captura de juveniles.
- II. Efectivos cuya explotación está próxima a los niveles máximos aconsejables.** Las capturas en las próximas temporadas podrían mantenerse aproximadamente en las cantidades actuales, al menos hasta que la información disponible sugiera la conveniencia de modificar este criterio. Son los casos de abadejo, gatuzo, lenguados, mero y salmón de mar, entre los peces, y del centollón y las vieiras patagónica y tehuelche (del Golfo San Matías) entre los invertebrados. En el mismo grupo pueden integrarse valiosos recursos con ciclo de vida corto, como el calamar *Illex* y el langostino. En éstos, precisamente por su breve ciclo vital, no se aplica el concepto de Rendimiento Máximo Sostenible a largo plazo, sino que su abundancia y disponibilidad para la captura depende básicamente del éxito reproductivo y de la magnitud de cada reclutamiento (incorporación de nuevos ejemplares a la pesquería). El manejo se realiza a partir de una estimación de esta última cantidad y del control de su disminución durante la temporada de pesca, y tiene como objetivo posibilitar un adecuado reclutamiento el siguiente año.

III. Recursos cuyas pesquerías sería factible desarrollar en el corto y mediano plazo. Las capturas de estos recursos se encuentra por debajo de las estimaciones realizadas de su rendimiento potencial. Para las especies merluza de cola y anchoíta esta diferencia superaría las cien mil toneladas. Existe también posibilidad de aumentar las extracciones de caballa, castañeta y rubio. Pueden incluirse en este grupo, aunque su potencial no está perfectamente definido, otros recursos como los atunes y especies afines, palometa, pargo, sardina fueguina, savorín, coginova, granaderos y pez gallo p. Ej. en el Golfo San Matías.

Es conocida la existencia de un congrio de profundidad de menor tamaño que el costero pero de una biomasa importante, del orden de las 800000t, pero sin un aparente mercado y que al presente sólo es *by catch* en la pesquería de calamar o de merluza en profundidades mayores de los 200m.

IV. Casos especiales. Dentro de esta categoría se incluye a ciertas especies con particularidades biológicas, poblacionales o de explotación, así como otras que deben ser consideradas desde una perspectiva de investigación tal como es el caso del cangrejo rojo del talud (*Chaceon notialis*). Los organismos son la centolla, el centollón, tiburones y rayas.

En cuanto a la centolla y centollón, existirían varios núcleos o poblaciones en diferente estado de pesca y sometidos a diversas formas de captura. Se podría aumentar la captura de la centolla (en el Golfo San Jorge y en el talud) y del centollón en áreas de la provincia de Santa Cruz. Faltaría información en el área del Golfo San Matías y hay prohibición de la pesca de la centolla en el canal de Beagle.

Otras especies incluidas dentro de este ítem son los tiburones y rayas, cuyo interés en los dos últimos años ha ido creciendo con carácter explosivo, especialmente en el caso de los Squaliformes y de *Squalus*

acanthias, debido a la posibilidad de ser utilizados en el tratamiento de determinadas afecciones óseas y de cáncer. Otros tiburones que han sido comercializados históricamente son el gatuzo *Mustelus schmitti* y *Mustelus canis* y el cazón *Galeorhynchus galeus*. En cuanto a los tiburones de mayor porte y de hábitat más oceánico, la pesca en nuestro país no se realiza desde hace más de veinte años.

La familia Rajidae está representada por 22 especies, de las cuales las comerciales son especialmente dirigidas al mercado asiático como constituyentes de platos exóticos.

Tiburones y rayas son peces cartilaginosos, en algunos casos vivíparos, y con una reproducción que se reduce a la procreación de pocos individuos, que en ocasiones llega a la docena. Esta característica los hace especialmente sensibles a la explotación pesquera, por su bajo reclutamiento. Dentro de este grupo de peces cartilaginosos se encuentra al pez gallo *Callorhynchus callorhynchus*, especialmente estudiado por investigadores del Instituto Storni, y el pez ángel, *Squatina argentina*.

Las capturas

El grado de explotación de los recursos sobre los que se ha expuesto, se presenta en el Cuadro 16. Pueden observarse las capturas por especie para el 1999. Casi el 50% del grupo de los peces corresponde a la merluza común; junto con la polaca y la merluza de cola alcanzan el 70%. En el grupo de moluscos el 98% correspondió a calamar y el langostino aporta el 68% de los desembarques de crustáceos.

Cuadro N°16
ARGENTINA
CAPTURAS DE LA FLOTA
MARITIMA
POR ESPECIE. EN
TONELADAS

	1999	%	%
PECES			
Abadej o	21.64 9	2,13	3,36
Anchoa de banco	288	0,03	0,04
Anchoí ta	10.65 9	1,05	1,66
Bacalao austral	6.609	0,65	1,03
Bagre	5	0,00	0,00
Besugo	2.371	0,23	0,37
Bonito	68	0,01	0,01
Brótola	759	0,07	0,12
Caballa	10.17 2	1,00	1,58
Castañ eta	165	0,02	0,03
Cazón	89	0,01	0,01
Cherni a	221	0,02	0,03
Congri o	18	0,00	0,00
Cornali to	600	0,06	0,09
Corvina Blanca	6.762	0,66	1,05
Corvina Negra	95	0,01	0,01
Gatuzo	9.786	0,96	1,52
Granad ero	2.580	0,25	0,40

Jurel	470	0,05	0,07
Lengua do Lisa	7.154	0,70	1,11
Merluza Austral	11	0,00	0,00
Merluza Hubbsi	3.472	0,34	0,54
	314.0	30,8	48,80
	73	7	
Merluza Negra	7.722	0,76	1,20
Merluza de cola	118.3	11,6	18,39
	56	3	
Mero	6.360	0,63	0,99
Palome ta	1.731	0,17	0,27
Pargo	1.433	0,14	0,22
Pejerre y Pescadi lla	18	0,00	0,00
	11.58	1,14	1,80
	3		
Pescadilla Real	88	0,01	0,01
Pez Angel	3.804	0,37	0,59
Pez Gallo	1.979	0,19	0,31
Pez Limón	9	0,00	0,00
Pez Palo	7.897	0,78	1,23
Pez Sable	136	0,01	0,02
Polaca	55.09	5,42	8,56
	8		
Raya	12.66	1,25	1,97
	9		
Róbalo	2.028	0,20	0,32
Rubio			

Salmón de Mar	3.360	0,33	0,52
Salmonete	2.817	0,28	0,44
Saraca	229	0,02	0,04
Sargo	205	0,02	0,03
Savorín	5	0,00	0,00
Tiburón	3.342	0,33	0,52
Otras especies	1.159	0,11	0,18
TOTAL PECES	3.549	0,35	0,55
	643.653	63,26	100
CRUSTACEOS			
Camarón	37	0,00	0,16
Cangrejo	32	0,00	0,14
Centolla	133	0,01	0,57
Centollón	138	0,01	0,59
Langostino	15.988	1,57	68,45
Otros Crustáceos	7.028	0,69	30,09
TOTAL CRUSTACEOS	23.356	2,30	100
MOLUSCOS			
Calamar martiala	643	0,06	0,2
Calamar illex	343.437	33,75	98,0
Calamar loligo	209	0,02	0,1
Caracol	852	0,08	0,2
Mejillón	353	0,03	0,1
Pulpo			

Vieira (callos)	34	0,00	0,0
Otros	4.927	0,48	1,4
TOTAL MOLUSCOS	350.455	34,4	100
RESTO	0	0,00	0,00
TOTAL GENERAL	1.017.464	100	300

Fuente: Dirección Nacional de Pesca Marítima
 Datos a julio
 de 2000

Las estadísticas de nivel nacional parten de una caracterización de la flota basada en una combinación de elementos: la autonomía o tiempo de distancia fuera de puerto permitido por la Prefectura Naval Argentina, la capacidad para mantener el pescado en hielo y transportarlo a tierra fresco o congelarlo con algún grado de procesamiento, y las artes utilizadas para la captura, relacionadas con alguna especie en particular.

En los Cuadros 17 y 18 se exponen para el año 1999 las capturas por tipo de flota.

En cuanto a la flota fresquera, es decir la que desembarca pescado fresco conservado en hielo, puede hacerse una primera clasificación entre costera y de altura. La costera en este caso está incluyendo la de rada o ría.

Los desembarques por tipo de flota

Cuadro N° 17
DESEMBARQUES DE LA FLOTA PESQUERA ARGENTINA-
1999
POR TIPO DE FLOTA
En toneladas

	FRESQUERA			CONGELADORA						TOTAL
	RADA- -RIA	COST- ERA	ALTU- RA	ARRAS- TRE	PALAN- AGRE-	TANG- ON	SUR- IMI	POTER- O NAC	POTER- O CHART- EO	
PECES	19.01	104.23	191.3	232.78	6.334	1.921	88.0			643.64
%	2	0	45	8			18			8
	3,0	16,2	29,7	36,2	1,0	0,3	13,7			100
CRUSTACEOS		200	21	6.675		15.79				23.354
%						4				100
	2,8	0,9	0,1	28,6		67,6				
MOLUSCOS		1.540	3.279	54.060		21	41	112.80	178.029	350.45
%								5		4
	0,2	0,4	0,9	15,4		0,0	0,0	32,2	50,8	100
TOTAL	20.35	105.97	194.6	293.52	6.334	17.73	88.0	112.80	178.029	1.017.
%	5	0	45	3		6	59	5		456
	2,0	10,4	19,1	28,8	0,6	1,7	8,7	11,1	17,5	100

Fuente: Dirección Nacional de Pesca y Acuicultura. Cifras a julio de 2000

Cuadro N° 18
CAPTURAS DE LA FLOTA
MARITIMA
POR ESPECIE. EN TONELADAS

	1999	%	1998	%	1997	%
PECES						
Abadejo	21.649	2,13	25.109	2,25	21.930	1,64
Anchoa de banco	288	0,03	15	0,00	417	0,03
Anchoíta	10.659	1,05	13.350	1,19	25.198	1,88
Bacalao austral	6.609	0,65	3.604	0,32	2.632	0,20
Bagre	5	0,00	18	0,00	13	0,00
Besugo	2.371	0,23	574	0,05	1.159	0,09
Bonito	68	0,01	12	0,00	130	0,01
Brótola	759	0,07	3.340	0,30	182	0,01
Caballa	10.172	1,00	3.224	0,29	10.468	0,78
Castañeta	165	0,02	1.827	0,16	744	0,06
Cazón	89	0,01	92	0,01	103	0,01
Chernia	221	0,02	75	0,01	122	0,01
Congrio	18	0,00	81	0,01	28	0,00
Cornalito	600	0,06	31	0,00	438	0,03
Corvina Blanca	6.762	0,66	9.439	0,84	26.108	1,95
Corvina Negra	95	0,01	272	0,02	82	0,01
Gatuzo	9.786	0,96	11.264	1,01	9.957	0,74
Granadero	2.580	0,25	3.293	0,29	1.041	0,08
Jurel	470	0,05	247	0,02	290	0,02
Lengua do	7.154	0,70	8.746	0,78	10.063	0,75
Lisa	11	0,00	7	0,00	8	0,00
Merluza Austral		0,34		0,28		

	3.472		3.126		3.036	0,23
Merluza Hubbsi	314.073	30,87	458.569	41,04	585.491	43,66
Merluza Negra	7.722	0,76	9.976	0,89	8.781	0,65
Merluza de cola	118.356	11,63	96.360	8,62	41.702	3,11
Mero	6.360	0,63	5.215	0,47	9.117	0,68
Palometa	1.731	0,17	1.744	0,16	1.807	0,13
Pargo	1.433	0,14	1.956	0,18	2.753	0,21
Pejerrey	18	0,00	17	0,00	82	0,01
Pescadilla	11.583	1,14	17.093	1,53	24.133	1,80
Pescadilla Real	88	0,01	181	0,02	224	0,02
Pez Angel	3.804	0,37	4.310	0,39	4.410	0,33
Pez Gallo	1.979	0,19	1.770	0,16	1.365	0,10
Pez Limón	9	0,00	7	0,00	17	0,00
Pez Palo	7.897	0,78	9.670	0,87	11.475	0,86
Pez Sable	136	0,01	285	0,03	309	0,02
Polaca	55.098	5,42	71.643	6,41	79.945	5,96
Raya	12.669	1,25	14.856	1,33	12.130	0,90
Róbalo	2.028	0,20	1.198	0,11	57	0,00
Rubio	3.360	0,33	1.195	0,11	2.563	0,19
Salmón de Mar	2.817	0,28	2.223	0,20	2.488	0,19
Salmonete	229	0,02	99	0,01	73	0,01
Saraca	205	0,02	104	0,01	893	0,07
Sargo	5	0,00	15	0,00	85	0,01
Savorín	3.342	0,33	2.462	0,22	2.592	0,19
Tiburón	1.159	0,11	1.220	0,11	1.070	0,08
Otras especies	3.549	0,35	6.217	0,56	5.796	0,43

TOTAL PECES	643.653	63,26	796.131	71,25	913.507	68,12
--------------------	---------	-------	---------	-------	---------	-------

	1999	%	1998	%	1997	%
CRUSTACEOS						
Camarón	37	0,00	146	0,01	179	0,01
Cangrejo	32	0,00	5	0,00	34	0,00
Centolla	133	0,01	155	0,01	413	0,03
Centollón	138	0,01	321	0,03	368	0,03
Langostino	15.988	1,57	23.333	2,09	6.482	0,48
Otros Crustáceos	7.026	0,69			335	0,02
TOTAL CRUSTACEOS	23.354	2,30	23.960	2,14	7.811	0,58
MOLUSCOS						
Calamar illex	343.437	33,75	291.252	26,07	411.704	30,70
Calamar Martialla	643	0,06			310	0,02
Calamar loligo	209	0,02				
Calamarete		-	802	0,07	1.999	0,15
Caracol	852	0,08	1.010	0,09	1.323	0,10
Mejillón	353	0,03	149	0,01	180	0,01
Pulpo	34	0,00	17	0,00	48	0,00
Vieira	4.927	0,48	3.498	0,31	3.645	0,27
Otros		-	2	0,00	2	0,00
TOTAL MOLUSCOS	350.455	34,44	296.730	26,56	419.211	31,26
RESTO	0	0,00	552	0,05	548	0,04
TOTAL GENERAL	1.017.462	100	1.117.373	100	1.341.077	100

Fuente: Dirección Nacional de Pesca y Acuicultura. Datos a julio del 2000

IDENTIFICACION DE ACTORES DE LA PRODUCCION

FLOTA FRESQUERA		FLOTA CONGELADORA									
	Rada- Ría	Coster a	Altura	Arrast re	Palan gre	Tangon era	Surim era	Potera nac.	Potera -chart	Total flota	
Peces	3 %	16.2 %	29.7 %	36.2 %	1 %	0.3 %	13.7 %	-	-	100 %	
Crustáceos	2.8 %	0.9 %	0.1 %	28.6 %	-	67.6 %	-	-	-	100 %	
Moluscos	0.2 %	0.4 %	0.9 %	15.4 %	-	-	-	32.2 %	50.8 %	100 %	
Total	2.0 %	10.4 %	19.1 %	28.8 %	0.6 %	1.7 %	8.7 %	11.1 %	17.5 %	100 %	

**IDENTIFICACION DE ACTORES DE LA PRODUCCION
POR PROVINCIA**

	Flota fresquera			Flota congeladora					
	Rada- Ria	Costera	Altura	Arrastre	Palangre	Tangonera	Surimera	Potera chart	Potera nac.
Buenos Aires	76.4 %	65.7 %	75.5 %	38.5 %	14.4 %	0.2 %	0.0 %	0.8 %	11.3 %
Río Negro	7.0 %	5.5 %	2.1 %	1.6 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
Chubut	15.2 %	24.5 %	20.5 %	29.8 %	0.0 %	26.5 %	0.0 %	60.4 %	73.4 %
Santa Cruz	0.6 %	4.0 %	1.9 %	25.3 %	22.2 %	73.2 %	0.0 %	38.8 %	15.3 %
Tierra del Fuego	0.7 %	0.2 %	0.0 %	4.8 %	63.5 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %
% del total de capturas	2%	10%	19%	29%	1%	2%	9%	17%	11%
Flota Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Ranking Volúmen Capturas Por tipo de flota	
1	Congeladora - arrastre 29 %
2	Fresquera - altura 19 %
3	Congeladora - potera chart. 17 %
4	Congeladora - potera nac. 11 %
5	Fresquera - costera 10 %
6	Congeladora - surimera 9 %
7	Congeladora - tangonera 2 %
8	Fresquera - rada/ria 2 %
9	Congeladora - palangre 1 %

Cuadro N°20

1999. DESEMBARQUES POR PUERTO Y FLOTA

	FRESQUEROS			(en tn)
	RADA	COSTER	ALTUR	
	A	A	A	
BUENOS AIRES	13.78	67.965	146.60	
MAR DEL PLATA	2		9	
NECHOCHEA	1.578	1.580	283	
BAHIA BLANCA	196	64		
SAN ANTONIO OESTE	1.416	5.257	3.069	
SAN ANTONIO ESTE	19	616	1.077	
PUERTO MADRYN		493	13.456	
RAWSON	856	6.726	77	
COMODORO	186	16.003	26.353	
CALETA CORDOVA	1.165	670		
BAHIA CAMARONES	890	2.108		
CALETA OLIVIA		3.089	3.037	
SAN JULIAN	108	1.171	522	
DESEADO	12		163	
PUNTA QUILLA		5		
USHUAIA	104	223		
ALMANZA	44	1		
TOTAL	20.356	105.971	194.646	
	2	10	19	% s/ total

	CONGELADORES						(en ton)
	ARRA S.	PAL.	TANG	SURI MI	POT CHAR	POT NAC	TOTAL
BUENOS AIRES MAR DEL PLATA NECHOCHEA	268	112				16	396
	65.879		5		1.245	11.572	307.057
BAHIA BLANCA	36.455		34		267	1.176	41.373
SAN ANTONIO OESTE	10.386	798	3				11.447
SAN ANTONIO ESTE							9.742
PUERTO MADRYN RAWSON	4.809						6.521
	87.340		3.811		103.958	82.531	291.589
COMODORO			17				7.676
CALETA CORDOVA BAHIA CAMARONES	128		876		3.540	254	47.340
							1.835
CALETA OLIVIA							2.998
SAN JULIAN	2.246		3.755			1.597	13.724
DESEADO							1.801
PUNTA QUILLA	72.047	1.405	9.236		35.288	2.271	120.422
USHUAIA					33.731	13.388	47.124
ALMANZA	13.966	4.019		88.058			106.370

TOTAL						45	
						-	
	293.5	6.334	17.73	88.05	178.0	112.8	1.017.
	24		7	8	29	05	460
						%	
	29	1	2	9	17	11	s/total

Caracterización de actores responsables de las capturas

Flota Costera

Esta flota se caracteriza por capturar una variedad de especies, utilizando distintos tipos de artes de pesca. Debido a las diferencias ambientales que condicionan el tipo de explotación que se desarrolla a lo largo de las costa Argentina, la Pesca Costera puede ser analizada en dos áreas operativas diferentes, la bonaerense y la patagónica (Lasta C., Carozza C, Ruarte C. y A. Massa 1999).

La Pesca costera Patagónica se desarrolla desde los 41° S hacia el Sur y dada las características oceanográficas de la zona permiten la explotación mayoritaria de recursos pesqueros de plataforma.- Aunque la flota patagónica tiene similares operativas y similares artes de captura que la flota costera bonaerense su comportamiento es similar a la flota fresquera de altura.

Para la flota costera bonaerense, el INIDEP distingue dos grupos: hasta 18-20 metros de eslora y mayores de 20 metros hasta 30 metros, coincidiendo con la clasificación de costeros chicos y grandes de la Prefectura Naval Argentina.

Los costeros chicos en general, esperan el acercamiento de los recursos a la costa en tanto los grandes, salen a buscarlos.

Las especies más relevantes en este caso son corvina rubia, pescadilla de red y gatuzo, a las que se agrega el "variado costero": pez palo, pez ángel, pargo, besugo, lenguados, brótola, mero, congrio, palometa, castañeta, salmón de mar, tiburones y rayas.

Operando sobre un ecosistema complejo, en los últimos años se ha observado un incremento en la captura de las especies mencionadas, que podría poner en riesgo la sustentabilidad de la pesquería. En este caso opera de manera desfavorable el aumento de la presión de los buques costeros más grandes y de buques de altura, que, ante las dificultades que presenta la pesquería de la merluza, se vuelcan hacia las variedades de costa, compitiendo con las embarcaciones menores, que no tienen posibilidades de acceder a otro tipo de recursos (INIDEP).

Para los barcos menores (flota chica) de la zona bonaerense, el INIDEP identifica 2 estratos: uno con rango de eslora entre 8,68m y 14,95 m y el segundo con rango de eslora entre 14,96m y 18,23.

Especies capturadas por la flota chica de Mar del Plata. Porcentajes sobre la captura total.

Cuadro N°21

ESPECIE	ESTRATO I	ESTRATO II
Pez palo	3,82	20,79
Lenguado	3,19	9,84
Pez Angel	1,62	6,13
Raya	1,22	5,74

Merluza	0,11	0,81
Gatuzo	2,07	6,50
Abadejo		0,01
Pargo	0,34	1,42
Mero	0,76	2,39
Salmón	0,30	0,67
Pescadilla	7,39	7,42
Corvina	22,75	23,46
Blanca	0,35	0,19
Besugo	0,01	
Bonito	0,27	
Langostino	8,52	0,53
Caballa	3,16	0,07
Cornalito	34,66	3,63
Anchoíta	9,46	10,40
Otras		
	100,0	100,0
Total		

Fuente: INIDEP

Para los dos estratos, merluza, abadejo, pargo, salmón, besugo, bonito y langostino pueden considerarse incidentales.

Esta flota tiene una forma de organización significativa, no sólo por tener un nucleamiento que la representa, sino por la presencia de la Cooperativa Marplatense de Pesca, de la que forman parte. A través de la misma se comercializa su producción, se industrializa, en tanto cuenta con planta de elaboración y congelado, de conserva, de harina y cámara frigorífica. Asimismo, dirige los desembarques de fresco para el mercado interno.

Los Cuadros 22 a 25 presentan los desembarques por puerto de la flota costera, pudiendo observarse la diferente composición de las capturas entre los que corresponden a la zona bonaerense y los que corresponden a la región sur.

Cuadro N° 22							
PROVINCIA DE RIO NEGRO							
CAPTURAS DE LA FLOTA MARITIMA							
POR ESPECIE Y TIPO DE FLOTA. EN TONELADAS							
		SAN ANTONIO OESTE			SAN ANTONIO ESTE		
		RADA/R IA	COSTER OS	FRESQUER OS	RADA/R IA	COSTER O	FRESQUER O
PECES							
Abadejo		18,0	51,6	42,6	0,1	16,1	47,0
Besugo		1,1	12,1			4,2	0,2
Caballa		0,1	1,0				
Castañeta		9,5	10,8	32,3	0,2	1,3	1,3
Cazón		11,2	24,7	13,0	0,1	2,2	2,0
Chernia			2,1	3,3			0,5
Corvina Blanca			0,2				
Gatuzo		31,4	86,8	63,9	0,7	3,6	16,3
Lengua do		105,4	262,7	106,1	0,7	37,4	23,4
Merluza Austral		64,2	50,0	20,1		6,9	1,2
Merluza Hubbsi		815,7	2.302,0	1.205,8	13,4	260,9	719,8
Merluza de cola		63,4	555,5	408,7		90,4	60,1
Mero		25,2	292,3	246,4	0,4	31,7	28,0
Palome ta		33,4	105,8	67,1		14,0	26,2
Pescadi lla			3,3				2,0
Pez Angel		15,1	36,1	25,1	0,2	4,1	5,0

Pez Gallo		99,7	440,4	205,3	1,0	71,5	44,1
Pez Palo		3,2	57,7	40,9		4,2	0,2
Raya		16,3	204,3	115,9	0,6	29,9	24,3
Róbalo			0,2				
Rubio		1,0	0,1	0,7			0,1
Salmón de Mar		20,9	120,7	63,5	0,4	7,9	22,8
Savorín		36,8	424,3	305,8		6,8	30,1
Tiburón		0,2	0,8	4,9		0,4	0,5
Otras especies		15,5	112,0	49,8	0,4	9,1	12,7
TOTAL PECES		1.387,3	5.157,5	3.021,2	18,2	602,6	1.067,8
CRUSTACEOS							
Cangrejo		0,1	3,1				
TOTAL CRUSTACEOS		0,1	3,1	-	-	-	-
MOLUSCOS							
Calamar illex		28,2	85,6	45,8	0,4	13,2	8,5
Calamar lilogo			0,5	0,4			
Caracol		0,1	10,5	1,1		0,7	0,5
TOTAL MOLUSCOS		28,3	96,6	47,3	0,4	13,9	9,0
TOTAL GENERAL		1.415,7	5.257,2	3.068,5	18,6	616,5	1.076,8
<i>Fuente: Dirección Nacional de Pesca Marítima</i>							
Datos a julio de 2000							

La Provincia de Río Negro tiene un perfil particular en función de la importancia relativa de la flota fresquera en el total de desembarques, y el sustento de su pesquería en los recursos del Golfo de San Matías. De acuerdo con la información obtenida en la Provincia, pueden identificarse los siguientes segmentos:

- arrastreros de fondo (eslora entre 18 y 27 metros). Pescaron con continuidad entre 8 y 10 buques durante 1999. Pescan especies demersales (merluza, pez gallo, mero, abadejo, lenguados, salmón, calamar, etc.) con red de arrastre de fondo.
- palangreros industriales (eslora de 20 a 32 mts.) Pescaron con continuidad 2-3 buques en 1999 y en el 2000 no operan. Pescan merluza, abadejo, salmón, mero, utilizando palangre de media agua de monofilamento.
- lanchas palangreras rada ría (eslora de 12 a 17 m / 120 a 180 HP generalmente diesel interno). Pescaron con continuidad entre 5 y 10 lanchas durante 1999. Pescan principalmente merluza hubbsi, abadejo, salmón y mero. Utilizan un tipo de palangre de media agua (pincho) con línea madre de cordel y brazoladas de monofilamento. En el 2000 no operó ninguna.
- Lanchas marisqueras rada ría (eslora de 12 a 17 m / 120 a 180 HP generalmente diesel interno). Empezaron a pescar mejillón con rastra de 1,5 a 2 m de ancho de boca a finales del 99. Había unas 2 o 3 trabajando en 1999.
- Buques poteros: se habilitan unas 5 licencias invernales en el golfo para pesca de calamar, para operar de julio a setiembre.

En el caso de la provincia del Chubut, tal como surge del cuadro correspondiente, la flota costera funciona básicamente como flota merlucera. Tanto en Comodoro Rivadavia como en Rawson, el 90% de los desembarques corresponden a esta especie, Se asocia con una operatoria zafra dentro del Golfo de San Jorge.

Cuadro N°23											
PROVINCIA DEL CHUBUT											
CAPTURAS DE LA FLOTA COSTERA											
POR ESPECIE. EN TONELADAS											
		PUERTO MADRYN		RAWSON		COMODORO		BAHIA CAMARONES		CALETA CORDOVA	
		RAD A/RI A	COST EROS	RAD A/RI A	COST EROS	RADA /RIA	COSTE ROS	RADA/ RIA	COST EROS	RADA/ RIA	COSTE ROS
PECES											
Abadejo			8,5		9,4	1,4	277,3		2,2	1,9	1,9
Anchoa de banco											
Anchoíta					327,0		0,4				
Bacalao austral			0,1				23,1				
Bagre											
Besugo											
Bonito					23,5						
Brótola							1,4				
Caballa											
Castañeta											
Cazón			0,6				0,5				
Chernia			0,3								
Congri o											
Cornali to											
Corvina Blanca											
Corvina Negra											
Gatuzo			0,9		0,5		3,8		9,0		
Granad ero							16,3				

Jurel				0,1						
Lengua do		9,3	24,2	0,1	5,1	4,9	5,6	0,1		
Lisa										
Merluza Austral										
Merluza Hubbsi		321, 5	6.09 6,9	151, 7	14.53 1,8	798,2	1.967 ,7	1.045, 5	614,3	
Merluza Negra		6,0								
Merluza de cola					278,3					
Mero		77,1	69,9		82,5	2,3	31,2	2,3	1,3	
Palome ta			3,2		120,4	5,1	10,6	7,8	0,3	
Pargo										
Pejerre y			0,1					0,3	0,3	
Pescadi lla										
Pescadilla Real										
Pez Angel		0,3								
Pez Gallo		0,3	48,8	12,9	215,6	63,6	25,3	52,8	18,3	
Pez Limón		0,9								
Pez Palo			1,1		0,1					
Pez Sable										
Polaca										
Raya		10,6	1,7		59,3	0,2	0,1		0,3	
Róbalo					0,9			0,2		
Rubio					1,6					
Salmón de Mar		7,4	36,2		7,0	8,2	29,7	0,4	0,2	
Salmo nete										
Saraca										
Sargo										

Savornín		37,1	1,0	5,4	1,3	7,0		0,1	
Tiburón		1,5	4,0	0,3					
Otras especies		1,8	61,6	105,8	3,5	16,5	1,2	6,3	
TOTAL PECES		-484,2	-6.709,2	166,1	15.736,9	887,3	2.104,9	1.112,5	643,3
CRUSTACEOS									
Camarón			2,7	1,0				0,4	
Cangrejo									
Centolla			0,7	24,3	1,4		24,2	5,9	
Centollón									
Langostino			11,2	0,2	0,8	0,1	4,6	10,3	
Otros Crustáceos									
TOTAL CRUSTACEOS		-	-14,6	-	25,5	2,2	0,1	29,2	16,2
MOLUSCOS									
Calamar martiala									
Calamar illex		8,8	1,8	240,8	0,9	3,1	18,7	10,1	
Calamar loligo			0,4				0,2	0,3	
Caracol									
Mejillón									
Pulpo									
Vieira (callos)							4,4		
Otros									
TOTAL MOLUSCOS		-8,8	-2,2	-240,8	0,9	3,1	23,3	10,4	
RESTO									
TOTAL GENERAL		-493,0	-6.726,0	166,1	16.003,2	890,4	2.108,1	1.165,0	669,9

Fuente: Dirección Nacional de Pesca Marítima													
Datos a julio de 2000													

La Provincia de Santa Cruz no registra una operatoria significativa de flota costera. Debe mencionarse que se está trabajando con estadísticas de nivel nacional, que pueden no registrar con un nivel de desagregación por puerto de modo tal que aparezcan discriminados los desembarques en Caleta Paula o en Gallegos. Sin embargo, es acertado decir que no tiene relevancia sino local, permitiendo la actividad económica de un reducido número de agentes. Para esta flota chica la provincia tiene delimitada un área exclusiva dentro del Golfo de San Jorge.

Cuadro N°24							
PROVINCIA DE SANTA CRUZ							
CAPTURAS DE LA FLOTA COSTERA							
POR ESPECIE. EN TONELADAS							
		SAN JULIAN		DESEADO		PUNTA QUILLA	
		RAD A/RI A	COST EROS	RAD A/RI A	COST EROS	RADA /RIA	COS TER OS
PECES							
Abadej o			29,9				
Anchoa de banco							
Anchoí ta							
Bacalao austral		9,9	110,5				0,4
Merluza Hubbsi		14,5	226,0	7,7			3,5
Merluza Negra							

Merluza de cola	52,2	723,7				1,2
Mero						
Palometa		28,9				
Pargo						
Pejerrey	5,4					
Pez Gallo	9,3	25,2	0,1			
Raya		6,2				
Róbalo	3,6	6,8				0,1
Otras especies		1,3	0,4			0,1
TOTAL PECES	94,9	1.158,5	8,2	-	-	5,3
CRUSTACEOS						
Langostino			3,3			
Otros Crustáceos						
TOTAL CRUSTACEOS	-	-	3,3	-	-	-
MOLUSCOS						
Calamar martiala						
Calamar illex		12,9	0,1			
Calamar loligo						
Caracol						
Mejillón	13,4					
Pulpo						
Vieira (callos)						
Otros						
TOTAL MOLUSCOS	13,4	12,9	0,1	-	-	-
RESTO						
TOTAL GENERAL	108,	1.17	11,6	-	-	5,3

	3	1,4				
<i>Fuente: Dirección Nacional de Pesca Marítima</i>						
Datos a julio de 2000						

En la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, tampoco es significativa la actividad de la flota costera. Por las características de los agentes económicos involucrados, vinculadas con las particularidades de las condiciones geográficas en que operan, la pesca menor de la provincia será considerada en el análisis del sector artesanal.

Cuadro N°25						
PROVINCIA DE TIERRA DEL FUEGO, ANTARTIDA E ISLAS DEL ATLANTICO SUR						
CAPTURAS DE LA FLOTA COSTERA						
POR ESPECIE Y PUERTO. EN TONELADAS						
		ALMANZA		USHUAIA		
		RAD A/RI A	COSTEROS	RAD A/RI A	COSTEROS	
PECES						
Abadejo				43,3	9,8	
Anchoa de banco						
Anchoíta						
Bacalao austral				3,6	90,5	
Brótoia				1,1		
Gatuzo				2,6	3,4	
Merluza Austral					2,6	
Merluza Hubbsi						
Merluza Negra					1,3	
Merluza de						

cola			2,7	1,0		
Raya			0,7	10,6		
Savori n				0,1		
Tiburó n				27,1		
Otras especies			0,3	0,2		
TOTAL PECES	-	-	54,3	146,6		
CRUSTACEOS						
Camar ón						
Cangre jo						
Centolla	0,2	0,1	4,0	27,7		
Centoll ón	43,7	0,7	45,1	48,5		
Langostino						
Otros Crustáceos						
TOTAL CRUSTACEOS	43,9	0,8	49,1	76,2		
MOLUSCOS						
Pulpo			0,3			
Vieira (callos)						
Otros						
TOTAL MOLUSCOS	-	-	0,3	-		
RESTO						
TOTAL GENERAL	43,9	0,8	103,7	222,8		
<i>Fuente: Dirección Nacional de Pesca Marítima</i>						
Datos a julio de 2000						

Se debe incluir dentro de la pesca costera, la dedicada a la captura de Centolla y Centollón, crustáceos de alto valor comercial, cuya actividad requiere mayor

complejidad que la anterior y con niveles más alto de inversión. La misma está a cargo de empresas que realizan íntegramente el proceso de captura, industrialización y comercialización.-

Estas empresas poseen barcos para navegar el canal Beagle, donde realizan sus capturas, transportando luego el producto vivo hasta las plantas industriales propias, lugar donde es procesado, envasado y posteriormente comercializado hacia el mercado interno o externo.-

La presión de la captura de centolla está en el máximo posible según las evidencias existentes, por lo cual su pesca es regulada, para impedir la sobrecaptura.- En similares condiciones se encuentra el Centollón.-

Parte de las embarcaciones de rada/ría pueden encuadrarse dentro de lo que puede definirse como pesquería artesanal, a la que se agregan otros métodos y artes de captura. El Consejo Federal Pesquero ha emitido la Resolución 3/00 por la que se define la Actividad Pesquera Artesanal Marítima o Pesca Artesanal Marítima, a toda actividad que se ejerza en forma personal, directa y habitual por pescadores y/o recolectores, realizada con embarcaciones menores o sin ellas y destinada a la captura, extracción y/o recolección de recursos vivos del mar. Embarcaciones menores se consideran los botes de fabricación casera y cascos de construcción industrial propulsados a remo, o motor fuera de borda y a las embarcaciones con motor interno cuya eslora no supere los 10 metros. Las provincias deberán determinar las excepciones respecto de la eslora.

La reglamentación abarca los actos de extracción o recolección: mediante la utilización de redes playeras, trasmallos, redes agalleras, redes fijas, trampas, artes de anzuelo, etc.; por extracción manual mediante buceo desde la costa o embarcación, y por recolección manual en la zona intermareal.

A partir de los registros específicos que se crean para la Pesca Artesanal, podrá disponerse de mayor información respecto de la cantidad de personas que trabajan en estas actividades, así como las capturas que realizan.

De la revisión bibliográfica realizada de y consultas a los diferentes actores se puede aseverar que en las Provincias Patagónicas (Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego) existe un común denominador en cuanto a los inconvenientes considerados como obstáculos concretos para desarrollar la pesca artesanal:

Respecto a los pescadores se destacan:

- Problemas geográficos que obstaculizan o impiden el acceso a buenas playas de pesca
- Caminos o acceso a playas de pesca en mal estado o inexistencia de caminos.
- Prohibición por ley de ingresar a buenas zonas de pesca o accesos con interferencias de otras actividades(extracción de áridos, pesca deportiva) o directamente denegados por los dueños de establecimientos rurales.-
- Respecto a la Comercialización:
- Impedimentos legales para vender el producto en fresco directamente al público
- Falta de continuidad en la entrega del producto a las plantas procesadoras

No obstante lo expuesto, las provincias presentan diferentes grados de desarrollo con interesantes particularidades en cuanto al desarrollo de la pesca costera así como la artesanal.-

En principio, en la Provincia de Buenos Aires operan embarcaciones menores en algunos casos trasladadas al agua mediante tractores y se realizan operaciones de pesca en Bahía Blanca, Monte Hermoso, San Clemente y la Bahía de Samborombón al norte.

En el caso de Río Negro, dentro del Golfo de San Matías, se distinguen:

- a. Lanchas palangreras artesanales (eslora de 7 a 9,90 m / 50 a 180 HP generalmente fuera de borda). Pescaron con continuidad entre 30 y 60 lanchas durante 1999. Ocuparon a bordo a unas 60 a 150 personas. Pescan principalmente merluza hubbsi, abadejo, salmón y mero. Utilizan palangre de media agua (pincho) de cordel o filástica, no usan monofilamento. Calan entre 3 y 4 mil anzuelos día. Encarnan con anchoíta o sardina importada.. En el 2000 quedan unas 5 a 15 lanchas de este tipo trabajando pero no a merluza sino a fino (salmón, abadejo, mero, etc.).
- b. Lanchas marisqueras artesanales (eslora de 7 a 9,9 m / 50 a 180 HP) Pescaron entre 3 y 4 lanchas durante 1999. Pescan principalmente mejillón con buceo, también almeja amiantis y "roban" vieira, ostras y alguna otra cosa cuando pueden. Trabajaron en el 99 unas 10 a 20 personas.
- c. Lanchas artesanales costeras: lanchas que pescan con red de playa. Entre 5 y 6 m de eslora, c/fuera de borda o a remo. Trabajan anualmente entre 5 y 10 personas. En 1999 capturaron unas 200 tns de pejerrey, róbalo, cornalito, sargo, etc.
- d. Recolectores costeros: pulperos y almejeros. Trabajaron temporalmente unas 20 a 30 personas en 1999. Capturan anualmente unas 10 a 20 tns de pulpito y unas 30 a 50 tns de almeja amiantis.

En la provincia del Chubut, si bien durante el año 1992, la pesca artesanal fue declarada de interés Municipal por el Consejo Deliberante de la Ciudad de Puerto Madryn y de interés Provincial por la Legislatura de Chubut, aún existe escasa información de la actividad en todos los niveles considerados, principalmente a nivel estatal.

En esta Provincia existen cinco grupos o tipos de actividades pesqueras artesanales marítima

(M:E:Ré & J:C:Berón: 1999) bien definidas:

- La marisquería de costa, que incluye la recolección de pulpitos, pulpos, mejillones, cholgas, caracoles, sin el apoyo de embarcaciones menores.
- La pesca con redes de costa y/o agalleras, con o sin botes a remo, para la captura principalmente de peces, como pejerreyes, cornalito y róbalo.
- La pesca con caña, con utilización de embarcaciones de alrededor de 8 metros de eslora y motores de 35 a 110 HP, para la captura de peces, como salmón y mero.
- La marisquería mediante buceo, con lanchas de alrededor de 8 metros de eslora, motores de 35 a 11HP, compresor y narguiles, para la recolección de vieyras, mejillones, cholgas, almejas.
- La recolección de algas en el piso intermareal, provenientes de arribazones o en el piso infralitoral, por medio de trineos o buceo.

De las actividades citadas se posee abundante información acerca de la marisquería del golfo San José, y en menor grado del resto. Respecto a la **pesca artesanal con redes**, existe información sobre la época general de captura en toda la provincia : el pejerrey (*Odontesthes smitti*) y el róbalo (*Eleginops maclovinus*), durante todo el año, el pejerrey (*Odontesthes argentinensis*) de enero a octubre, el cornalito (varias especies) desde octubre a mayo.

El número total de personas directamente dedicadas a la actividad se encuentra ente 120 y 160 aproximadamente lo que considerando las familias de los pescadores se estiman entre 600 y 800 personas que viven directamente de esta actividad. El mayor porcentaje opera en el área norte de la provincia (Golfos San José y Nuevo, Puertos Lobos y zona de Rawson), le sigue el área sur (Caleta Córdova, Comodoro Rivadavia, Rada Tilly) y por último el área centro.

Actualmente la pesca artesanal en Santa Cruz ha iniciado el camino de la promoción con artes selectivos. Esta actividad está llenando un vacío que la provincia estima que le permitirá no medir la actividad en términos de toneladas extraídas sino en función del mayor valor agregado con la generación de empleos. Los Puertos de Caleta Olivia, Puerto Deseado, Puerto San Julián, Puerto Santa Cruz y Río Gallegos abren posibilidades ciertas de desarrollo para esta actividad.

La pesca costera artesanal se desarrolla en base a redes de cerco y casi siempre desde costa o con bote a remos aunque eventualmente puede utilizarse motor. La especie blanco de esta pesquería son el Pejerrey y el Róbalo entre los peces y la cholga y el mejillón entre los moluscos. Eventualmente se registró la captura de sardina, diversas especies de lapa y pulpos.

Se podría decir que estas especies se pescan, con variaciones, entre los meses de setiembre y mayo y que el mejillón se captura durante todo el año.

De acuerdo a los registros de la Administración Provincial 57 embarcaciones operan desde los diferentes Puertos de la Provincia en esta actividad y de los cuales 10 poseen motor y 43 no.- Asimismo, actualmente están censados 110 personas como directamente vinculadas a la pesca artesanal.

En la Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur la pesca costera artesanal está definida por la Ley Provincial 244 como: la que realizan personas físicas o jurídicas que en forma personal, directa y habitual trabajan como pescadores artesanales. Se distinguen entre armador artesanal, mariscador, alguero y pescador artesanal propiamente dicho. Las categorías de pescadores artesanales no son excluyentes unas de otras, pudiendo por lo tanto una persona ser calificada y actuar simultáneamente en dos o más de ellas a vista de costa, en aguas de jurisdicción Provincial, con embarcaciones que alcanzan como máximo 18 m. de eslora.

Entre las especies más explotadas se encuentra el róbalo, pejerrey, abadejo y brótola, tiburones y rayas, centolla centollón y moluscos bivalvos y entre las menos explotadas por este sector: merluza austral, merluza de cola, sardina fueguina, pulpo y erizo.

Aunque la mayoría de los involucrados realiza la actividad con embarcaciones menores (gomones con motor fuera de borda, botes a remo o similares) y con redes instaladas sobre la costa y operadas desde tierra, actualmente existen embarcaciones de mayor jerarquía.

En general carecen de una infraestructura en tierra acorde a las necesidades de sus actividades (depósitos de materiales, talleres, infraestructura para procesamiento de captura, bocas de expendio al público, etc.). -

La pesca costera artesanal posee actualmente una mano de obra ocupada en la provincia de aproximadamente 80 personas en forma directa. Hay que tener en cuenta que no todos realizan la actividad en forma continuada durante todo el año, sino que dependen en forma extrema de las condiciones climáticas y de los ritmos biológicos propios de las especies blanco. Por lo tanto, muchos de ellos pasan grandes períodos de tiempo inactivos o bien ocupándose de otras actividades.

La costa sur de la provincia, donde se encuentra el Canal Beagle que se extiende desde el límite Argentino-Chileno y hasta la desembocadura del río Moat, presenta un sector protegido al efecto de los vientos y otro más abierto y por lo tanto más expuesto. Es precisamente en el primer sector mencionado donde se puede desarrollar la actividad de pesca artesanal

Flota de Altura Industrial

i) Flota Fresquera de Altura

Esta flota está constituida por buques sin limitación de tiempo de permanencia fuera de puerto, más que la determinada por el mantenimiento en buenas condiciones de la captura, en tanto operan con bodegas refrigeradas manteniendo el pescado fresco en cajones con hielo. Tienen equipamiento avanzado de navegación y detección y utilizan redes de arrastre de fondo y media agua. Históricamente esta flota aportaba el mayor porcentaje de capturas, característica que se modifica en los últimos años.

En 1999 sus capturas significaron el 30% del total en el caso de los peces, y un 19% para el total de las capturas. Los desembarques más altos de esta flota se realizan en el puerto de Mar del Plata (75%), siguiendo en importancia Comodoro Rivadavia (14%) y Puerto Madryn (7%).

Siguiendo el criterio aplicado por el INIDEP para los buques fresqueros de la flota industrial, puede clasificárselos en 3 estratos según su eslora:

- ESTRATO I 19,00-28,25 mts
- ESTRATO II 28,26-38,95 mts
- ESTRATO III 38,95-64,87 mts

Considerando la captura por buque en 1999, la estructura de capturas de los buques de los distintos estratos se expone en el Cuadro 9 del Anexo Capturas. Fueron considerados 35 buques para el primer estrato, 34 para el segundo y 26 para el tercero.

Se trata de la flota merlucera por excelencia, observándose un comportamiento diferencial según el estrato en cuanto a la composición de capturas. A medida que los buques son más grandes la participación de la merluza aumenta hasta llegar al 85% en los del estrato III. Los del estrato I tienen una estructura más parecida a los buques de la flota costera grande, y de hecho operan sobre los recursos costeros, tal como se ha expuesto antes.

La merluza de cola aparece como una especie significativa en los buques de los estratos II y III, hecho relacionado con la necesidad de compensar las restricciones impuestas a la captura de merluza. Sin embargo por el momento esta especie presenta dificultades tanto para su captura como para su manipulación de modo que pueda ser procesada en tierra como para obtener un producto que obtenga un precio aceptable en el mercado.

Este grupo de buques, en particular los de los estratos II y III, presentan una alta vulnerabilidad en el presente en lo que a su resultado económico se refiere, precisamente por el sesgo de sus capturas, con una especie sobreexplotada como especie dominante.

Esta flota fresquera abastece las plantas instaladas en tierra. La normativa de ordenación vigente en la pesquería de la merluza asigna prioridad a la operatoria de este tipo de flota. En principio los buques congeladores deben operar al Sur del paralelo 48°S y permanecer en puerto 120 horas entre viajes de pesca; su captura de merluza solo puede ser incidental, esto es, 10% máximo de las capturas de cada viaje), y en el caso de superar este porcentaje, deben permanecer en puerto por 40 días, en tanto los buques fresqueros que desembarquen más de ese porcentaje deben permanecer en puerto de 48 a 96 horas según su capacidad de bodega.

ii) Flota de Buques Congeladores

A esta flota corresponden buques de altura, con capacidad de congelamiento en túneles y placas y bodegas para mantener pescado congelado, incluyendo distintas líneas de elaboración.

En la información estadística aparecen clasificados por el tipo de arte de pesca que utilizan, en arrastreros, tangoneros (arrastre con tangón) y poteros; dentro de los arrastreros, se identifica a los surimeros por el tipo de producto que

obtienen, se divide también a los arrastreros en congeladores y factorías, en tanto estos últimos tienen planta para la producción de harina.

- *Buques arrastreros*

Estos buques han venido incrementando significativamente su participación en los desembarques. En 1999 explican el 29% de los totales, 36% en el caso de los peces y 15% en los moluscos.

De manera inversa que en el caso de los fresqueros, tienen sus puertos de operación más importantes en el Sur. Puerto Madryn y Deseado concentran el 54% de sus desembarques y junto con Ushuaia, alcanzan el 59%. Mar del Plata y Necochea el 35% y con Bahía Blanca el 39%.

También siguiendo el criterio del INIDEP en relación con la estratificación de esta flota, se distinguen 3 estratos según la eslora de los buques:

- ESTRATO I 29-58 mts
- ESTRATO II 59-83 mts
- ESTRATO III 84-110 mts

En el Anexo Capturas se presenta la estructura de capturas de esta flota para el año 1999, considerando los buques que operaron en ese período.

El estrato I presenta un claro sesgo a la captura de merluza y sus especies acompañantes (abadejo, calamar), haciéndose más suave en el caso del estrato II. Los buques del estrato III, en el encuadre restrictivo que impone la captura de merluza, orientan claramente su captura a la merluza de cola, siendo nada significativa la participación de la merluza.

- *Buques tangoneros*

La consideración de esta flota remite a la pesquería del langostino. No se trata de una pesquería de volumen sino de valor, por el alto precio por tonelada de producto que se obtiene en los mercados internacionales.

La actividad corresponde en el 2000 a 48 buques tangoneros arrastreros congeladores (operan con dos redes en forma paralela) con esloras de 24 a 54 metros. Debe indicarse que en esta pesquería operan también buques básicamente merluceros (13 unidades), que usan tangones por temporadas. En el Anexo Capturas se exponen los resultados de la operatoria de los tangoneros congeladores en 1999.

El eje de operación es el Golfo de San Jorge, correspondiendo a una zona de jurisdicción de las provincias del Chubut y Santa Cruz. Parte del área de distribución de la especie corresponde a jurisdicción nacional. Existen normas de manejo de la especie establecidas por las provincias, básicamente un sistema de vedas de límites móviles en el Golfo, basado en un monitoreo continuo del recurso, con una definición espacio-temporal adecuada para proteger el desove y minimizar la pesca durante el crecimiento y el reclutamiento. Existen asimismo restricciones adicionales, como la utilización del Dispositivo de selectividad del langostino (DISELAI), desarrollado por el INIDEP, para facilitar el escape de merluza común, limitación en el tiempo de arrastre, en la velocidad de arrastre, altura máxima de portones y apertura vertical máxima de la boca de red, prohibición de pesca nocturna. Esta pesquería tiene un grave problema en tanto se desarrolla en zona de presencia de merluza, particularmente de juveniles y, si bien ya se ha mencionado el uso del DISELA II para disminuir el impacto sobre esta especie, dicho dispositivo no resulta efectivo para el escape de juveniles de menor talla, por lo que el manejo de esta pesquería requiere un cuidadoso diseño.

- *Buques poteros*

Estos buques corresponden a la pesquería del calamar. La denominación surge del arte de pesca que utilizan, las poteras, que tiene la característica de ser 100% selectivo, en tanto sólo permite la extracción de esa especie.

El manejo y evaluación del calamar se realiza a partir del conocimiento de la población reclutada anualmente y de su evolución a lo largo de la temporada de pesca. El objetivo es permitir un escape suficiente de desovantes, que asegure un adecuado reclutamiento el siguiente año. Esto se logra regulando la captura total o bien el esfuerzo por temporada de pesca. Hasta el momento se han definido dos unidades de manejo, una al sur del 44S, donde la actividad pesquera ocurre entre febrero y junio y otra al norte del 44S, donde se pesca entre mayo y agosto. Durante los meses de setiembre y enero está vedada la captura de calamar, y hay dos vedas parciales, julio-agosto para el Sur del 44S y febrero-abril para el norte del 44S.

La forma concreta de regular la pesquería es establecer la cantidad máxima de buques que pueden operar y monitorear permanentemente el recurso, para asegurar el escape proporcional al 40% del efectivo. En el momento en que se evalúa que este objetivo no se cumple, se cierra la pesquería, cualquiera sea el momento de la temporada.

Los datos estadísticos separan los desembarques de buques poteros nacionales y buques charteados. Durante 1999 operaron 49 buques de bandera nacional y 57 extranjeros charteados por empresas nacionales. Esta flota desembarcó sus capturas en Madryn, Punta Quilla, Mar del Plata, Deseado, Caleta Olivia, Necochea y Comodoro. En el 2000 los buques extranjeros fueron 52, bajo un sistema diferente. Se trata de una forma de licencia, para obtener la cual debía mediar un contrato de aprovisionamiento a una planta en tierra de empresa nacional, de no menos del 6% de las capturas; la licencia tenía una captura

máxima autorizada y requería el pago de un canon, manteniendo el buque su bandera, con lo cual la mercadería que no bajaba a la planta de tierra podría ser transbordada, manteniendo el carácter de mercadería extranjera. Esta condición modificará sensiblemente los guarismos de las exportaciones argentinas en el 2000.

En la pesquería del calamar intervienen también buques arrastreros, cuya especie objetivo es la básicamente la merluza.

- *Buques palangreros*

Estos buques se agrupan en función del arte de pesca que utilizan, el palangre de fondo (con anzuelos). Están vinculados con la pesquería de la merluza negra, aunque este arte permite también la captura de otros peces en aguas profundas, como el abadejo.

Las medidas de ordenación y control de esta pesquería se encuadran en las decisiones de la Convención para la Conservación de los Recursos Vivos Marinos Antárticos (CCRVMA), siendo Argentina miembro de la Comisión del CCAMLR. Para esta especie está prohibido el uso de artes distintos al palangre, y se ha establecido una medida mínima para el tamaño de los anzuelos. En 1999 operaron 5 buques palangreros congeladores y la composición de sus capturas se expone en el Anexo Capturas.

- *Buques surimeros*

En este caso el nombre deriva del tipo de proceso al que se somete la captura que permite obtener pasta de pescado sin sabor ni olor, a partir de la cual se producen luego productos que funcionan como símiles de otras especies (como el kani kama). trata de grandes buques arrastreros congeladores que operan en la

zona más austral, especialmente sobre la polaca y la merluza de cola. Operan desde el puerto de Ushuaia.

LA INDUSTRIALIZACION

Identificación de actores de la industrialización. Productos

Las capturas pueden tener como primer paso en su objetivo de llegada al mercado, el procesamiento o transformación. La absorción de captura como materia prima por parte de las plantas de procesamiento es un dato que no se encuentra accesible en la forma en que sería necesario para tener un conocimiento acabado del circuito pesquero. Se utilizarán en este caso distintas fuentes de información disponibles para aproximar elementos al análisis.

Si bien es una aseveración muy fuerte, la captura declarada por los buques procesadores pasa por un proceso de transformación. Esto sería posible de determinar con exactitud si los partes de pesca de la flota congeladora registraran exactamente la captura, y no se produjeran pérdidas de información sobre el descarte, si se dispusiera del procesamiento adecuado de partes de producción y de buenos cálculos de coeficientes de transformación para los distintos tipos de productos, para cruzar producción con captura, pero esto, por el momento, no se encuentra disponible.

Del total de capturas de la flota nacional, el 50% se industrializa en buques procesadores, obteniéndose en casi su totalidad productos congelados (habría que considerar la producción de harina de las factorías hecha con pescado entero). Si se consideran los poteros charteados, que en 1999 correspondían a producción nacional, el porcentaje va al 68%.

Más del 80% de la captura de la flota fresquera total se industrializa en plantas en tierra. Esto implica que alrededor del 93% de las capturas declaradas tienen un destino inicial en el sector secundario, de procesamiento industrial.

Este procesamiento en tierra encuadra las siguientes actividades por grandes rubros:

- Procesado y fileteado de pescados y mariscos frescos o enfriados
- Congelado
- Procesado, fileteado y congelado de pescados y mariscos
- Conservas y semiconservas
- Salado húmedo, salado seco y seco
- Conservas y semiconservas
- Harina y aceite de pescado

Para este trabajo se consideró la información presentada por el INIDEP, correspondiente al Censo Nacional Industrial Pesquero 1996. La estimación para 1996 de la cantidad de plantas instaladas en tierra activas es la siguiente:

RUBRO	REGION BONAERENSE	REGION PATAGONICA
Procesado y fileteado de pescados y mariscos frescos enfriados	26	22
Congelado	2	
Procesado, fileteado y congelado de pescados y mariscos	39	38
Salado húmedo	17	
Salado seco	1	
Conserva	7	1
Harina y aceite	5	1
TOTAL	97	62

Cooperativas	70	11
---------------------	----	----

Las cooperativas están constituidas por asociados que venden a otras empresas servicios de fileteado de pescado.

Para la Provincia de Buenos Aires, que concentra el mayor número de plantas y capacidad de procesamiento instalada, las plantas no presentan un agrupamiento dominante por tamaño.

	Procesado y fileteado fresco o enfriado	Procesado, fileteado y congelado	Conservas y semiconservas	Harina y aceite	Salado
Menos de 5 oc	9	6		1	2
de 6 a 10	4	4		1	2
de 11 a 25	5	10		1	7
de 26 a 40	5	5	1	1	4
de 51 a 100		14	3		2
de 101 a 200		2	3		1
de 201 a 300			1		

Hay un importante número de empresas de tipo familiar en todos los rubros, aunque el mayor número corresponde a empresas de varios socios.

En cuanto a las cooperativas de trabajo, el tamaño se distribuye de la siguiente manera:

Nro. de cooperativas

Menos de 5 ocup	0
De 6 a 10	2
De 11 a 25	16
De 26 a 40	23
De 41 a 50	4
De 51 a 100	12
De 101 a 200	2
De 201 a 300	2

Personal ocupado

Cooperativas de trabajo	3.303
Procesado y fileteado de pescados y mariscos frescos o enfriados	376
Congelado y conservación de congelado	200
Procesado, fileteado y congelado de pescados y mariscos	2.779
Salado húmedo y seco	707
Conservas y semiconservas	762
Harina y aceite	106
Total	8.233

La capacidad de procesamiento de productos frescos y congelados es de 1762,1 t/día de materia prima. Las plantas de procesado, fileteado y congelado de mayor tamaño se abastecen con buques propios, el resto depende de la captura de buques de terceros o de otras plantas.

Para conservas y semiconservas, la capacidad de procesamiento es de 90 tn/día de anchoíta, 172 de caballa, 34 de bonito, 73 de atún, 100 de merluza y 3500 por temporada de anchoa salada. En este rubro es donde se verifica el mayor porcentaje de importación de materia prima. Las más pequeñas usan pescado de buques de terceros y las plantas del estrato mayor utilizan tanto su propios buques, como captura de otros buques, de otras empresas.

Para salado, la capacidad de procesamiento de anchoa salada es de 15.904 ton en tanto la capacidad de producción de salado seco es de 5.050 tn. Sólo las plantas grandes tienen buques propios y en menor medida se proveen de buques de terceros e importan en pequeña proporción.

En cuanto a las plantas ubicadas en el Sur, existen diferencias entre las distintas provincias. Chubut es la que presenta una mayor actividad en plantas en tierra, siguiendo en importancia, aunque a distancia, Santa Cruz.

Los datos no incluyen a la Provincia de Río Negro. De acuerdo con información relevada, actualmente hay 5 plantas que procesaron casi la totalidad de los desembarques de la flota fresquera de la provincia.

En la instalación de estas plantas ha tenido relevancia la política de promoción de la región patagónica, que requería la instalación de plantas para la importación de buques pesqueros, así como la política seguida por las provincias de Chubut y Santa Cruz con las capturas en el Golfo de San Jorge, y especialmente para la

autorización de incorporación de buques para langostino, en las que la instalación de planta en tierra, con ciertas particularidades, se constituye en requisito.

Región Patagónica. Personal ocupado a 1996

Cooperativas de servicio	749
Procesado y fileteado frescos y enfriados	490
Procesado, fileteado y congelado	2.881
Conservas y semiconservas	21
Harina y aceite	12
Total	4.153

Personal Potencial y ocupado por provincia

	personal potencial	personal ocupado
Chubut	3.473	3.134
Santa Cruz	1.186	953
Tierra del Fuego	183	66
No se dispone de datos para Río Negro		

En la región patagónica la capacidad máxima de procesado y fileteado de frescos y enfriados es de 55 tn/día de materia prima y para procesado y fileteado y congelado es de 643 t/día de materia prima.

Si se consideran los agentes económicos que intervienen en el sector pesquero, a partir del grado de integración del sector primario y secundario, y tomando en cuenta las características de los buques involucrados en su operar, la que ya ha sido expuesta anteriormente, se presenta una compleja clasificación.

- . Armadores de barcos fresqueros propiedad de firmas con planta en tierra.
(costeros y fresqueros de altura o fresqueros de altura solos)
- . Armadores de barcos fresqueros independientes que venden su producción a firmas instaladas en tierra que procesan las capturas
- . Armadores de barcos congeladores de propiedad de firmas que tienen planta en tierra.
- . Armadores de barcos congeladores que son propiedad de firmas que no tienen planta en tierra
- . Armadores de buques congeladores y fresqueros con planta en tierra
(fresquero intensivos)
- . Armadores de buques congeladores y fresqueros con planta en tierra
(congelador intensivos)
- . Poteros con planta
- . Poteros sin planta
- . Poteros charteados
- . Palangreros y surimeros
- . Surimeros
- . Tangoneros con planta
- . Tangoneros sin planta
- . Tangoneros con frigorífico

- . Buques arrastreros para la pesca de vieira

Además, es una característica del sector pesquero la conformación de empresas que pertenecen a los mismos propietarios, o donde coinciden los propietarios mayoritarios, conformándose grupos económicos, con lo cual esta clasificación se reordena, a partir de todas las posibles combinaciones.

Asimismo se establecen relaciones a través de alquiler de buques, contratos por marea a armadores independientes por parte de plantas, administración de una empresa por parte de otra sin cambio de propiedad, compras de materia prima entre empresas integradas.

El origen del capital incorpora otro elemento en la diferenciación empresaria o de grupos económicos. La mayor participación corresponde al capital de origen español, hay capital japonés (concentrando la producción de surimi), coreano (calamar), noruego (surimi y palangre de fondo), estadounidense y canadiense, chino (calamar). En este caso la diferenciación se observa específicamente en la política de comercialización externa.

Industrias conexas

En cuanto a los bienes de capital utilizados en el sector pesquero, la industria nacional provee de embarcaciones de menor porte, estando constituida la flota mayor por buques importados.

Todo el equipamiento de navegación y detección es también de origen importado.

La gran mayoría de equipos para procesamiento tanto en tierra como a bordo de los buques es importado, con excepción del equipamiento menos sofisticado, como túneles y placas, mesas para elaboración, instalaciones de frío, maquinaria para producir hielo.

En artes de pesca hay desarrollo de industria nacional, pero también hay una importación significativa, dependiendo del tipo de buque (por ejemplo las poteras, son importadas)

A partir de los rubros de costos correspondientes a los principales insumos y servicios requeridos, se puede identificar en la general la situación de algunas de las industrias conexas relevantes.

- Combustibles y lubricantes
- Materiales eléctricos
- Repuestos para maquinarias
- Material de empaque. Envases. En general es nacional y abastece normalmente las necesidades del sector, pero también se realizan importaciones temporarias. Para las conservas se presentan problemas de oferta de hojalata que influyen negativamente sobre los costos de producción.
- Hielo. Hay producción suficiente, alguna propia y algunas plantas independientes
- Refrigerante
- Sal
- Envases
- Energía eléctrica
- Ropa de trabajo
- Talleres navales-Dique seco. Los talleres navales tienen un desarrollo que se va adecuando en dimensión y localización a la demanda de la flota. Cuando se requiere dique seco, en general se presentan inconvenientes de acuerdo con la localización de la flota y con el porte de los buques. Los más grandes tienen que dirigirse a los puertos con mayor equipamiento como Buenos Aires y La Plata.
- Estiba y desestiba. No presenta problemas la oferta
- Frigoríficos de conservación. Hay una oferta adecuada.

LA COMERCIALIZACION

Identificación de actores de la comercialización

En principio la oferta en el caso de productos frescos tiene tres orígenes básicos: las empresas con plantas procesadoras, los armadores independientes y la Cooperativa Marplatense de Pesca, que nuclea la flota chica de Mar del Plata.

Del lado de la demanda, los super e hipermercados, con manejo de grandes volúmenes, pescaderías minoristas, restaurantes, hoteles y empresas de catering, las concesionarias de alimentos que atienden las demandas de instituciones públicas (escuelas, hospitales, fuerzas armadas). Entre ellos se establecen complejos procesos de vinculación.

Hay empresas procesadoras (que integran también la etapa de captura), que cubren las etapas mayorista y minorista con pescaderías propias, cubren la etapa mayorista vendiendo a super e hipermercados y a pescaderías minoristas. De acuerdo con los estudios del INIDEP, a partir de los datos del Censo Industrial Pesquero 1996, se incorporaron a la oferta un buen número de plantas pequeñas y frigoríficos medianos.

Hay un grupo reducido de mayoristas, que en realidad controlan la mayor parte de las ventas al mercado interno, que compran a todos los agentes antes señalados en el lado de la oferta, que pueden también integrar la etapa minorista, y venden a hiper y supermercados, pescaderías, restaurantes, hoteles y empresas de catering, al segmento institucional y a las ferias y mercados.

Estos mayoristas dirigen una pequeña parte de su oferta al Mercado Central de la Ciudad de Buenos Aires, desde donde se distribuye a minoristas. Este mercado, por el que se comercializaba la totalidad de los pescados y mariscos que ingresaban a la Capital Federal, fue disuelto en 1991, a partir de la aplicación de

normas de desregulación de la economía, y perdió su participación en el manejo del mercado interno de pescado.

Cuando la producción viene directamente de armadores independientes u organizaciones de armadores, se canaliza a través de mayoristas.

En cuanto a la oferta de pescado congelado, parte directamente de las empresas procesadoras (con o sin integración con buques), las que venden directamente a los hiper y supermercados y a mayoristas, que a su vez venden a super e hipermercados y minoristas. Este segmento es claramente dominado por la demanda de los supermercados, que absorben el 90% de la producción destinada al mercado interno. Se completa este circuito con la venta directa de empresas a restaurantes y empresas de catering. En la producción de congelado para mercado interno la presencia de las provincias patagónicas tiene un mayor peso, aún cuando sigue siendo predominante la participación de Mar del Plata.

Mercado interno

A este mercado se dirigen productos frescos y enfriados, congelados, conservas, salados y harina para consumo no humano (alimento balanceado). No hay la suficiente información como para poder identificar claramente las cantidades destinadas a este mercado, así como todos los circuitos. Los trabajos disponibles cubren hasta el año 1997, punto extremo del ciclo de alza de la actividad pesquera, luego quebrado básicamente por la reducción en las capturas. Este quiebre inevitablemente debe influir en el mercado interno, en tanto la merluza sigue siendo la principal especie comercializada.

Los trabajos realizados sobre mercado interno hablan de un incremento significativo en el consumo de pescado en el mercado interno, el que alcanza en 1997 a 9 kg/habitante, con significativas diferencias entre regiones. Para Capital Federal es de 16 kg, en Mendoza de 11 kg, en Córdoba de 9 kg.

Este incremento tiene que ver con modificaciones en los hábitos de consumo, en los que se está privilegiando el carácter de "sano" del producto, en términos de ofrecer proteína, vitaminas y fósforo con menor grasa que el resto de las proteínas animales. Y está relacionado con profundas modificaciones en la conformación de la oferta final.

La demanda sigue siendo estacional, concentrándose una buena parte del consumo en el segundo trimestre del año, coincidiendo con Cuaresma y Semana Santa.

Se mencionan porcentajes variables del total de capturas destinado al mercado interno, aunque en términos de volumen, las cifras se acercan a las 200.000 tn de pescados, en tanto para crustáceos y moluscos la porción de la captura que se destina al mercado interno es muy pequeña.

Mar del Plata es el principal proveedor de productos para el mercado interno, aunque fue disminuyendo su participación, alcanzando el 1997 el 70% de los kg comercializados. De los productos derivados al mercado interno el 75 % corresponde a los rubros de congelados y enfriados.

En cuanto a la producción de enfriados, deben distinguirse los grandes centros de absorción: Gran Buenos Aires, Capital Federal, Córdoba y Gran Córdoba, Rosario, La Plata, el Partido de General Pueyrredón, Mendoza y Santa Fe.

Mar del Plata es el principal proveedor de fresco, sumándose en esta oferta, Quequén, Bahía Blanca y San Antonio Oeste. A esto debe agregarse la venta en los mercados locales proveniente de la flota artesanal y costera chica. La presencia de la mayor flota costera del país en Mar del Plata, le permite proveer de una variedad de especies al mercado consumidor.

En los últimos años el gran desarrollo de los super e hipermercados, a través de los cuales se canaliza buena parte de la producción de pescado, ha modificado la

cadena de distribución, las características de los agentes involucrados, y la formación de los precios, a través de los márgenes de comercialización.

En principio la venta en supermercados ha reemplazado de manera significativa a los minoristas tradicionales. Tienen una estrategia de venta en dos sentidos, por un lado, la cobertura del segmento de mercado de ingresos medios y altos, y por otro, a través de su expansión por todo el país, la cobertura del segmento de compra más masivo.

Asimismo, se verifica un proceso de integración de los distintos eslabones de la cadena, partiendo de grandes firmas con plantas procesadoras y buques propios, que cubren la etapa mayorista y la minorista.

Son muy pocas las empresas que se dedican exclusivamente al mercado interno, y en general son chicas, sin integración con la etapa de capturas, con lo cual son vulnerables tanto en lo que hace a la determinación del precio, como al aseguramiento de la continuidad en las entregas, por su dependencia del abastecimiento de materia prima de terceros.

Las mayores empresas que operan en el mercado interno, también lo hacen en el internacional, siendo éste el más relevante, por lo que el margen de ganancias y consecuentemente el precio para el mercado interno, está sesgado por la situación de precios internacionales

La oferta ha comenzado, particularmente en el caso de los congelados, la estrategia de diferenciación a través de marcas.

Desde la desaparición del Mercado Nacional de Concentración del Puerto de Mar del Plata, en 1991, la primera venta se realiza en forma privada entre compradores y vendedores, no hay subasta.

Considerando el sector más significativo de oferentes, esto es, los mayoristas, éstos reciben los pedidos directamente de los minoristas y a su vez realizan

pedidos a los productores, compensando faltas con transacciones entre mayoristas. En general las transacciones son telefónicas.

Los minoristas fijan su nivel de ganancias, variando los márgenes que obtienen para los distintos productos, independientemente de las ventas.

La aparición de los supermercados, que trabajan con altas rotaciones y precios reducidos, ha influido en la estructura de márgenes de comercialización, particularmente en el caso de los márgenes mayoristas. Parte de esta reducción se compensa con la integración de la etapa minorista, que, orientada especialmente a los sectores de mayores ingresos, mantienen los márgenes.

Se ofrece una gama de productos grande. En principio el producto de mayor consumo es el filete de merluza, que se demanda en todos los niveles socioeconómicos; para los niveles medios altos y altos se incorporan variedades como lenguado, salmón, atún, brótola. El listado de principales productos enfriados provenientes de Mar del Plata, indica que sobre 35 formas de presentación ofrecidas, el 50% corresponde merluza, con la mayor participación en el filete de merluza sin espinas y filete de merluza, siguiendo en importancia el calamar (entero y tubo, tentáculos y aletas, timón, rabas), corvina, gatuzo filete y pelado lomillo, abadejo y filete de abadejo, pez palo y filete de pez palo, cornalitos, salmón y filete de salmón, besugo, mero y filete de mero, raya pelada, filete de lenguado, palometa y pez gallo. Fuera del calamar, para los mariscos se presentan langostino, langostino pelado, mejillón y vieiras

Los congelados incluyen filetes de merluza y otras especies y presentaciones en porciones, en particular milanesas y rebozados en general, filetes en porciones, rabas, colitas de langostino y derivados de surimi (palitos) y en menor medida comidas preparadas.

Los productos en conserva (atún, caballa, anchoíta preparada como sardina, en aceite y salsas) que se producen en el país tienen como destino casi excluyente el

mercado interno. Con venta estacional (Cuaresma y Semana Santa), se coloca pescado salado seco (merluza, pez ángel, etc). A esto se agregan los salados madurados de anchoíta.

No puede dejar de mencionarse la presencia de las importaciones en el mercado interno. Estas cubren también una amplia gama de productos. En general están compuestas por productos procesados, preparaciones y conservas, secos, salados y ahumados, comidas preparadas, pero incluyen también congelados, tanto de pescados como de crustáceos y moluscos. El rubro de conservas de producción nacional es el más afectado por la competencia de las importaciones, a partir de costos de producción internos elevados.

Mercado externo

El factor dinámico de la producción pesquera argentina es el mercado externo. Sobre éste ha sustentado su crecimiento, y si bien se han producido grandes cambios en el mercado interno y una modificación en su escala, aumentando su significación, el sesgo del sector pesquero es netamente exportador.

Históricamente los productos congelados superan el 95% de las exportaciones, en volumen y valor. Dentro de este grupo, el calamar tiene las mayores participaciones relativas en los últimos años. Los países asiáticos (Taiwan, Japón, Corea, China, Singapur) absorben el 75%, España es el segundo importador individual en importancia (19%).

Los filetes congelados participan con un 30%, y dentro de ellos, los de merluza tienen la mayor relevancia (23%), aunque a partir de 1995 crecen de manera más que significativa los filetes de otras especies, con precios de venta en general muy por encima de los de aquéllos (según la especie y el mercado).

Para filetes de merluza los principales destinos en 1997 fueron Brasil, Holanda (puerta de entrada a la Unión Europea), España y Estados Unidos.

En los filetes congelados de otras especies intervienen Brasil, Estados Unidos y Japón.

Otro grupo de congelados lo conforman los enteros y H&G, que se colocan en el 15% del valor exportado total (6% para merluza y 9% para otras especies). En los congelados de merluza la UE lidera las compras (81%), con especial participación de España (40%)

Los enteros y H&G de otras especies tienen a China como principal importador (28%), sigue España (28%), Estados Unidos (15%), Brasil (12%).

En cuanto al langostino, el rendimiento anual de la pesquería condiciona fuertemente su participación en las exportaciones. En 1998 representa el 16% de las exportaciones en valor, pero en 1993 y 1994, con capturas superiores a las 20.000 tn, la participación de los congelados de esta especie significó el 21% y 18% respectivamente del valor total exportado, cuando ya se había producido la irrupción del calamar y el surimi. Se trata de un producto con muy alto valor unitario, razón por la cual su importancia no se registra en el volumen exportado.

España absorbe más del 60% del producto (la estrategia de las empresas españolas con respecto a esta especie, más que en otros casos, ha sido su instalación en el país, asegurando de esa manera la disponibilidad del recurso para su fuerte estructura de comercialización en España).

A partir de 1993, se incorporan las exportaciones de surimi, a las que corresponde el 5% del valor de exportaciones, con Japón como destino casi excluyente (también participa capital de ese país en las empresas productoras).

En cuanto a los productos frescos/refrigerados, si bien constituyen un segmento pequeño dentro de las exportaciones, tienen un sostenido crecimiento. Se trata de productos de muy buena calidad se colocan a precios elevados, según especie y país, en particular en el caso de los filetes. Estados Unidos, España e Italia son los destinos más importantes para filetes.

Los enteros y H&G, con una mayor participación que los filetes en el valor total exportado, se diferencian en términos de mercado según se trate de merluza u otras especies. Para merluza, España, Francia e Italia son los mercados excluyentes. Para otras especies, Brasil, España y Bolivia son mercados relevantes

Desde hace varios años Japón y España son los principales importadores de productos pesqueros para Argentina. Para 1998, España ocupa el primer lugar (29%), Brasil se ubica en segundo (13%) y USA en tercero (10%), pasando Japón al cuarto lugar (10%). En el caso de España, participa significativamente prácticamente en todos los productos. Japón, por su parte, es mercado muy activo en calamar, surimi, langostino y congelados de especies distintas de la merluza.

En cuanto a Estados Unidos, también tradicional comprador, es el principal comprador de filetes frescos y participa activamente en los filetes congelados y enteros y H&G de otras especies. Brasil tiene una alta participación en filetes congelados, tanto de merluza como de otras especies. Taiwan y Corea concentran sus compras en calamar.

Tradicionalmente los países de la Unión Europea, Francia, Italia, Grecia, Holanda, Alemania, han sido consumidores de producción pesquera argentina, con variedad de presentaciones y especies.

En términos de bloques económicos, los países asiáticos del Pacífico absorben el 45% de las exportaciones, la Unión Europea el 32%, el Mercosur el 14% y el

NAFTA el 5%. Para el bloque asiático la explicación reside en las necesidades de aprovisionamiento de calamar.

Esta descripción general del sector exportador es sólo un marco en el que se desarrollan muy variadas formas de operar de los agentes económicos intervinientes.

Nuevamente debe decirse que probablemente cada forma de presentación de una especie determinada para un determinado mercado, implica un circuito diferente, en el que intervienen, desde la captura hasta la comercialización diferentes actores económicos con modalidades diferenciales.

En principio, considerando los productos ofrecidos, que en general son commodities, y los volúmenes comercializados en relación con los que se manejan en los mercados mundiales, Argentina es tomador de precios. En tal sentido se ve seriamente afectado tanto en los períodos de baja del ciclo de precios natural del mercado pesquero, como cuando por crisis económicas internas de los países compradores, se debilita la demanda y bajan los precios.

Cuando se considera la participación por empresa dentro de las exportaciones totales, no se observa un grado de concentración relevante. Cuando este análisis baja a productos-especie particulares, en algunos casos el grado de concentración aumenta (caso del langostino)

Las exportaciones se hacen tanto en forma directa como a través de brokers, pero prevalece la primera modalidad. Las empresas tradicionales, en los productos habituales, que operan en mercados centrales como los países de la Unión Europea o Estados Unidos, tienen ya clientes antiguos, con los que realizan operaciones con continuidad. Pero salen a buscar mercados para productos nuevos.

En general no tienen representantes en el exterior, y si los tienen es en ciertos puntos de venta. Se contactan en ferias internacionales y de manera directa en visita a la sede de los compradores. Lo que se pesca y se procesa se vende, aún cuando no haya condiciones de precio o continuidad aceptables.

En el caso del calamar, las exportaciones provenientes del charteo, presentan un comportamiento particular, en tanto las condiciones de mercado vienen dadas por los países de donde provienen los buques charteados. En general estos países no conforman mercado para la producción de los buques poteros nacionales, en tanto para esta producción hay restricciones arancelarias y para arancelarias. Estos últimos colocan su producción especialmente en países de la Unión Europea.

Dado que operan en el sector empresas de capital extranjero que conforman grupos internacionales que dominan buena parte del mercado de algunos productos, las estrategias de comercialización están en muchos casos determinadas desde la demanda.

La elección del mercado tiene que ver también con el grado de desarrollo organizacional de la empresa. En general las ventas a Brasil se basan en el volumen y menos en la calidad. Para ciertos productos y mercados se requieren esfuerzos en términos de control de calidad tanto en la etapa de capturas como en la de elaboración, asimilables a formas de organización más completas y avanzadas.

En relación con las medidas de promoción de exportaciones, al presente, sólo existen en la NCM (Nomenclatura Común del MERCOSUR) reintegros y se otorgan al presente únicamente a las exportaciones destinadas a países no integrantes del MERCOSUR. Con anterioridad a la constitución del MERCOSUR las exportaciones destinadas a los países miembros de la ALADI también gozaban de este beneficio.

En la actualidad los reintegros a la exportación extrazona (excluye MERCOSUR) de productos pesqueros oscilan entre el 0% y el 10%. La presente estructura de reintegros a las posiciones que involucran al sector pesquero (Capítulos 3 y 16 principalmente y también en menor medida posiciones del Cap. 23 -Harina- y Cap. 15 - Aceites) surge de las modificaciones introducidas por las Resoluciones del Ministerio de Economía ME 420 de abril de 1999 y ME 967 del 4 de agosto de 1999.

La primera de las mencionadas resoluciones pretende promocionar la exportación de productos llamados de góndola (en envases de contenido neto inferior o igual a 1Kg neto) sin alterar el costo fiscal, para lo cual se reducen (o eliminan) los reintegros de la mayoría de las posiciones arancelarias correspondientes a filetes congelados del Capítulo 3. Efectivamente, se reduce el reintegro que tenían del 8,1% al 4,5% en el caso de los filetes desgrasados en envases para góndola, al 3% cuando no están desgrasados pero se presentan en envases para góndola, mientras que el reintegro para los demás filetes (en envases de más de 1Kg neto) queda eliminado. La misma resolución elimina el reembolso del 3% que tenían las merluzas y otros pescados enteros o eviscerados congelados, manteniéndolo solamente cuando se los presente en envases para góndola.

No puede decirse que se promueve un producto reduciendo sus beneficios en menor medida que otros que no se querría promocionar. Quedaría claro entonces que, si bien la mencionada Resolución ME 420/99 declara en los considerandos que pretende "promover la incorporación de mano de obra y de valor agregado a través de incentivar la comercialización de productos envasados acondicionados para el consumo directo", lo que en realidad hace es transferir recursos antes asignados a las exportaciones pesqueras a otros productos agropecuarios para góndola, ya que en el caso de los productos pesqueros más significativos, los reintegros de que gozaban los productos para consumo directo fueron reducidos casi a la mitad.

Esta situación fue compensada en alguna medida con las modificaciones introducidas por la Resolución del Ministerio de Economía ME N° 967 del 4 de

agosto de 1999, que, en el caso de los filetes de pescado congelados eleva el contenido de los envases promocionados de 1Kg neto a 8Kg. Debe tenerse en cuenta que el mayor volumen de filetes congelados se exporta en bloques de no más de 7,5 kg. netos, con lo cual prácticamente no existen exportaciones de filetes en envases inmediatos de más de 8 Kg. Tampoco puede decirse que envases de 7,5 kg. sean empaques para góndola. Más aún, salvo el caso de los IQF o los interfoliados, el resto de las presentaciones debe ser reprocesado antes de ser ofrecido al consumidor. Para el caso de los filetes congelados, la resolución iguala en la práctica el reintegro de todos los desgrasados en 8,1% (antes 4,5 u 0 según el empaque) y de los no desgrasados en 6,8% (antes 3% o 0% según el empaque), restituyendo casi los niveles anteriores a la Res ME 420/99 mencionada (8,1% en todos los casos). Por otra parte la Res ME 967/99 eleva del 3% al 6,8% el reintegro para los pescados congelados, enteros o eviscerados, empacados en envases de 1Kg neto o inferiores, con excepción de las merluzas, lenguados, salmónidos y atunes.

Actualmente solo recibe reintegros la producción proveniente de plantas en tierra, se han bajado los correspondientes a algunas posiciones y otras ya no tienen.

En cuanto al régimen de reembolsos, la Ley 23.108 viene a establecer un esquema de reembolsos adicionales para las exportaciones de la producción patagónica, que no gozaran de otros beneficios promocionales individuales (el régimen de Promoción Industrial para la región patagónica establecía reembolsos adicionales del 20% para las exportaciones de proyectos aprobados de acuerdo a dicho régimen), por un período relativamente largo que dependía del puerto de embarque con destino al exterior y certificado de origen expedidos por los gobiernos provinciales mediante. El reembolso adicional asignado a cada puerto era el siguiente:

San Antonio Oeste	8%
Puerto Madryn	8%
Comodoro Rivadavia	9%

Puerto Deseado	11%
Puerto San Julián	11%
Punta Quilla	12%
Río Gallegos	12%
Río Grande	12%
Ushuaia	13%

Estos reembolsos habrían de disminuir en 1 punto porcentual el 1º de enero de 1984 y se mantendrían en los niveles resultantes hasta el 1º de enero de 1995, fecha a partir de la cual disminuirían en un punto anual hasta su total extinción.

Sin embargo, la Ley 24490 promulgada el 7 de diciembre de 1995 prorroga la vigencia de la Ley 23018 antes mencionada. Mantiene los niveles de beneficio aplicables desde el 1º de enero de 1984, para todos los puertos y aduanas ubicados al sur del Río Colorado por el término de cinco (5) años a partir del 1º de enero de 1995. El reembolso adicional correspondiente a cada puerto mencionado es disminuido a razón de un punto por año a partir del 31 de diciembre de 1999 hasta su extinción paulatina. Según esta norma el reembolso adicional era el siguiente hasta fin del año 1999:

San Antonio Oeste	7%
Puerto Madryn	7%
Comodoro Rivadavia	8%
Puerto Deseado	10%
Puerto San Julián	10%
Punta Quilla	11%
Río Gallegos	11%
Río Grande	11%
Ushuaia	12%

Fecha a partir de la cual se reduce en un punto anual.

Por su parte la Administración Nacional de Aduanas, interpretó que esta Ley no era aplicable para la producción de buques procesadores, sino solamente para los productos elaborados en plantas en tierra. Esta interpretación originó una serie de reclamos, presentaciones judiciales y amparos, que en última instancia se resolvieron a favor de la Administración Nacional de Aduanas.

En lo referente a la Financiación de exportaciones que comprende el período que va desde el embarque hasta la recepción del pago del exterior. El régimen, también regulado por diversas circulares o comunicados del BCRA a través del tiempo, posibilitaba en el caso de los productos pesqueros incluidos en la lista 4 financiar hasta el 80% del valor FOB de la exportación, por un plazo de hasta 180 días, con amortizaciones iguales de período constante, trimestrales como máximo, a una tasa de interés del 7,5% anual sobre montos ajustados en dólares.

Estos mecanismos no están vigentes en la actualidad, pero mientras fueron de aplicación, habida cuenta la tasa de interés, constituyeron un valioso incentivo para las exportaciones. No obstante, debe decirse que el sistema no distinguía entre productos pesqueros de alto valor agregado y los que no lo tenían, pudiendo entrar en el régimen tanto pescados enteros congelados, como filetes congelados envasados en cajas de hasta un kg. neto. Vale decir que el mecanismo no privilegiaba el mayor valor agregado. Sin embargo si existiera posibilitaría la obtención de créditos necesarios para la producción de productos pesqueros de alto valor agregado.

En la actualidad tanto el Banco de la Nación Argentina como el Banco de la Provincia de Buenos Aires mantienen regímenes de financiación de exportaciones.

El régimen de Admisión temporaria de insumos fue restablecido por el Decreto 2284/91, modificado por el Decreto 1439/96, y ha sido utilizado por la industria pesquera para la importación temporaria de envases principalmente (cajas parafinadas y cajas de cartón corrugado). Podría ser utilizado también para

importación de pescados para incluir en productos a ser exportados (por ejemplo atún para ser enlatado y exportado, sí se lograra competitividad adecuada). El sistema requiere un trámite de tipificación de la mercadería a exportar en el cual se determine la cantidad de insumo que corresponde a cada unidad exportada, a los efectos de poder descargar la responsabilidad de la reexportación y obtener la devolución de la garantía depositada para su cancelación.

La mercadería susceptible de ser importada por el sector pesquero bajo el régimen de la admisión temporaria debe ser reexportada dentro del plazo de un año desde el despacho a plaza, prorrogable por un período igual. En caso de no poder cumplir con el plazo o su prórroga deben abonarse los gravámenes dejados de pagar al momento de la importación y además una suma adicional en concepto de derechos de importación equivalentes al 30% del valor en Aduana de la mercadería en el momento del registro.

Este beneficio, puede ser utilizado para importar insumos imprescindibles para elaborar productos de alta calidad y valor agregado a ser reexportados. Pero no es un incentivo especial para la producción de ítems de alto valor agregado, ya que el régimen no distingue con respecto al valor agregado de los productos a exportar a condición de que contengan el insumo importado y que obviamente el valor del producto sea superior al valor de los insumos.

En cuanto a la devolución de IVA a exportaciones, los exportadores pueden reclamar la devolución del Impuesto al Valor Agregado que pagaron al comprar insumos para la producción de los productos que exportan. Este es un beneficio que es otorgado tanto a las exportaciones de alto valor agregado como a las que no lo tienen. Por tal motivo, es solamente un dato a tener en cuenta al calcular el costo de producción, e indudablemente mejora también la competitividad de la exportación de los productos pesqueros.

**Cuadro N°26
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS
PESQUEROS
PRINCIPALES
PRODUCTOS
AÑO
1998**

**EN VALOR. MILES DE
US\$**

	1998	%
MERLUZA CONGELADA	258.687	
Filetes	202.693	29
Enteros y H&G	55.994	23
		6
OTROS CONGELADOS	158.321	
Filetes	75.725	18
Enteros y H&G	82.596	9
		9
CALAMAR CONGELADO	172.696	
		20
LANGOSTINO CONGELADO	145.004	
		16
SURIMI Y DERIVADOS	45.677	
		5
ENFRIADOS- REFRIGERADOS	43.445	
Filetes	17.980	5
Enteros y H&G	25.465	2
		3
OTROS	57.486	
		7
TOTAL	881.316	
		100

**EN VOLUMEN.
TONELADAS**

	1998	%
MERLUZA CONGELADA	164.780	
		28
Filetes	103.801	
		18
Enteros y H&G	60.979	
		10
OTROS CONGELADOS	98.058	
		17
Filetes	30.513	
		5
Enteros y H&G	67.545	
		11
CALAMAR CONGELADO	232.659	
		39
LANGOSTINO CONGELADO	19.717	
		3
SURIMI Y DERIVADOS	25.635	
		4
ENFRIADOS- REFRIGERADOS	25.748	
		4
Filetes	5.354	
		1
Enteros y H&G	20.394	
		3
OTROS	25.228	
		4
TOTAL	591.825	
		100

Cuadro N° 27
PRINCIPALES PAÍSES DE
DESTINO

EXPORTACIONES 1998.

	miles US\$	%
España	253.819	29
Brasil	116.466	13
Estados Unidos	90.707	10
Japón	86.554	10
Italia	76.192	9
Taiwan	58.686	7
Países Bajos	57.596	7
Francia	32.271	4
China	19.753	2
Rep.Fed.		
Alemana	14.031	2
Otros	75.240	9
Total	881.315	

Cuadro N° 28**PRECIOS PROMEDIO-
US\$/TN**

	1998
MERLUZA CONGELADA	
Filetes	1.570
Enteros y H&G	1.953
	918
OTROS CONGELADOS	
Filetes	1.615
Enteros y H&G	2.482
	1.223
CALAMAR CONGELADO	
	742
LANGOSTINO CONGELADO	
	7.354
SURIMI Y DERIVADOS	
	1.782
ENFRIADOS- REFRIGERADOS	
Filetes	1.687
Enteros y H&G	3.358
	1.249
OTROS	
	2.279
TOTAL	
	1.489

PRODUCCION, INDUSTRIALIZACION Y COMERCIALIZACION DE UVA EN LA REPUBLICA ARGENTINA

INDICE

1. INTRODUCCION

2. LA PRODUCCION. Zonas productoras

**Características zonales. Volúmenes y destinos de la materia prima.
La oferta varietal**

2.1 Zona Cuyo

2.2 Zona Noroeste

2.3 Zona Patagonia

2.4 Estructura productiva

2.5 Evolución de la producción primaria

3. CADENA PRODUCTIVO-COMERCIAL

4. LA INDUSTRIALIZACION

4.1 Destino industrial de la materia prima

4.2 Evolución de la producción industrial y de la uva en fresco

5. LA COMERCIALIZACION

5.1 Mercado interno y externo de la cadena

5.2 Algunas consideraciones

ANEXO I. El escenario internacional

ANEXO II. Actores del eslabón industria

ANEXO III. Proveedores de la industria del vino

1. INTRODUCCION

El presente documento está destinado a analizar la información disponible en el Consejo Federal de Inversiones sobre la uva en la Argentina, con el objeto de reorganizar la presentación de dicha información, siguiendo los criterios para los eslabonamientos productivos sectoriales desarrollados hasta el momento en el CFI.

El documento original pertenece al Ing. Miguel Giacinti y tiene un grado de actualización en la información hasta el año 1999 inclusive, salvo los datos estadísticos con los cuales se estructuró la cadena de producción-industrialización-comercialización, que corresponden al año 1997.

Un aspecto importante a tener en cuenta para caracterizar correctamente a una cadena es la identificación de los distintos tipos de actores que operan en ella. El documento disponible, cuyo objetivo fue el de tener una visión global de la uva en nuestro país, cuenta con información sobre proveedores de insumos de la industria del vino y empresas elaboradoras de vino, mosto, jugos, etc. Para complementar este trabajo se debería poner énfasis en una caracterización más profunda de los mismos, incluyendo a los proveedores de insumos de la producción primaria, la industria y la comercialización, así como también a los diferentes agentes que operan de alguna manera en la cadena.

Del mismo modo y para conocer mas acabadamente el funcionamiento de la cadena, se debería contemplar la dinámica de la misma, es decir la manera en que los actores interactúan, las relaciones de poder existentes entre los mismos, las tendencias que se visualizan para la actividad en su conjunto y las expectativas y emprendimientos empresarios.

De esta manera podrá el Consejo Federal de Inversiones disponer del conocimiento necesario sobre el sector, con el objetivo de instrumentar las

acciones que puedan llevarse a cabo en apoyo de los agentes del mismo y con la finalidad de aportar al desarrollo de la actividad.

2. LA PRODUCCION. Zonas productoras. Características zonales. Volúmenes y destinos de la materia prima. La oferta varietal

La amplia zona dedicada a la vitivinicultura, constituye una extensa franja, ubicada al oeste del país, al pie del macizo andino, desde los 22° a los 40° de latitud sur. Esta amplitud en latitud norte-sur, combinada con la topografía de numerosos valles andinos incluidos en la misma, condicionan grandes variaciones ecológicas que posibilitan la clasificación de regiones vitícolas bien demarcadas. Esta diversidad de condiciones climáticas, permite el cultivo en cada región de las que resultan mas adecuadas, por sus exigencias y características, desde el punto de vista climático y ecológico.

La cordillera de los Andes influencia de manera decisiva el clima de buena parte del territorio argentino y principalmente de su zona vitivinícola. El cordón montañoso, determina que las masas de aire húmedo provenientes del océano Pacífico descarguen su humedad sobre territorio chileno y si penetran en nuestro país, el aire es seco y caliente, como es el caso del viento zonda. Sin embargo las precipitaciones invernales en la Cordillera son importantes como reserva de agua. Por ello el clima de la zona vitícola es, en general, de carácter continental, semidesértico con estación invernal seca, templado o templado frío, con precipitaciones en el periodo estival, que varían entre 100 y 300 mm anuales, pudiendo alcanzar en algunos lugares los 400 mm de lluvia al año. La humedad relativa es baja, lo que sumado a la escasa precipitación, constituye una condición excepcional para la calidad y el estado sanitario de las uvas, evitando el desarrollo de enfermedad criptogámicas. Los productos vitivinícolas argentinos son naturales y libres de residuos de pesticidas.

En general, la necesidad de irrigación oscila entre 7.000 y 11.000 m³ / hectárea / año, por lo que las escasas precipitaciones obligan a que los viñedos se

desarrollen irrigados por una compleja red de canales que distribuyen el agua proveniente de los deshielos cordilleranos que forman ríos de régimen irregular, cuyas crecidas estivales son captadas y almacenadas por medio de embalses y otras obras hidráulicas. La irrigación artificial permite que la provisión de agua al viñedo pueda efectuarse en volúmenes y épocas mas apropiadas, conforme el estado vegetativo de las vides y a la calidad que se busca obtener. El riego se realiza por diversos sistemas: por surco, a manto y por goteo.

En síntesis, la zona vitícola Argentina puede ser dividida en tres regiones bien diferenciadas por sus características ecológicas y la diversidad de sus suelos en: Cuyo, Noroeste y Patagonia.

2.1 Zona Cuyo

Representa el 91,7 % de la superficie con viñedos del país, además de concentrar la oferta nacional de vino (91,8%), mosto (96,5%), uva de mesa (89,2%) y pasas de uva (90,7%), extendiéndose desde los 29,5° a 36° de latitud sur, abarcando las Provincias de Mendoza (Áreas: Norte, Centro, Este, Sur y Valle de Uco) y San Juan (Área Centro).

2.1.1 Area Norte de Mendoza

Comprende las superficies vitícolas de los departamentos Lavalle y Las Heras, irrigas con aguas del Río Mendoza, que representan en el ámbito nacional el 4,9% de los viñedos, el 6,9% de las hectáreas cultivadas con vid y el 5,2% de la producción de uva. Presenta Marcadas diferencias con las áreas Centro y Este, tanto por sus características agro climáticas como por las variedades en ella cultivadas. Los suelos en su gran mayoría son poco profundos y algo salinos, lo que demandan la implementación de sistemas de drenaje para efectuar lavados que mantengan un bajo nivel de sales. El clima es templado cálido con aproximadamente 200 días libres de heladas, lo que permite una buena maduración de las uvas. Se cultivan principalmente las variedades rosadas: Criolla Grande, Cereza y Moscatel Rosado, y entre las blancas predomina la variedad Pedro Giménez. Esta área es de gran aptitud para el cultivo de uva de

mesa y pasas, ya que se obtienen buenos rendimientos y calidad, sin embargo, en la actualidad, predomina la elaboración de vino (65%) y de mosto (34,4%).

Zona Norte de Mendoza

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Norte Mendoza	1,641	14,517	30	126,776
% nacional	4.9%	6.9%	2.3%	5.2%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Norte Mendoza	82,459	43,647	670	0
Oferta	65.0%	34.4%	0.5%	0.0%
% nacional	4.2%	10.6%	1.4%	0.0%

2.1.2 Area Centro de Mendoza

Es el área conocida como "Primera Zona" y comprende los departamentos de Luján de Cuyo, Maipú, Guaymallén y Godoy Cruz, representando en el ámbito nacional el 8,8% de los viñedos, el 11,3% de la superficie cultivada con vid y el 16,2% de la producción de uva. El clima templado, variando de templado frío a templado cálido, según se avanza de sur a norte, es adecuado para permitir la óptima maduración de las uvas. Los suelos son muy aptos para el cultivo de vid, francos a franco-arcillosos con bastante material grueso. Tienen muy buena permeabilidad y son pobres en materia orgánica y sin problemas de salinidad. La irrigación se realiza utilizando aguas del río Mendoza. En el departamento de Luján de Cuyo la vid se cultiva en el pedemonte de los cordones montañosos, a mas de 850 metros sobre el nivel del mar, excelentes condiciones ecológicas. Predomina el cultivo de variedades de alta calidad como Malbec, que en estas condiciones agro climáticas experimenta una exaltación de sus características

ecológicas dando origen a vinos de gran singularidad y calidad, Cabernet Sauvignon, Chenin, Merlot, Chardonnay, Syrah, Ugni Blanc, Tocai Friulano y otras de muy buena calidad. El sistema de conducción es la espaldera baja y parral. Se destaca un alto grado de perfeccionamiento tecnológico, que unido a las óptimas condiciones ecológicas y a la bondad de las variedades cultivadas, han permitido a esta área elaborar vinos finos tintos, rosados y blancos de calidad superior. Actualmente se encuentra funcionando la Denominación de Origen "Luján de Cuyo" y la oferta se concentra en la elaboración de vinos (91,2%), y en menor medida, mosto o concentrado de uva (7,9%), uva de mesa (0,6%) y pasas de uvas (0,03%).

Zona Centro de Mendoza

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Centro Mendoza	2,971	23,716	299	397,209
% nacional	8.8%	11.3%	23.3%	16.2%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Centro Mendoza	362,364	31,290	2,480	1,076
Oferta	91.2%	7.9%	0.6%	0.3%
% nacional	18.6%	7.6%	5.0%	2.7%

2.1.3 Area Este de Mendoza

Abarca los departamentos de San Martín, Rivadavia, Junín, Santa Rosa y La Paz. Es la mayor área productora de la Provincia y de Argentina, además de ser el principal productor de vino y de mosto, posesionándose en el ámbito nacional con el 22,6% de los viñedos, 33,8% de la superficie cultivada con vid y con el 34,1% de la producción de uva. Esta principalmente irrigada por el río Tunuyán y por el

río Mendoza, completándose la demanda hídrica por agua subterránea captada por bombeo. Se cultivan principalmente las variedades Criolla Grande, Moscatel Rosado, Pedro Giménez, Cereza, Malbec, Bonarda, Tempranilla, Sangiovese, Barbera, Ugni Blanc, Merlot y Syrah. El sistema de conducción mas difundido es el parral, al que le sigue en importancia la espaldera baja y alta. El clima es templado cálido y posee un régimen superior a 2.200 horas de sol en el periodo de 210 días favorables para el desarrollo vegetativo, permitiendo la perfecta maduración de la mayoría de las variedades cultivadas. Tiene gran amplitud térmica anual, favoreciendo el reposo vegetativo de las plantas. Los suelos son de origen eólicos, de textura franco arenosa y areno limosa, ricos en potasio. También existen algunos suelos salinos, los que deben manejarse adecuadamente mediante lavados. Esta área ha producido un marcado progreso en el manejo de los cultivos, sistematización del riego, incorporación de tecnologías y modernas maquinarias, tanto en bodegas como en fabricas de mosto. Produce principalmente vinos de mesa y finos (79,6%), además de mostos o jugos concentrado de uva (19,4%), uva de mesa (0,9%) y pasas de uva (0,1%).

Zona Este de Mendoza

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Este Mendoza	7,598	70,904	430	833,406
% nacional	22.6%	33.8%	33.5%	34.1%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Este Mendoza	663,673	161,332	7,546	855
Oferta	79.6%	19.4%	0.9%	0.1%
% nacional	34.1%	39.3%	15.2%	2.1%

2.1.4 Area Sur de Mendoza

Comprende los viñedos de los departamentos de San Rafael y General Alvear, que representan en el ámbito nacional el 16,2% de los viñedos, el 12,3% de la superficie cultivada de vid y el 6,2% de la producción de uva. Este oasis está irrigado por los ríos Atuel y Diamante, y se ubica al pie de la cordillera principal. El suelo es aluvional, presentando gran proporción de calcáreo. Con frecuencia el subsuelo es pedregoso. En estas condiciones la vid vegeta sin excesivo vigor, dando moderados rendimientos. Entre las variedades cultivadas se pueden mencionar Malbec, Bonarda, Cabernet Sauvignon, Tempranilla, Chenin y Pedro Giménez, entre otras. Entre los sistemas de conducción predomina la espaldera baja. Se producen fundamentalmente vinos de mesa y finos (92,7%), siguiéndole en importancia el mosto o concentrado (6,8%) y la uva de mesa (0,5%). Los productores se han organizado bajo la Denominación de Origen "San Rafael".

Zona Sur de Mendoza

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Sur Mendoza	5,469	25,860	136	151,307
% nacional	16.2%	12.3%	10.6%	6.2%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Sur Mendoza	140,298	10,291	718	0
Oferta	92.7%	6.8%	0.5%	0.0%
% nacional	7.2%	2.5%	1.4%	0.0%

2.1.5 Area Valle de Uco de Mendoza

Se ubica al sudoeste de la ciudad de Mendoza. Es un valle formado por la cordillera frontal y la región de las Huayquerías, posesionándose en el ámbito nacional con el 2,5% de los viñedos, el 4,2% de la superficie cultivada de vid y el 2,6% de la producción de uva. Comprende el valle del mismo nombre. Abarca territorios

cultivados de los departamentos de Tunuyán, Tupungato y San Carlos, sobre el pedemonte de la Cordillera de los Andes. La altitud varia desde los 900 mts sobre el nivel del mar en la ciudad de Tunuyán hasta los 1.200 mts en el Viejo Tupungato. Los terrenos cultivados son irrigados por los ríos Tunuyán y Tupungato. Los inviernos son rigurosos y los veranos cálidos con días templados y cálidos y noches muy frías. Las heladas y el granizo son dos factores adversos que con frecuencia ocasionan perdidas en las cosechas, en algunos casos de importancia. En las zonas altas, de marcada pendiente, los suelos son pedregosos, los cantos rodados aparecen mezclados con arena gruesa y algo de limo, siendo de escasa fertilidad. A causa de su composición física y mecánica son suelos muy permeables, sin problemas de drenaje ni salinidad en su gran mayoría. En esta área predominan las variedades tintas, entre las que podemos mencionar: Malbec, Tempranilla, Barbera, Merlot, Cabernet Sauvignon, Sangiovese y Bonarda. Se cultivan también variedades blancas de vinificar, tales como Semillón (principalmente en Tupungato), Torrontés Riojano, Pedro Giménez, Chardonnay y Chenin, entre otras. La variedad Semillón es el cepaje blanco fino más abundante en el valle, especialmente en Tupungato, donde manifiesta al máximo sus excelentes cualidades, dando un vino de pronunciado aroma frutal y buena acidez. En general, los vinos producidos en esta área tienen acidez elevada. Dentro del área Valle del Uco, los productores de Tupungato, al pie mismo del cerro homónimo, se están organizando para constituir la Denominación de Origen "Valle del Tupungato", para proteger y difundir la tipicidad y calidad del vino de la zona que concentra el 97,6% de la oferta del área, complementado con mosto o concentrado de uva (2,4%).

Zona Valle de Uco de Mendoza

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
V.Uco				
Mendoza	837	8,701	37	62,907
% nacional	2.5%	4.2%	2.9%	2.6%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
V.Uco				
Mendoza	61,393	1,514	0	0
Oferta	97.6%	2.4%	0.0%	0.0%
% nacional	3.2%	0.4%	0.0%	0.0%

2.1.6 San Juan

La vitivinicultura se desarrolla principalmente en el Valle del Tulum y en menor proporción en los valles de Zonda y Ullum, ubicados entre la Cordillera de los Andes y la sierra de Pie de Palo, a ambos lados del río San Juan. también se cultiva la vid en otros valles cordilleranos más altos y en consecuencia más frescos, como Calingasta, Jáchal (a 1.165 mts sobre el nivel del mar) e Iglesia. San Juan se posiciona a nivel nacional con el 24,6% de los viñedos, el 23,2% de la superficie cultivada de vid y el 28,3% de la producción, constituyéndose en la principal área de producción de uva de mesa (90,4%) de Argentina. El clima es cálido, de gran estabilidad, las lluvias son escasas. Predominan vientos generalmente suaves y en primavera suele soplar el viento Zonda, muy seco y caliente. La incidencia del granizo es mucho menor que en Mendoza, el agua de irrigación es aportada por el Río San Juan y en menor proporción por el río Jáchal y también por la captación de aguas subterráneas mediante perforaciones. Las variedades blancas y rosadas predominan en forma notoria sobre las tintas. La variedad predominante es la Cereza, uva rosada de múltiple propósito para elaborar vino y pasas de uva, así como para el consumo en fresco. Le sigue en importancia las variedades Moscatel de Alejandria, Pedro Giménez y Torrontés Riojano entre las blancas. La brisa suave y las ondulaciones del terreno permiten disponer de excelentes condiciones para la desecación natural de uvas con destino a la producción de pasas, constituyendo en la zona más apta del país para este tipo de producción. La oferta local se ubica preferentemente en vinos

con el 68,9% de la producción, siguiéndole en importancia el mosto (21,5%), la uva de mesa (4,8%) y las pasas de uvas (5%).

San Juan

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
San Juan	8,275	48,535	242	689,800
% nacional	24.6%	23.2%	18.9%	28.2%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
San Juan	474,973	147,793	32,776	34,258
Oferta	68.9%	21.4%	4.8%	5.0%
% nacional	24.4%	36.0%	66.2%	85.9%

2.2 Zona Noroeste

Representa el 5,7 % de la superficie con viñedos y el 6,6% de la producción de uvas del país, además de posicionarse en la oferta nacional de vino con el 7,4%, en mosto con el 3,4%, en uva de mesa el 0,8% y en pasas de uva con el 9,3%, extendiéndose desde los 22° a 29° de latitud sur, abarcando las Provincias de La Rioja, Catamarca y Salta.

2.2.1 La Rioja

La viticultura riojana está principalmente concentrada en pequeños valles irrigados al oeste de la provincia, entre las Sierras de Velasco por el este y la Sierra de Famatina por el oeste, representando a nivel nacional el 10,3% de los viñedos, el 3,6% de la superficie cultivada de vid y el 4,7% de la producción de uva. En la ladera de la Sierra de Velasco, las precipitaciones superan los 300 mm. Los suelos son de tipo aluvional, presentan textura mas gruesa en la meseta y más fina en valles y planicies, y raramente salitrosos. El encepado esta constituido principalmente por variedades blancas y rosadas, como Torrontés Riojano (característico de la región), Moscatel de Alejandría y Torrontés Sanjuanino. Para

consumo en fresco y pasas producen las variedades Sultanina blanca, Arizul y Cardinal. El sistema conducción predominante es el parral, en menor medida el "majuelo riojano" y el espaldero alto y algunos viñedos en sistema de cabeza. El "parrón" (parral alto) se utiliza en los departamentos de Sanagasta, Castro Barros y San Blas de los Sauces. La producción se concentra en vinos (86,3%), mosto (10,2%) y pasa de uva (3,2%), la Denominación de Origen es "Valles de Famatina",

La Rioja

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
La Rioja	3,460	7,536	40	114,137
% nacional	10.3%	3.6%	3.1%	4.7%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
La Rioja	98,517	11,596	336	3,689
Oferta	86.3%	10.2%	0.3%	3.2%
% nacional	5.1%	2.8%	0.7%	9.3%

2.2.2 Catamarca

La viticultura se concentra en el área occidental (departamento de Tinogasta) y en el Valle de Catamarca u oriental, representando a nivel nacional el 7% de los viñedos, el 1,4% de la superficie cultivada de vid y el 0,8% de la producción de uva. El Valle de Catamarca tiene una precipitación anual de aproximadamente 400 mm. Los suelos son profundos, francos o limo-arenosos. Las temperaturas estivales son elevadas. Al este es más fresco, con precipitaciones anuales inferiores a 200 mm, distribuidas principalmente en el periodo estival. Los suelos son bastante homogéneos, de textura media y fina, pobres en materia orgánica, calcáreos y en general, poco salinos. Predomina las variedades rosadas y blancas para vinificar, principal oferta productiva de la Provincia (88,6%), cultivándose

preferentemente la variedad Cereza, le siguen en importancia Torrontés Riojano, Sultanina Blanca y Moscatel de Alejandría.

Catamarca

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Catamarca	2,355	2,866	17	19,793
% nacional	7.0%	1.4%	1.3%	0.8%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Catamarca	17,544	2,248	0	0
Oferta	88.6%	11.4%	0.0%	0.0%
% nacional	0.9%	0.5%	0.0%	0.0%

2.2.3 Salta

La viticultura se concentra de los Valles Calchaquíes, de mucha altitud y profundos, que forman las cadenas montañosas al oeste de Salta, comprendiendo también el noroeste de Tucumán y el norte de Catamarca. Abarca principalmente Cafataye (70%) siguiéndole en importancia La Poma, Cachi, Molinos y San Carlos, representando a nivel nacional el 1% de los viñedos, el 0,7% de la superficie cultivada con vid y el 1,1% de la producción. El clima es templado, con notables amplitudes térmicas y extraordinaria diafanidad atmosférica. Los veranos son largos. Ocasionalmente tienen lugar heladas tardías en primavera, si bien el periodo libre de heladas es amplio, abarcando desde el mes de octubre hasta abril. Son frecuentes las granizadas localizadas, durante las tormentas de verano. Los suelos son generalmente franco-arenosos o arenosos con elevada proporción de arena fina. El perfil del suelo es profundo con subsuelo algo pedregoso que asegura una excelente permeabilidad y la lixiviación de sales perjudiciales. El agua de irrigación proviene principalmente de los ríos Calchaquí y Santa María y de numerosos cursos de aguas, afluentes de esos colectores. También se capta

agua del subsuelo mediante perforaciones. La variedad más cultivada es el Torrontés Riojano, por su aroma y sabor característico, produce un vino de gran tipicidad. Le siguen en importancia las siguientes variedades: Chardonnay, Chenin y Cabernet Sauvignon. El sistema de conducción predominante es el parral. La oferta productiva se concentra en vinos (99,9%) de gran calidad, principalmente blancos aromáticos de la variedad Torrontés Riojano, además de vinos regionales.

Salta

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Salta	340	1,543	15	27,669
% nacional	1.0%	0.7%	1.2%	1.1%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Salta	27,629	0	41	0
Oferta	99.9%	0.0%	0.1%	0.0%
% nacional	1.4%	0.0%	0.1%	0.0%

2.3 Zona Patagonia

Representa el 2,1 % de la superficie con viñedos y el 0,9% de la producción de uvas del país, además de posicionarse en la oferta nacional de vino con el 0,8%, en mosto con el 0,2% y en uva de mesa el 10,1%, extendiéndose desde los 37° a 40° de latitud sur, abarcando las Provincias de Neuquén y Río Negro.

2.3.1 Neuquén

La producción vitícola se encuentra desde hace algunas décadas en retroceso, siendo una actividad económica muy marginal, desplazada por la fruticultura, ubicándose en el Departamento Confluencia, sobre las márgenes de los ríos Limay y Neuquén, con un escaso posicionamiento nacional, a pesar de la

existencia de algunos proyectos para reimpulsar la actividad vitivinícola. Las condiciones agroecológicas son excepcionales para el cultivo de vid bajo el régimen de producción integrada o ecológica, con 200 mm de precipitaciones anuales. Los días son templados y muy luminosos, con noches frescas, lo que otorga un apreciado margen de amplitud térmica. Existen riesgos de heladas tempranas o tardías, así como también de fuertes vientos. El clima es el más frío de todas las regiones vitivinícolas del país, con un mayor contenido de acidez, una elevada proporción de ácido málico y menor riqueza azucarina. Desde el punto de vista edáfico los suelos son coluviales y aluviales, de textura mediana a gruesa, aptos para el cultivo de vid. La escasa producción se destina el 100% a la elaboración de vino.

Neuquén

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Neuquén	12	83	2	44
% nacional	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Neuquén	44	0	0	0
Oferta	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
% nacional	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

2.3.2 Río Negro

La región del Alto Valle del Río Negro concentra la mayor superficie vitivinícola de la Provincia, ubicada en el Departamento General Roca, sobre los márgenes del curso inferior de los ríos Limay y Neuquén. Le siguen en importancia como zonas productoras el Valle Medio del Río Negro y el Valle Medio del Río Colorado (Peñas Blancas). La Provincia se posiciona a nivel nacional con el 2,1% de los viñedos, el 2,5% de la superficie cultivada de vid y el 0,9% de la

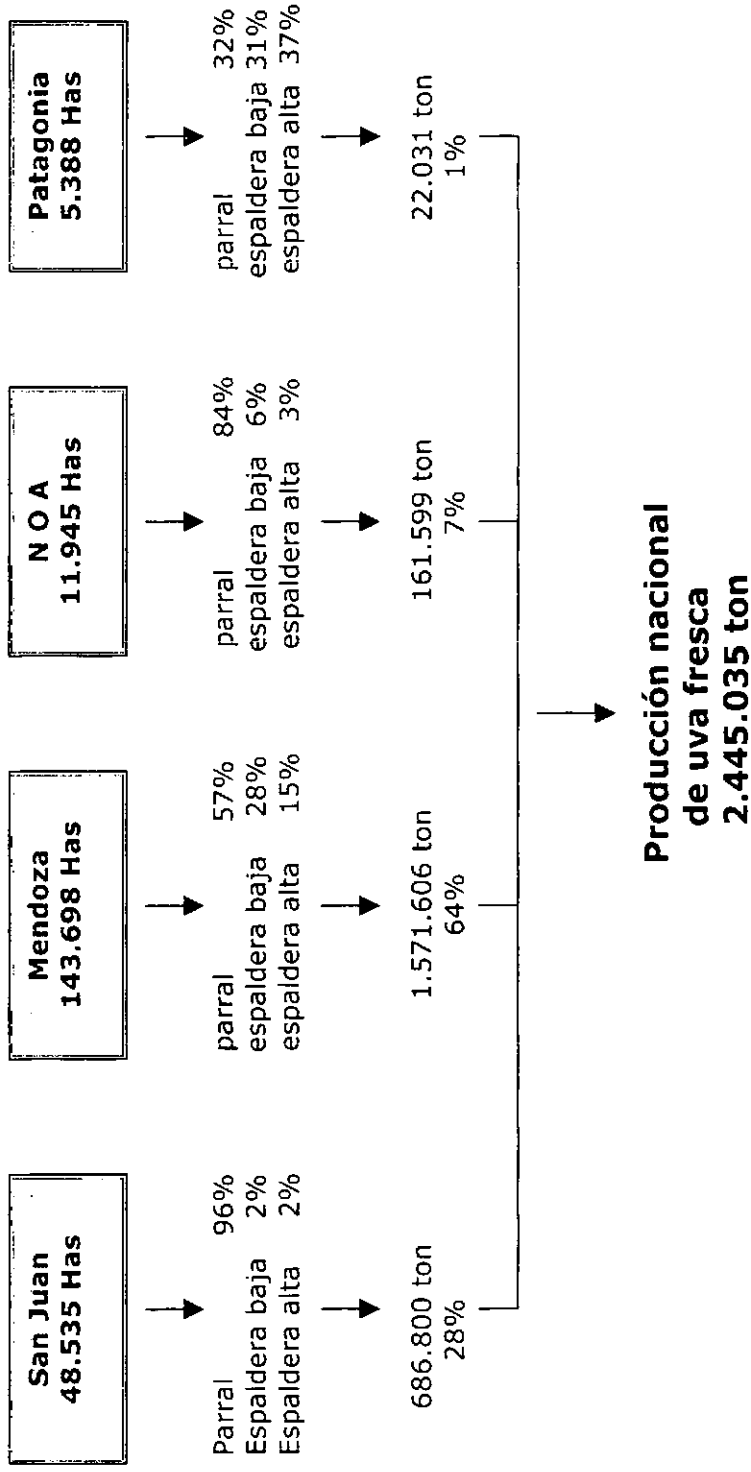
producción de uva, con un importante incremento en los próximos años en uva de mesa (principal oferta de la región a nivel nacional, que en mayoría se exporta a Europa). Las condiciones agroecológicas son excepcionales, dado que prácticamente, no se realizan ningún tipo de aplicaciones agroquímicas a los cultivos y más del 95% de la oferta de uva de mesa, es bajo el régimen de fruta integrada. Las heladas tardías o tempranas es un limitante al desarrollo de la actividad. Se cultivan variedades tintas y blancas de vinificar, de alta calidad ecológica. En tintas podemos mencionar Malbec, Merlot, Syrah, Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Bonarda y en blancas a Torrontés Riojano, Pedro Giménez, Semillón, Torrontés Sanjuanino, Sauvignon, Torrontés Mendocino (conocida como Loca Blanca) y Chenin. El clima es él más frío de todas las regiones vitivinícolas del país, con un mayor contenido de acidez, una elevada proporción de ácido málico y menor riqueza azucarina. Predomina el cultivo en viñedos de espaldera baja, siguiéndole en importancia, la espaldera alta y el parral. La producción de vino es la principal oferta (74,1%), mientras que la actividad comercial de uva de mesa se ha incrementado notablemente (22,6%) bajo el régimen de producción integrada.

Río Negro

Producción	Viñedos	Has.	Bodegas	Ton.
Argentina	33,658	209,566	1,283	2,445,035
Río Negro	700	5,305	35	21,987
% nacional	2.1%	2.5%	2.7%	0.9%

Oferta (ton.)	Vino	Mosto	Uva mesa	Pasa de uva
Argentina	1,945,187	410,425	49,546	39,877
Oferta	79.6%	16.8%	2.0%	1.6%
Río Negro	16,292	715	4,980	0
Oferta	74.1%	3.3%	22.6%	0.0%
% nacional	0.8%	0.2%	10.1%	0.0%

2.4 ESTRUCTURA PRODUCTIVA



*datos año 1997

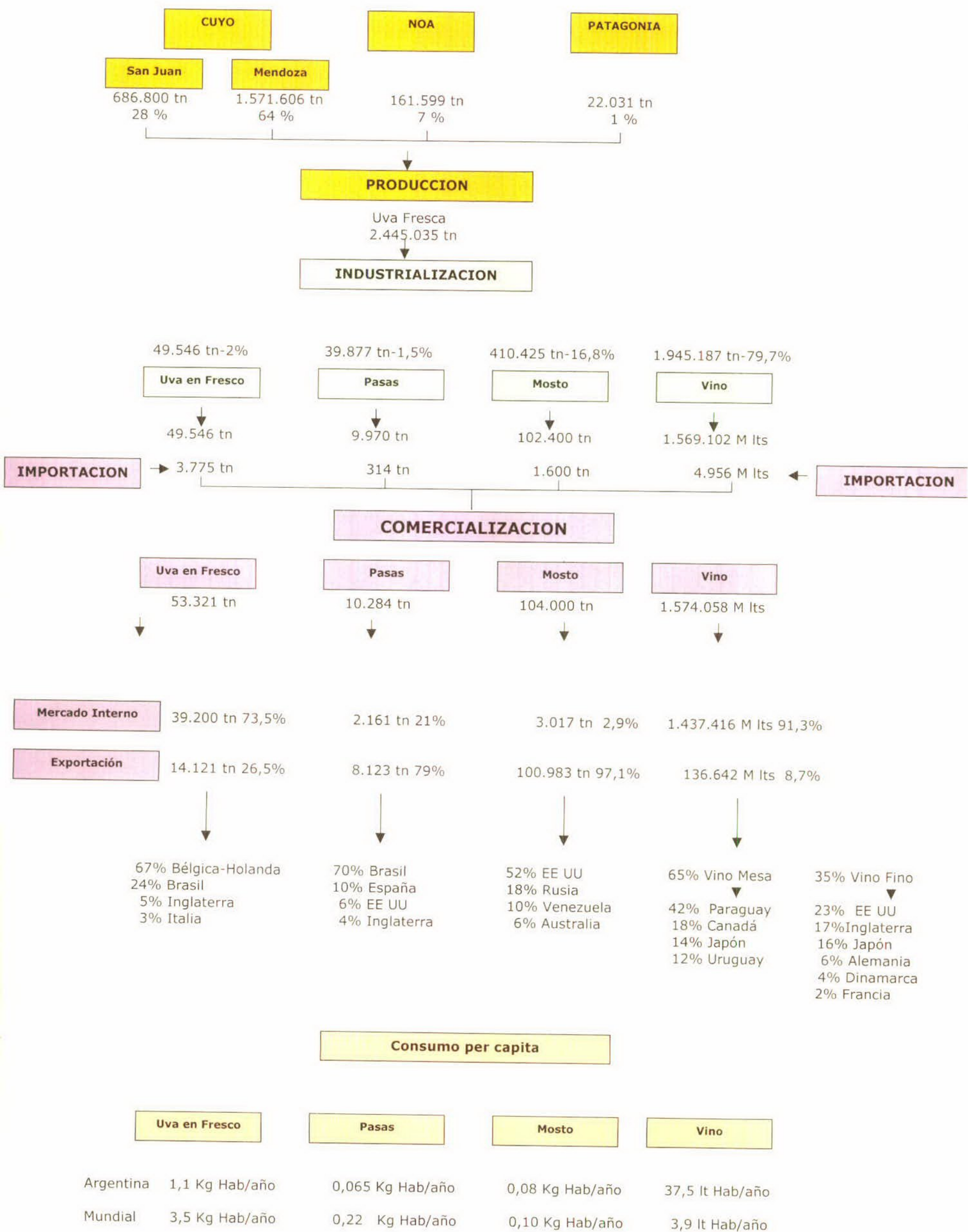
2.5 Evolución de la producción primaria

El mayor nivel productivo de uva en la Argentina se ubica sobre fines de la década del 70', con 333 mil 671 hectáreas (1977=350 mil hectáreas), a partir del cual, se registra un 37,5% de disminución de la superficie cultivada por erradicación de viñedos, acompañado de una merma en la producción del 28,4%. El menor porcentaje observado en la caída de la producción, con relación a la superficie cultivada, se explica por el mejoramiento en los rendimientos productivos.

Sin embargo, es importante resaltar en que en los últimos años se asiste a un extraordinario cambio. A partir de 1992 y hasta la actualidad se observa una leve recuperación, implantado variedades de alta calidad enológicas, muy aptas para elaborar vinos de gran calidad, como por ejemplo en el valle de Tupungato en Mendoza, además de observarse en general, una fuerte tendencia a reconvertir viñedos ya existentes con variedades reconocidas por sus excelentes cualidades, tanto para vinificar como para uva de mesa y pasas.

Otro dato importante en la tendencia sobre el cultivo de vid, es que ha disminuido la producción propia de uva para vinificar, incrementándose notablemente la modalidad de compra en lugar de terceros (a maquila). Esto puede estar reflejando, por un lado, que las bodegas reconocen que los costos de producción de los productores son más competitivos que en el ámbito de las empresas, además de que el negocio vitivinícola está reencontrando una senda de rentabilidad y por lo tanto es más importante fijar precio en la compra de la uva al productor.

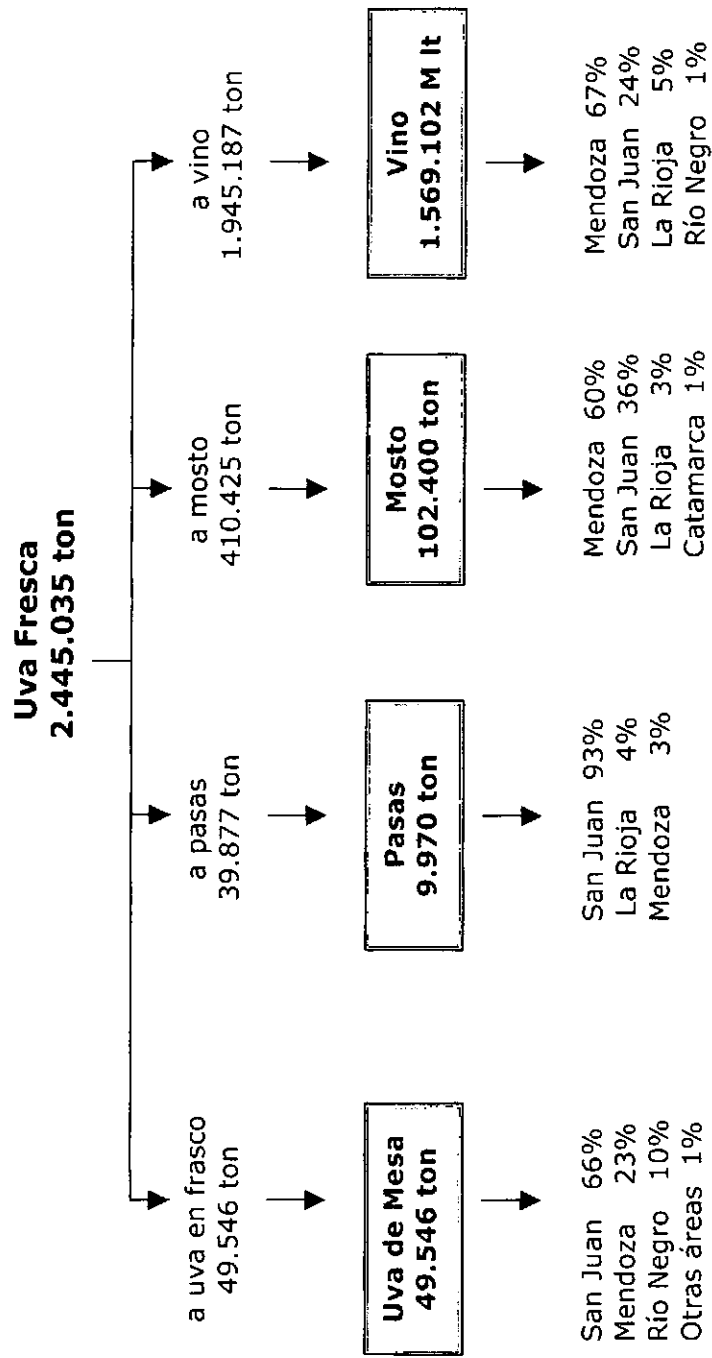
3. CADENA DE PRODUCCION – COMERCIALIZACION DE LA UVA EN ARGENTINA



datos año 1997
M lts miles de litros
Mosto : mosto concentrado

4. LA INDUSTRIALIZACION

4.1 DESTINO INDUSTRIAL DE LA MATERIA PRIMA



* datos año 1997

4.2 Evolución quinquenal de la producción industrial y de uva en fresco

Evolución quinquenal de la producción de uva de mesa

Argentina	Detalle	1960/ 64	1965/ 69	1970/ 74	1975/ 79	1980/ 84	1985/ 89	1990/ 94	1995/ 99
Producción	miles tn.	68,55	88,04	83,61	119,1	56,92	55,89	58,11	47,95
Importación	miles tn.	0	0	0	52	167	25	2,160	2,081
Exportación	miles tn.	5,341	6,071	2,712	2,019	1,185	3,877	7,056	8
Consumo	miles tn.	63,21	81,97	92,56	117,1	55,90	52,04	53,22	37,72
parámetro	kg /hab.	3.2	3.8	3.4	4.4	2.0	1.8	1.7	1.4

Evolución quinquenal de la producción de pasa de uva

Argentina	Detalle	1960/ 64	1965/ 69	1970/ 74	1975/ 79	1980/ 84	1985/ 89	1990/ 94	1995/ 99
Uva p/pasa	miles tn.	22,201	15,588	14,288	13,735	15,806	20,679	28,528	34,384
Producción	miles tn.	5,550	3,897	3,572	3,434	3,952	5,170	7,132	8,596
Import.	miles tn.	6	91	544	598	160	370	193	282

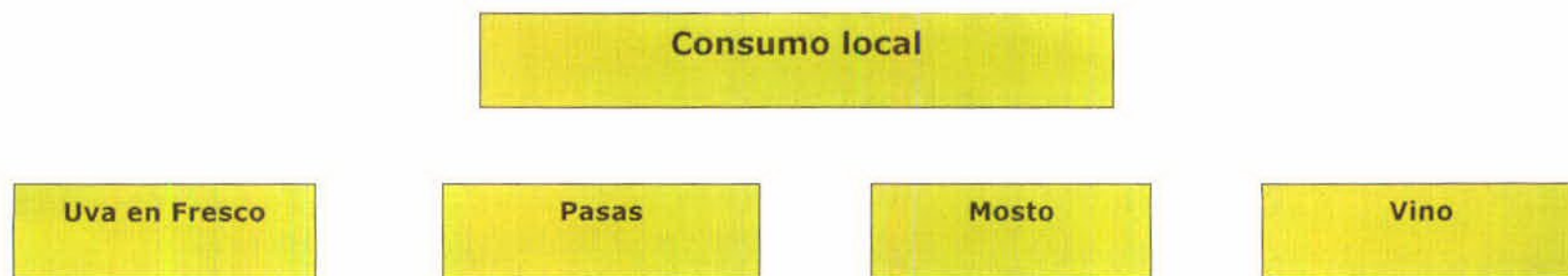
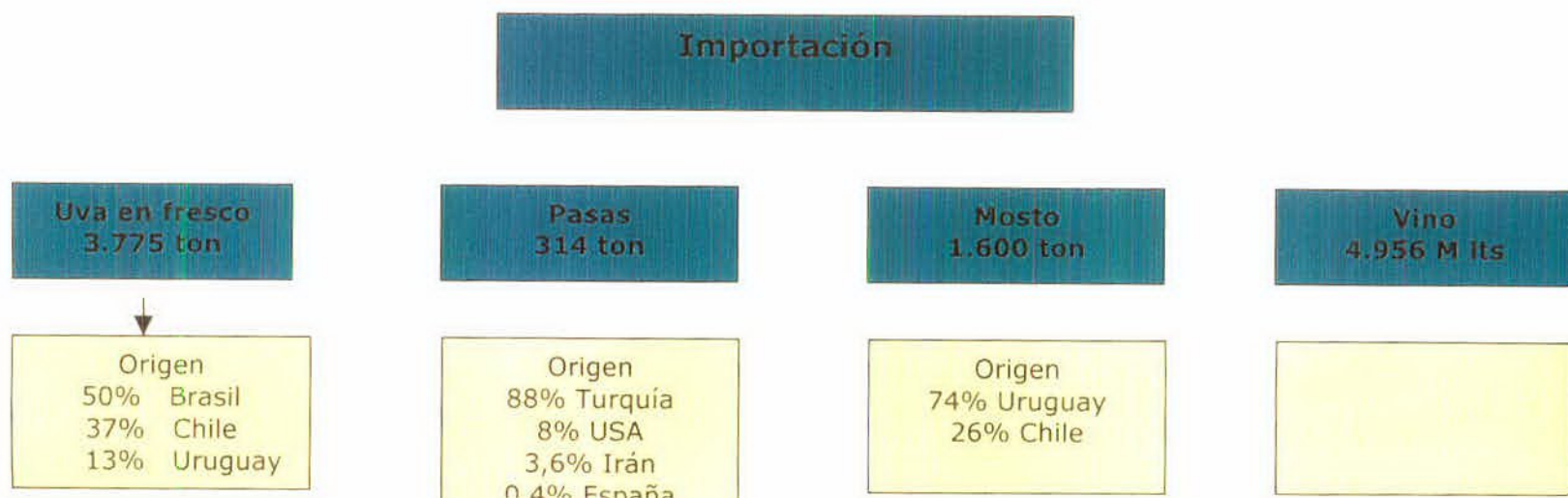
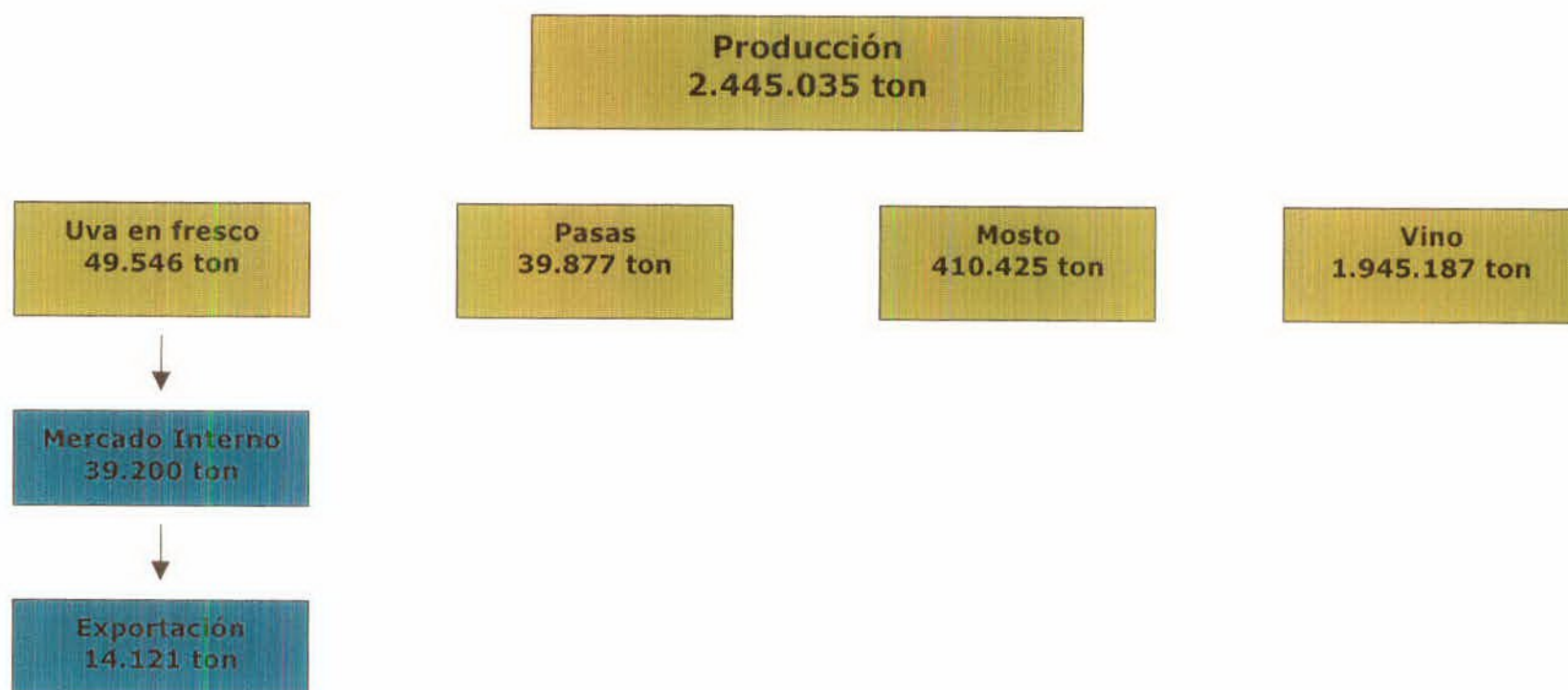
Export.	miles tn.	1,535	1,538	1,319	2,317	1,861	3,370	4,940	7,146
Consumo	miles tn.	4,022	2,450	2,798	1,715	2,251	2,170	2,385	1,732
parámetro	kg / hab.	0.19	0.11	0.11	0.06	0.08	0.07	0.07	0.05

Evolución quinquenal de la producción de vino

Argentina	Detalle	1960/ 64	1965/ 69	1970/ 74	1975/ 79	1980/ 84	1985/ 89	1990/ 94	1995/ 99
Uva	miles	2,389,	2,645,	2,771,	3,179,	2,960,	2,557,	1,867,	1,810,
p/vino	tn.	892	454	213	903	884	728	967	155
	%								
Molienda	prod.	97.0%	96.6%	97.0%	96.2%	94.3%	87.3%	85.2%	76.7%
Elabora-	miles	1,904,	2,115,	2,157,	2,404,	2,279,	2,025,	1,510,	1,459,
ción	lts.	975	760	592	659	940	524	608	802
Consumo	miles	1,820,	2,038,	2,092,	2,235,	2,076,	1,811,	1,586,	1,344,
	lts.	694	141	148	969	930	177	271	011
Parámetro	lts. /								
	hab.	84.9	88.9	84.4	83.2	71.7	58.1	47.5	37.7
Espuma	miles								
nte	lts.					4,499	7,207	8,364	11,000
Exportac	miles								130,21
ión	lts.	216	1,689	5,190	34,098	17,249	19,571	38,448	2
- venta	%								
ext.	vino	0.0%	0.1%	0.2%	1.4%	0.8%	1.0%	2.5%	8.9%

5. LA COMERCIALIZACION

5.1 MERCADO INTERNO Y EXTERNO DE LA CADENA



Producción nacional	49.546 ton	9.970 ton	102.400 ton	1.569.102 M Its
Importación	3.775 ton	314 ton	1.600 ton	4.956 M Its
Total	53.321 ton	10.284 ton	104.000 ton	1.574.058 M Its
- Exportación	14.121 ton	8.123 ton	100.983 ton	136.642 M Its
Consumo local	39.200 ton	2.161 ton	3.017 ton	1.343.551 M Its

5.2 Algunas consideraciones

La erradicación de viñedos comentada anteriormente, tendió a eliminar los viñedos abandonados y decréditos, además de aquellos implantados con variedades de baja calidad enológica y gran producción, ya que el consumo de vino se orienta cada vez más a los vinos de calidad. Es precisamente este último motivo, además de la baja en el consumo de vino por habitante lo que explica una disminución en la utilización de la producción de uva para vinificar del 97% (1960/64) al 76,7% (1995/99), diversificando hacia uva de mesa, mosto y pasas de uvas, entre otros productos.

Los espumantes (conocidos más popularmente en nuestro país como champagne) también experimentan un avance en la demanda del consumidor local.

La apertura de mercados externos en países consumidores representó un desafío para las bodegas locales, con importantes avances en especial en los últimos años, donde se alcanza una exportación equivalente al 8,9% de la elaboración. Cada vez son más las bodegas que presentan sus vinos a juicio del consumidor extranjero con merecida valoración y que obtienen premios en concursos internacionales de reconocido prestigio.

También es importante señalar que los productores de vinos, en especial los de Mendoza y de La Rioja, se están agrupando en Denominación de Origen (DO), constituyéndose en un ámbito de tipicidad, autenticidad y garantía de calidad superior indiscutible, mostrando signos importantes en el desarrollo del negocio.

La tendencia hacia los vinos de calidad o finos es importante, desde el punto de vista de la tendencia para el consumidor de alto ingresos (ABC_1), que demanda mayor valor agregado en el producto, y que hoy representa el 18,8% del consumo local. Sin embargo, el consumo masivo sigue estando en el vino de mesa (71,7%), donde el precio es el principal motivo de compra para los consumidores de ingresos medios (C_2C_3) y bajos (DE), y por ende la competitividad o supervivencia en este mercado lo marca la estrategia de costo. En este último

caso, este comentario se avala con la tendencia observada para envasar en tetra-brik (45,7%) y en sachets (0,1%).

Evolución quinquenal del consumo local de vino

Argentina	1980/8 4	1985/8 9	1990/9 4	1995/9 9
Vino de mesa	88.1%	84.4%	78.4%	71.7%
Vino fino		6.5%	14.0%	18.8%
Vino reserva		5.4%	2.8%	3.2%
Fino + reserva	8.6%	11.9%	16.8%	22.0%
Vino regional	2.6%	2.5%	3.4%	5.1%
Vino especial	0.7%	1.2%	0.6%	0.2%
Otros vinos	0.0%	0.0%	0.8%	1.0%
En				
damajuana	26.3%	34.4%	45.5%	27.3%
En botella	14.0%	16.7%	17.2%	21.2%
En tetra-brik		9.5%	14.6%	45.7%
En sachets			0.1%	0.1%
A granel	59.7%	39.4%	22.6%	5.6%

La producción de uva de mesa local en general se encuentra en retracción, sin embargo los avances importantes en incorporación de nuevas variedades ha permitido expandir el negocio de exportación.

La explicación del retroceso en el consumo local se basa en que la uva se posiciona en un 83% en el consumidor de medio (C_2C_3) y bajo (DE) ingreso, por lo cual, al incrementarse la calidad productiva el precio de venta aumenta y marca un retroceso en la demanda de estos segmentos, pero sin embargo se desarrolla el consumo de aquel de alto ingreso (ABC_1).

Siendo las pasas de uvas una actividad marginal del sector vitivinícola, presenta altibajos importantes, con una tendencia decreciente en el consumo. La mayor oferta productiva de este segmento acontece en años de abundante producción de uva blanca y por consiguiente, bajos precios de compra al productor. El hábito de consumo en el ámbito nacional no se identifica con este producto, salvo a fin de año con el tradicional pan dulce. La demanda internacional de pasas de uvas es muy competitiva y en él dominan las variedades apirénicas (Sultanina y Corinto), cultivo de poca extensión en el viñedo argentino.

Por último, el mosto o concentrado de uva tiene un importante mercado internacional, principalmente en Estados Unidos, lo que ha motivado el incremento de la producción exportada a nivel local, pasando de 33 mil toneladas de jugo o mosto de uva (1985/89) a 87 mil toneladas (1995/99), para lo cual se destina en la actualidad el 16% de la producción de uva. La principal zona productora de mosto es el Área Este de Mendoza, que abarca los departamentos de San Martín (principalmente), Rivadavia, Junín y Santa Rosa.

ANEXO I. EL ESCENARIO INTERNACIONAL

1. Ubicación

Hoy, como a lo largo de la historia, la uva es producida, globalmente, en zonas templadas y en algunos valles irrigados con muy bajas precipitaciones, en zonas desérticas. Los terrenos deben ser pobres, pedregosos, impropios para otros cultivos.

El vino, el principal destino de la producción de la uva, es la conjunción armónica entre un suelo, un clima, la pureza del agua que riega la vid y el cuidado del hombre.

En general, procede de vides plantadas entre los 30 y 50 grados de latitud norte y entre los 30 y 40 grados de latitud sur. En el norte, están los viñedos europeos, norafricanos, estadounidenses, rusos, asiáticos y del Medio Oriente. En el sur, los argentinos, chilenos, uruguayos, peruanos, de Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda y sur de Brasil.

2. Área cultivada

El negocio vitivinícola fue, hasta la década del 70, una actividad en constante crecimiento, llegando a cultivarse 10 millones 200 mil hectáreas. El exceso de vino en el mercado mundial, produjo una vuelta atrás en el desarrollo del sector y se inició, a partir de 1982, un importante proceso de erradicación de viñedos (-21%). Así, en el año 1999, se llegó a una superficie total de 8 millones 62 mil hectáreas.

El 58% de las viñas que fueron arrancadas entre 1980 y 1999 son de Europa (Principalmente Italia, España y Francia), el 22% de la ex Rusia, el 8% de Turquía (8%), el 6% de América del Sur (Principalmente Argentina), el 5,3% de África y el 0,7% en Canadá.

Evolución de la superficie cultivada de uva (miles de has.)

	1977/7 9 Prom.	1980/ 84 Prom.	1985/8 9 Prom.	1990/ 94 Prom.	1995/9 9 Prom.	1977/ 79 %	1995/9 9 %	% var. 99/79
MUNDO	10,178	9,744	8,516	8,477	8,068	100.0 %	100.0 %	-21%
ÁFRICA	449	426	420	318	298	4.4%	3.7%	-34%
- S. África	119	120	148	101	107	1.2%	1.3%	-10%
- Resto	330	306	272	218	191	3.2%	2.4%	-42%
N. AMÉRICA	363	393	400	356	386	3.6%	4.8%	6%
- Canadá	25	29	25	6	7	0.2%	0.1%	-72%
- USA	297	313	315	304	336	2.9%	4.2%	13%
- Resto	41	52	60	46	43	0.4%	0.5%	6%
S. AMÉRICA	567	521	484	411	424	5.6%	5.3%	-25%
- Argentina	341	319	272	206	215	3.4%	2.7%	-37%
- Chile	136	114	120	117	122	1.3%	1.5%	-10%
- Resto	90	88	92	88	87	0.9%	1.1%	-3%
EUROPA	6,020	5,631	4,934	4,732	4,504	59.1%	55.8%	-25%
- España	1,648	1,702	1,416	1,304	1,142	16.2%	14.2%	-31%
- Italia	1,450	1,278	1,068	973	883	14.2%	10.9%	-39%
- Francia	1,260	1,139	1,011	904	884	12.4%	11.0%	-30%
- Alemania	89	90	93	100	102	0.9%	1.3%	15%
F. - Resto	1,573	1,422	1,346	1,451	1,493	15.5%	18.5%	-5%
OCEANÍA	67	73	63	63	78	0.7%	1.0%	17%
- Australia	64	67	58	57	71	0.6%	0.9%	12%
- N. Zelanda	3	6	5	6	7	0.0%	0.1%	133%
ASIA	1,434	1,349	1,316	1,761	1,682	14.1%	20.8%	17%
- Irán	181	189	200	230	250	1.8%	3.1%	38%
- Turquía	783	740	597	575	558	7.7%	6.9%	-29%
- Resto	470	420	519	956	874	4.6%	10.8%	86%
Rusia	1,278	1,351	899	835	696	12.6%	8.6%	-46%

3. Producción

La producción mundial promedio entre 1995 y 1999 es de 60 millones 684 mil toneladas, similar a la del periodo 1971 a 1979. El 57% de la producción se destina a la elaboración de vino, un 31% al consumo en fresco, un 8% a la elaboración de jugo concentrado o mosto y el restante 4% a pasas de uvas.

Los quince (15) principales países productores, que representan el 75% de la oferta mundial son: Italia (15,8%), Francia (11%), USA (9,6%), España (8,1%), Turquía (5,9%), China (4,2%), Argentina (4,1%), Irán (3,8%), Alemania (2,7%), Chile (2,6%), Rumania (2,3%), Sudáfrica (2,2%), Grecia (1,9%) y Australia (1,8%).

Evolución de la producción de uva (miles de ton.)

	1990/9 4 Prom.	1995/ 99 Prom.	1996	1997	1998	1999	1999 %	% Var. 99/94
MUNDO	61,378	60,684	62,139	60,985	59,123	61,697	100.0%	-1%
ÁFRICA	2,596	2,852	2,842	2,890	2,897	3,033	4.9%	10%
- S. África	1,315	1,378	1,411	1,439	1,323	1,355	2.2%	5%
- Resto	1,281	1,474	1,431	1,452	1,574	1,678	2.7%	15%
N. AMÉRICA	5,846	6,175	5,511	7,147	5,829	6,479	10.5%	6%
- Canadá	52	56	58	56	57	54	0.1%	9%
- USA	5,292	5,665	5,039	6,614	5,355	5,946	9.6%	7%
- Resto	502	454	414	477	417	479	0.8%	-10%
S. AMÉRICA	4,447	5,093	4,690	5,331	4,733	5,236	8.5%	15%
- Argentina	2,198	2,390	2,040	2,482	2,075	2,500	4.1%	9%
- Chile	1,249	1,608	1,630	1,669	1,642	1,575	2.6%	29%
- Resto	1,000	1,094	1,020	1,180	1,016	1,161	1.9%	9%
EUROPA	31,842	29,959	32,225	29,493	29,123	30,251	49.0%	-6%
- España	5,050	4,787	4,974	5,523	5,084	5,004	8.1%	-5%
- Italia	9,506	8,982	9,465	8,058	9,208	9,732	15.8%	-6%
- Francia	7,054	7,159	7,716	7,191	6,877	6,800	11.0%	1%

- Alemania	1,476	1,411	1,263	1,250	1,408	1,648	2.7%	-4%
F.								
- Resto	8,756	7,620	8,807	7,471	6,545	7,068	11.5%	-13%
OCEANÍA	932	1,069	1,162	1,003	1,176	1,159	1.9%	15%
- Australia	875	999	1,087	943	1,097	1,097	1.8%	14%
- N.	58	70	75	60	78	62	0.1%	22%
Zelanda								
ASIA	10,024	12,836	12,555	12,733	13,195	13,245	21.5%	28%
- Irán	1,424	1,424	1,424	1,424	1,424	1,424	2.3%	0%
- Turquía	3,540	3,650	3,700	3,700	3,650	3,650	5.9%	3%
- Resto	5,060	7,762	7,431	7,609	8,122	8,171	13.2%	53%
Rusia	5,691	2,699	3,154	2,389	2,171	2,294	3.7%	-53%

4. Comercialización

El principal destino comercial de la producción de uva (57%), es la elaboración de vino que alcanzó en 1997 a 26 mil 560 millones de litros, de los cuales, el 86% representó el consumo anual (22 mil 816 millones de litros), incrementando el stock anual el remanente de lo producido. Los principales países productores de vino, que abarcan el 87% de la elaboración anual son: Francia (20,3%), Italia (19,2%), España (12,8%), Estados Unidos (9,5%), Argentina (5,1%), Sudáfrica (3,3%), Alemania (3,2%), Rumania (2,5%), Australia (2,3%), Portugal (2,2%), Chile (1,8%), Hungría (1,7%), China (1,6%) y Grecia (1,5%).

El comercio internacional de vinos es importante, alcanzando al 20,4% de la producción, con una facturación CIF de 13 mil 134 millones de dólares. Los principales países importadores son: Alemania (20,8%), Reino Unido (14,3%), Francia (10,2%), USA (8,1%), Rusia (5,2%), Bélgica (4,1%), Holanda (3,4%), Suiza (3,3%) y Canadá (3,2%). Los principales exportadores son: Francia (24%), Italia (23,9%), España (14,2%), Portugal (3,8%), USA (3,5%), Chile (3,4%), Alemania (3,3%), Moldavia (3,1%), Bulgaria (2,8%), Australia (2,7%) y Argentina (1,9%).

El empaque y comercialización de uva en fresco o de mesa, le sigue en importancia en los destinos comerciales en uva (30,7%), siendo los principales países productores: Turquía (20%), Irán (10,7%), Italia (8,3%), China (8%), Chile (4,5%), Egipto (4,2%), USA (3,6%), India (3,1%), Brasil (2,5%), Siria (2,4%), Corea Rep. (2,1%), España (1,9%), Grecia (1,6%), Marruecos (1,5%) y Japón (1,3%).

El comercio internacional de uva de mesa alcanza al 11,5% de la producción, con una facturación CIF de 2 mil 635 millones de pesos a 1997, siendo los principales países demandantes o importadores a nivel internacional: USA (18,7%), Alemania (15,7%), Francia (7,2%), Inglaterra (7,2%), Canadá (6%), Holanda (4,6%), Hong Kong (4,6%), Bélgica (4%), Polonia (3,6%), Federación Rusa (2,1%), México (2%), Suiza (1,7%), Bielorrusia (1,5%), Portugal (1,4%) y

Arabia Saudita (1,3%). Los principales países exportadores son: Chile (25%), Italia (24,6%), USA (11,4%), Grecia (5,4%), México (5,2%), España (4,1%), Yemen (3,7%), Holanda (3,6%), Turquía (2,5%), China (2,3%), Bélgica (2%), Australia (1,3%), Francia (1%), Siria (0,9%), Líbano (0,9%), Alemania (0,9%), Macedonia (0,9%) y Argentina (0,8%).

El mosto o concentrado de uva ocupa el tercer lugar en importancia comercial en la uva (8%), con un alto dinamismo en el comercio internacional, dado que se exporta el 50% de la producción, por un valor CIF de 400 millones de dólares. Los principales países productores son: Italia, USA, España, Francia y Argentina.

Los principales países demandantes a nivel internacional de jugo concentrado o mosto de uva, con el 90% de las importaciones son: USA (25,3%), Alemania (18,1%), Francia (10,2%), Canadá (8,2%), Checoslovaquia (4,4%), Japón (4,4%), Italia (2,6%), Inglaterra (2,5%), Argentina (1,8%), España (1,8%), Bélgica (1,8%), Suiza (1,7%), Corea Rep. (1,6%), Holanda (1,5%), Austria (1,3%), China (1,3%), Rumania (1,2%) y Eslovaquia (1%). En cuanto a los países exportadores, con el 95% de la oferta, se posicionan: Italia (22,5%), USA (18,2%), España (16,4%), Francia (13,8%), Argentina (7,2%), Hungría (5,3%), Grecia (3,7%), Alemania (2%), Sudáfrica (1,8%), México (1,6%), Chile (1,4%) y Brasil (1,2%).

Por último, el 4% de la producción mundial de uva se destina a la producción de pasas de uva (raisin), siendo los principales países productores: USA (34%), Turquía (33%), Irán (8%), Grecia (7,9%), Sudáfrica (3,6%), Australia (2,7%), Chile (2,6%), Afganistán (2,6%), Siria (1,5%), Argentina (0,8%), Líbano (0,7%), México (0,6%) y España (0,4%).

El comercio internacional de pasas de uvas representa el 60% de la producción, con una facturación CIF de 600 millones de dólares anuales. Los principales países importadores son: Inglaterra (18,3%), Alemania (11%), Holanda (7,1%), Federación Rusa (5,8%), Japón (5,2%), Canadá (5,1%), Francia (4,1%), Italia

(3,6%), Emiratos Arabes (3,3%), Brasil (2,7%), Bélgica (2,6%), USA (2,4%), Polonia (2,1%), Grecia (1,4%) y Nueva Zelanda (1,3%). En cuanto a los principales países exportadores, en orden de relevancia se ubican: Turquía (40,6%), USA (25,1%), Grecia (11,4%), Chile (6%), Australia (3,1%), México (2,5%), Bélgica (1,9%), Emiratos Arabes (1,8%), Argentina (1,5%), Holanda (1,4%) y Alemania (1,1%).

En síntesis, podemos señalar que la Argentina es un país relevante dentro del contexto mundial del negocio de la uva, posicionándose en 5to lugar como productor de vino, con el 5,1% de la oferta mundial, además de ubicarse en el 11vo lugar como el exportador con el 1,9% del volumen del comercio internacional. En uva de mesa ocupa el 18vo lugar como exportador (0,8%), sin ser un país relevante como productor. En mosto o concentrado de uva su posicionamiento internacional es de la envergadura que en vino pero con mayor perfil exportador, ubicándose en el 5to lugar del contexto mundial, al igual que en exportación (7,2%) y se posiciona en el 9no lugar en importaciones (1,8%). Por ultimo, en pasas de uvas, se instala en el 10mo lugar como productor mundial (0,8%) y en el 9no puesto como exportador internacional (1,5%).

ANEXO II. ACTORES DEL ESLABON INDUSTRIA

Empresas

Empresas: VINOS FINOS ADUNKA S.A.
Producto: Vinos finos
Contacto: Guillermo Adunka
Dirección: San Juan 991 (CP 5500), Ciudad de Mendoza
Teléfono: 54-261-4201356
Fax: 54-261-4201356
E-Mail: damiandepietro@hotmail.com
Web:

Empresas: ADVISER S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Espumantes. Mosto.
Contacto: Ariel Camus
Dirección: 9 de Julio 1257 Piso 4 Of. 48 (CP 5500), Ciudad de Mendoza
Teléfono: 54-261-4380612
Fax: 54-261-4380722
E-Mail: adviser@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: AGROEXPORTADORA SAN CEFERINO S.A.
Producto: Fruta fresca, uvas, manzanas, peras y vinos.
Contacto: Lic. Nora Lina Nofal
Dirección: Rufino Ortega 453 Oficina 2 (CP 5500), Ciudad de Mendoza
Teléfono: 54-261-4200986
Fax: 54-261-4200976
E-Mail: agronofal@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: AGUIRRE SIMONASSI
Producto: Vinos finos.
Contacto: Gustavo Aguirre
Dirección: España 578 (CP 5600), San Rafael, Mendoza
Teléfono: 54-2627-426448
Fax: 54-2627-425632
E-Mail: imuzzio@bigfoot.com
Web:

Empresas: ALTOR IDER BALBO S.A.A.C.I.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Falasco Aroldo Santos
Dirección: Panamericana y Miguez (CP 5515), San Martín, Mendoza
Teléfono: 54-2623-420140
Fax: 54-2623-420146
E-Mail: vinasdebalbo@topmail.com.ar
Web:

Empresas: ALFREDO Y JOSE LANZARINI S.E.C.P.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto.
Contacto: José Luis Lanzarini
Dirección: San Martín 152 (CP 5577), Rivadavia, Mendoza
Teléfono: 54-2623-442291
Fax: 54-2623-442291
E-Mail:
Web:

Empresas: BARRAL Y ROCA S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Alfredo Roca
Dirección: Ruta Provincial 165, C.C. Cañada Seca (CP 5600), San Rafael, Mendoza
Teléfono: 54-2627-497194
Fax: 54-2627-425173
E-Mail: by-roca@satlink.com
Web:

Empresas: BERRUTI Y CHINI
Producto: Vino Fino. Jugo concentrado de uva.
Contacto: Pedro Emilio Berruti
Dirección: Coronel Rodríguez 722 (CP 5500), Ciudad de Mendoza
Teléfono: 54-261-4380239
Fax: 54-261-4205313
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS BALBI
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Carlos Fernández
Dirección: Av. L. N. Alem 1110, Piso 10 (CP 1101), Capital Federal
Teléfono: 54-11-43157755
Fax: 54-11-43154800
E-Mail: ada@adsw.com
Web:

Empresas: BODEGA DOMINGO LANZILOTTA
Producto: Vinos, fruta fresca, manzanas, aceitunas.
Contacto: Bernardo A. Lanzilotta
Dirección: San Francisco del Monte 2640 (CP 5501), Godoy Cruz, Mendoza.
Teléfono: 54-261-4315977
Fax: 54-261-4315977
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGA ESCORIHUELA
Producto: Vinos finos.
Contacto: Bernardo A. Lanzilotta
Dirección: Guatemala 4565 (CP 1425), Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-48332080
Fax: 54-11-48335660
E-Mail: bod.esmeralda@interlink.com.ar
Web:

Empresas: BODEGA ESMERALDA S.A.
Producto: Vinos finos.
Contacto: Marina Gayán
Dirección: Guatemala 4565 (CP 1425), Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-48332080
Fax: 54-11-48335660
E-Mail: bod.esmeralda@interlink.com.ar
Web:

Empresas: BODEGA FAPES
Producto: Vinos Finos. Cebollas frescas.
Contacto: Umberto Pestalozza
Dirección: San Martín 701(CP 5567). La Consulta, San Carlos, Mendoza.
Teléfono: 54-2622-470262
Fax: 54-2622-470262
E-Mail: bodegafapes@hotmail.com
Web:

Empresas: BODEGA GRAFFIGNA Y SANTA SILVIA
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Alberto Hails
Dirección: Cuenca 560 (CP 1672), Villa Lynch. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-47527093
Fax: 54-11-47542593
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS JEAN RIVIER
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Carlos y Marcelo Rivier
Dirección: Av. Hipólito Irigoyen 1700 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-432676
Fax: 54-2627-432675
E-Mail: jrivier@satlink.com
Web:

Empresas: BODEGA J. A. CICCHITTI S.A.
Producto: Vinos Finos. Espumantes.
Contacto: José A. Cicchitti
Dirección: Buenos Vecinos 57 (CP 5525), Rodeo de la Cruz, Guaymallén.
Mendoza
Teléfono: 54-261-4913139
Fax: 54-261-4910859
E-Mail: inform@cicchitti.com
Web:

Empresas: BODEGA LA RURAL S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Marina Gayán
Dirección: Guatemala 4565 (CP 1425). Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-48332080
Fax: 54-11-48335660
E-Mail: bod.esmeralda@interlink.com.ar
Web:

Empresas: BODEGA LURTON
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Ing. Jean-Hughues Matteini
Dirección: Senetiner 24 (CP 5509), Vistalba, Luján de Cuyo. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4980080
Fax: 54-261-4980080
E-Mail: jhmatteini@teletel.com.ar
Web:

Empresas: BODEGA TRAPICHE
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Juan José Canay
Dirección: Nueva Mayorga s/n (CP 5513), Coquimbito, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4972388
Fax: 54-261-4973737
E-Mail: trapcomex@lanet.com.ar
Web:

Empresas: BODEGAS CHANDON ARGENTINA S.A
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Charles Philipponnat
Dirección: Florida 378, Piso 5 (CP 1341), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4325-5018

Fax: 54-11-4325-8894
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS JESUS FANTELLI E HIJOS
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Jesús Carlos Fantelli
Dirección: Rivadavia 278 (CP 5570), San Martín, Mendoza.
Teléfono: 54-2623-422827
Fax: 54-2623-497090
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS FRANCISCO SABIO
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Roberto F. Sabio
Dirección: Lamadrid 879 (CP 5577), Rivadavia. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-444197
Fax: 54-2623-444197
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS ETCHART
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Jorge Degese
Dirección: Lima 229 Piso 3 (1703), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4381-8001
Fax: 54-11-4381-8005
E-Mail: jdegese@prargentina.com.ar
Web:

Empresas: BODEGAS MARTINS
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Juan José Martins
Dirección: Calle Nueva S/N (CP 5517), Cruz de Piedra, Maipú, Mendoza.
Teléfono: 54-261-4990101
Fax: 54-261-4990101
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGA NORTON S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Michael Halstrick
Dirección: Trelles 2669 (CP 1416), Capital Federal, Buenos Aires..

Teléfono: 54-11-45825348
Fax: 54-11-45835145
E-Mail: norton_exp@lanet.com.ar
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS AARON TUBERT SAICA
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Mario Isaac Tubert
Dirección: Las Heras 340 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4233500
Fax: 54-261-4380626
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS ANTONIO NERVIANI LTDA.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Aceitunas. Aceite de oliva
Contacto: Andrea y Jorge Rao
Dirección: 25 de Mayo S/N (CP:5515), Maipú, Mendoza.
Teléfono: 54-261-4972038
Fax: 54-261-4972499
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS SUTER S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Carlos Rodolfo Suter
Dirección: Hipólito Yrigoyen 2850 (CP 5560), Las Paredes, San Rafael,
Mendoza.
Teléfono: 54-2627-425941
Fax: 54-2627-421076
E-Mail: suter@satlink.com
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS AMADEO MARAÑÓN S.A
Producto: Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Eduardo José Minetto
Dirección: Bandera de los Andes 1707 (CP:5519), San José, Guaymallén,
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4311695
Fax: 54-261-4315201
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS CARMELO CAIRO S.A.
Producto: Vinos finos.
Contacto: Adela P. Cairo de Fantelli
Dirección: 25 de Mayo 613 (CP 5570), San Martín, Mendoza.
Teléfono: 54-2623-420385
Fax: 54-2623-420385
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS CARMINE GRANATA S.A.I.C.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Mosto.
Contacto: Raúl Granata
Dirección: Ramponi 6190 (CP 5521), Villa Nueva, Guaymallén, Mendoza.
Teléfono: 54-261-4213470
Fax: 54-261-4213470
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS LA AGRICOLA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto
Contacto: Luis Inella
Dirección: Chuquisaca 200 (CP 5547), Godoy Cruz, Mendoza.
Teléfono: 54-261-4272027
Fax: 54-261-4272468
E-Mail: santajulia@lasa.com.ar
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS CROTTA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.
Contacto: Carlos Eduardo Crotta
Dirección: Av. El Cano 351838 (CP 1426), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4551-3544
Fax: 54-11-4551-8742
E-Mail: byvcrotta@lanet.losandes.com.ar
Web: <http://www.crotta.com.ar>

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS L. CABRINI S.R.L.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Hugo Cabrini
Dirección: Ruta 15 KM 22 S/N (CP), Perdriel, Luján de Cuyo. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4880218
Fax: 54-261-4880218
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS SANTA ANA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto.
Contacto: Eduardo Garat
Dirección: Av. Sdor. Ferro y Rotarismo Argentino 5, Santos Lugares, 3 de
Febrero, Bs.As.
Teléfono: 54-11-47168000
Fax: 54-11-47168008
E-Mail: mcaamano@bodegas-santa-ana.com.ar
Web:

Empresas: VIÑEDOS Y BODEGA SANTA JIMENA S.R.L.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Daniel Buono
Dirección: Bruno Morón S/N (CP 5513), Coquimbito, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4974815
Fax: 54-261-4974815
E-Mail:
Web:

Empresas: CAVA ARGENTINA S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Nicolás E. Fazio
Dirección: España 1340 Piso 8 Of. 20/21 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4380305
Fax: 54-261-4380305
E-Mail:
Web:

Empresas: CAVAS DE CHACRA ECE S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Nieves F. Bueno
Dirección: San Lorenzo 12 Piso 1 Of. 7/8 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4237053
Fax: 54-261-4237053
E-Mail:
Web:

Empresas: CAVAS DE PERDRIEL S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Espumantes.
Contacto: Gerardo Cortiñas
Dirección: Maldonado 240 (CP 5509), Perdriel, Luján de Cuyo. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4982050
Fax: 54-261-4982050
E-Mail:

Web:

Empresas: CAVAS DE WEINERT
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Rubén Vera
Dirección: Av. San Martín 5923 (CP 5503), Chacras de Coria, Luján de Cuyo.
Mendoza.

Teléfono: ~~54-261-4960409~~
Fax: 54-261-4960409
E-Mail: bcw@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: CASA DE CRIANZA S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Jorge A. Moreno
Dirección: Alfonsina Storni 248 (CP 5519), San José, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4310252
Fax: 54-261-4310252
E-Mail: casacrianza@lanet.com.ar
Web:

Empresas: CASA VINICOLA NIETO Y SENETINER.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Ricardo Puebla
Dirección: Chile 955 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4232111
Fax: 54-261-4235558
E-Mail: nysmza@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: COOPERATIVA VITIVINICOLA ALGARROBO BONITO
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto. Agua Mineral
Contacto: Néstor Hugo Hidalgo
Dirección: Circunvalación 299 (CP 5620), General Alvear. Mendoza.
Teléfono: 54-2625-422952
Fax: 54-2625-423137
E-Mail:
Web:
Phone

Empresas: COVISAN S.R.L.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Daniel Zamarbide
Dirección: Av. Ballofet 2536 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.

Teléfono: 54-2627-42-0449
Fax: 54-2627-43-0073
E-Mail:
Web:

Empresas: CUYOEXPORTA
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Ajos frescos.
Contacto: María V. Bejares
Dirección: Buenos Aires 66 Piso 1 Of. 55 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4256623
Fax: 54-261-4256623
E-Mail:
Web:

Empresas: DOMAINE VISTALBA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Espumantes
Contacto: Herve Joyaux Fabre
Dirección: Roque Saenz Peña S/N (CP 5507), Vistaalba, Luján de Cuyo.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4982330
Fax: 54-261-4982511
E-Mail:
Web:

Empresas: DOLIUM S.A
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Mario Giadorous
Dirección: Ruta Provincial 15 KM 30 (CP 5509), Agrelo, Luján de Cuyo.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4900200
Fax: 54-261-4900190
E-Mail: merlot@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: EMILIO BRANDI BODEGAS Y VIÑEDOS
Producto: Vinos Finos. Aceitunas.
Contacto: Emilio Osvaldo Brandi
Dirección: Ruta Provincial 50 y Miguez (km. 1036) (CP 5570), San Martín.
Mendoza.
Teléfono: 54-2623-424454
Fax: 54-2623-424454
E-Mail: brandi@sanmartinmza.com.ar
Web:

Empresas: EMPRESA COMERCIAL EXPORTADORA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Mosto.
Contacto: Nieves F. Bueno
Dirección: San Lorenzo 12 Piso 1 Of. 7/8 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4237053
Fax: 54-261-4237053
E-Mail:
Web:

Empresas: ESTABL. VITIVINICOLO LUIS Y SEGUNDO LANZA S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes.
Contacto: Segundo Lanza
Dirección: Ruta Provincial 50 S/N (CP5596), Santa Rosa. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-497005
Fax: 54-2623-497005
E-Mail:
Web:

Empresas: COOPERATIVA GENERAL ALVEAR LTDA.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto.
Contacto: Norberto Marnetti
Dirección: Calle K S/N (CP 5632), Alvear Oeste, General Alvear. Mendoza.
Teléfono: 54-2625-423088
Fax: 54-2625-422691
E-Mail:
Web:

Empresas: FINCA FLICHMAN
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Andrés Kemeny
Dirección: Corrientes 1891 Piso 4 (CP 1045), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4371-9860
Fax: 54-11-4375-2500
E-Mail: international@flichman.com.ar
Web:

Empresas: FINCA LA AMALIA S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Lic. Jorge Rodríguez
Dirección: San Martín 430 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4248747
Fax: 54-261-4248947
E-Mail: cbasso@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: FINCA LA ANITA

Producto: Vinos Finos.
Contacto: Manuel Mass
Dirección: España 509 Piso 2 Of. 4 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-0261-4963972
Fax: 54-0261-4963972
E-Mail:
Web:

Empresas: FINCA PEDRIEL S.R.L.
Producto: Vinos Finos. Espumantes.
Contacto: José A. Cicchitti
Dirección: Buenos Vecinos 57 (CP 5525), Rodeo de la Cruz, Guaymallén.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4910845
Fax: 54-261-4913139
E-Mail:
Web:

Empresas: GOYENECHEA Y CIA S.C.S.
Producto: Vinos Finos. Espumantes.
Contacto: José Luis Goyenechea
Dirección: Alsina 1970 (CP 1090), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4952-0269
Fax: 54-11-4954-3997
E-Mail: goyenwines@infovia.com.ar
Web:

Empresas: HIGINIO FIGUEROA E HIJOS S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Mosto.
Contacto: Neris Figueroa
Dirección: Ruta 143 Sur S/N (CP 5620), General Alvear. Mendoza.
Teléfono: 54-2625-422173
Fax: 54-2625-422173
E-Mail:
Web:

Empresas: LAGARDE S.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Espumantes.
Contacto: Héctor Paolo
Dirección: Santa Fe 4636 Piso 2 (CP 1425), Capital Federal, Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4777-8577
Fax: 54-11-4777-8546
E-Mail: lagarde@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: LA VENDIMIA S.A.I.C.F..
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Roberto Martínez
Dirección: Av. Moreno 1498 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-421208
Fax: 54-2627-422833
E-Mail:
Web:

Empresas: LEONCIO ARIZU S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Alberto Arizu
Dirección: Honduras 4884 (CP 1414), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-4833-3894
Fax: 54-11-4833-0105
E-Mail: alberto@luigibosca.com.ar
Web:

Empresas: LÁVAQUE Y MICHEL TORINO
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Dolores Lávaque
Dirección: Godoy Cruz 3236 (CP 1425), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-47759733
Fax: 54-11-47759733
E-Mail: dlavaque@mtorino.satlink.net
Web:

Empresas: NAVARRO CORREAS S.A
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Rafael Calderón
Dirección: Don Bosco 3672 Piso 2 (CP 1206). Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-49592800
Fax: 54-11-49592800
E-Mail:
Web:

Empresas: PASCUAL TOSO S.A.I.A.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Espumantes.
Contacto: María Cecilia Flores
Dirección: Alberdi 808 (CP 5519), San José, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4456674
Fax: 54-261-4456678

E-Mail: tosowines@impsat1.com.ar

Web:

Empresas: PEDRO CARRICONDO E HIJOS S.R.L.

Producto: Vinos Finos.

Contacto: Pedro Andrés Carricondo

Dirección: Martínez S/N (CP 5573), Junín. Mendoza.

Teléfono: 0054-2623-492249

Fax: 0054-2262-437011

E-Mail: pecari@sanmartinmza.com.ar

Web: www.pecari.com.ar

Empresas: PEÑAFLORES S.A.

Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Jugo de uva concentrado.

Contacto: Luis Alfredo Pulenta

Dirección: Cuyo 3066 (1640), Martínez. Buenos Aires.

Teléfono: 54-11-4717-8000

Fax: 54-11-4717-8048

E-Mail: trapcomex@lanet.com.ar (confirmar)

Web:

Empresas: PIPERBO S.A.

Producto: Vinos Finos.

Contacto: Orestes Nomikos

Dirección: Ruta 60 s/n (CP 5517), Isla Chica, Maipú. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4241556

Fax: 54-261-4241556

E-Mail:

Web:

Empresas: POKRAJAC Y CIA. S.A.

Producto: Vino espumoso tipo champaña.

Contacto: Gatón Pokrajac

Dirección: República de Siria 197 (CP 5507), Luján de Cuyo. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4980037

Fax: 54-261-4980037

E-Mail:

Web:

Empresas: PUPINCO S.R.L.

Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel.

Contacto: Salvador José Topa

Dirección: Gral. San Martín S/N (CP 5585), Los Barriales, Junín. Mendoza.

Teléfono: 54-2623-461619
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: RAFAEL SALAFIA E HIJOS S.R.L.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes.
Contacto: Alejandro Salafia
Dirección: Av. Hipólito Yrigoyen 5800 C.C.183 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-430095
Fax: 54-2627-432655
E-Mail:
Web:

Empresas: RESERO S.A.
Producto: Vinos Finos. Jugo de uva concentrado.
Contacto: Alfredo Matilla
Dirección: Rodríguez Peña Km. 7,5, Coquimbito, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4930293
Fax: 54-261-4930307
E-Mail: amatilla@resero.com.ar
Web: www.resero.com.ar

Empresas: INDUSTRIAS SALVADOR FRAGAPANE E HIJO
Producto: Vinos Finos. Aceitunas en salmuera. Ciruelas secas o desecadas
Contacto: Francisco Fragapane
Dirección: Godoy Cruz 4470 (CP 5521), Villa Nueva, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4264621
Fax: 54-261-4261527
E-Mail: ffhalimentos@infovia.com.ar
Web:

Empresas: VALENTIN BIANCHI S.A.C.I.F
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Ricardo Stradella
Dirección: Cmdte. Torres 500 (CP 5560), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-422046
Fax: 54-2627-430131
E-Mail: vbianchi@satlink.com
Web:

Empresas: VALLE DE NUBIA S.R.L.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Mosto

Contacto: José Darío Muñoz
Dirección: Ruta 188 y Calle 10 S/N (CP 5620), General Alvear. Mendoza.
Teléfono: 54-2625-422725
Fax: 54-2625-422725
E-Mail: faraon@slatinos.com.ar (confirmar)
Web:

Empresas: VILAN-CO S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Damián Vinci
Dirección: 25 de Mayo 155 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-430346
Fax: 54-2627-430346
E-Mail:
Web:

Empresas: VINESTE SA
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Mosto.
Contacto: Fernando Oltra
Dirección: Ruta 50 KM 1039 (CP 5570), San Martín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-427656
Fax: 54-2623-422348
E-Mail:
Web:

Empresas: VINITERRA S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Flavio Senetiner
Dirección: Av. Acceso Sur KM 15.5, Luján de Cuyo. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4984303
Fax: 54-261-4984303
E-Mail: viniterra@infovia.com.ar
Web:

Empresas: VIÑA MAIPU S.A.
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Carlos Aranda
Dirección: Ejército Libertador 170 (CP 5513), Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4972739
Fax: 54-261-4972739
E-Mail:
Web:

Empresas: VIÑA MORANDÉ
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Marcelo Bocado
Dirección: Urquiza 835 (CP 5521), Villa Nueva, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4266074
Fax: 54-261-4265704
E-Mail:
Web:

Empresas: VIÑA PATAGONIA
Producto: Vinos Finos.
Contacto: Thomas Domeyco
Dirección: Canal Pescara 9347 (CP 5517), Russell, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4990270
Fax: 54-261-4990269
E-Mail: domeyko_t@lanet.com.ar
Web:

Empresas: VIÑAS DE MEDRANO COOP. LTDA.
Producto: Vinos Finos. Vinos Comunes. Vinos a Granel. Mosto.
Contacto: Gustavo Capone
Dirección: Sargento Cabral 253 PB (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4238631
Fax: 54-261-4238631
E-Mail: medwine@arnet.com.ar
Web:

Empresas: COAREX S.A.
Producto: Mosto. Concentrado de uva, manzana y pera.
Contacto: Roberto Ranftl
Dirección: Av. de Acceso Este KM 1026 (CP 5529), Rodeo del Medio. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4951818
Fax: 54-261-4951818
E-Mail: coarex@satlink.com
Web:

Empresas: CONCENTRA ARGENTINA S.A.
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Ricardo Adaro. Alejandra Puche
Dirección: Rodríguez Peña 6655 (CP 5513), Coquimbito, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4970105
Fax: 54-261-4970105
E-Mail: concentra@arnet.com.ar

Web:

Empresas: FABRICA DE MOSTO BUENAVENTURA RODRIGUEZ.
Producto: Mosto. Jugo concentrado de uva.
Contacto: Fernando Rodríguez.
Dirección: Miguez S/N (CP 5570), San Martín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-425321
Fax: 54-2623-421937
E-Mail:
Web:

Empresas: FRUIT PUREES & CONCENTRATES S.A..
Producto: Mosto. Jugo de uva concentrado. Pulpa de fruta concentrada.
Contacto: Francisco Guiñazú.
Dirección: Rodríguez Peña 6655 (CP 5513), Coquimbito, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4973586
Fax: 54-261-4973295
E-Mail:
Web:

Empresas: GRUPO ANDINO S.R.L.
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Mario Mussi
Dirección: Necochea 764 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4233314
Fax: 54-261-4236777
E-Mail: grupoandino@impsat1.com.ar
Web:

Empresas: JUGOS LOURDES S.A.
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Marcelo Bocado
Dirección: Urquiza 835 (CP 5519), San José, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4265741
Fax: 54-261-4265704
E-Mail:
Web:

Empresas: LE VIGNOLE DIVISION SAVA GROUP
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Lic. Tamara Toma
Dirección: Maipú 171 (CP), Avellaneda, Buenos Aires.

Teléfono: 54-11-42012341
Fax: 54-11-42013418
E-Mail: tamara@gancia.com.ar
Web:

Empresas: VINEA S.A.
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Roberto Arrigo
Dirección: Mitre 241 (CP 5519), San José, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4313465
Fax: 54-261-4312373
E-Mail: tamara@gancia.com.ar
Web:

Empresas: VIÑA QUINTANA
Producto: Jugo concentrado de uva.
Contacto: Norberto Bistoletti
Dirección: Aristóbulo del Valle 50 (CP 5541), Algarrobal. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4511368
Fax: 54-261-4512244
E-Mail: quintana@rcc.com.ar
Web:

Empresas: BERNUES HNOS. S.A.
Producto: Pasas, higos y damasco secos o desecados. Ciruelas secas o desecadas con carozo
Contacto: Antonio Alvariñas
Dirección: Ruta Nacional 146 (CP 5609), Monte Coman, San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-430115
Fax: 54-2627-490222
E-Mail:
Web:

Empresas: BECA.
Producto: Fruta fresca, uvas, peras, ciruelas, fruta desecada.
Contacto: Manuel Belmonte Rodríguez
Dirección: Los Andes S/N (CP 5624), Real del Padre, San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2625-491023
Fax: 54-2625-491020
E-Mail: beca@slatinos.com.ar
Web:

Empresas: DOLCHE
Producto: Ciruelas secas o desecadas con o sin carozo

Contacto: Roberto Pedro Dolcimascolo
Dirección: Robert S/N (CP 5582), Alto Verde, San Martín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-420557
Fax: 54-2623-420557
E-Mail:
Web:

Empresas: JUAN MONDELLO Y OTROS
Producto: Pasas. Ciruelas y endrinas frescas o refrigeradas, secas con o sin carozo.
Contacto: Juan Roberto Mondello
Dirección: Pueyrredón 331 (CP 5570), San Martín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-421306
Fax: 54-2623-421306
E-Mail:
Web:

Empresas: ROSARIO FLAMINIO E HIJOS
Producto: Pasas. Ciruelas secas o desecadas con y sin carozo. Peras y duraznos desecados.
Contacto: Rosario Flaminio
Dirección: Belgrano 855 (CP 5600), Rama Caída, San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-425409
Fax: 54-2627-441242
E-Mail: frusec@satlink.com
Web:

Empresas: TRINACRIA S.A.
Producto: Pasas. Ciruelas secas o desecadas con carozo.
Contacto: Francisco Settepani
Dirección: Ruta 7 KM 968 (CP 5596), Santa Rosa. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-497007
Fax: 54-2623-497007
E-Mail:
Web:

Empresas: LOS PARRALES S.A.
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Balcarce 1146 (CP 4400), Salta.
Teléfono: 54(387)4310017
Fax: 54(387)431-0288
E-Mail:
Web:

Empresas: ESTORNELL S.A.C.I.F.I.
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Balaguer 87 (CP 5411), San Juan.
Teléfono: 54(264) 4250870
Fax: 54(264) 4250816
E-Mail:
Web:

Empresas: WESFRUT S.R.L.
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Mendoza y calle 6 s/n (CP 5425). Vª Krawse, San Juan.
Teléfono: 54(264) 4241676
Fax: 54(264) 4286137
E-Mail:
Web:

Empresas: LA BANDA S.A.
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Del Milagro 429 (CP 4400). Salta.
Teléfono: 54(387) 422-5657
Fax: 54(387) 422-5657
E-Mail:
Web:

Empresas: LA REGINENSE COOP.LTDA.
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Los Nogales 198 C.C. Nº 3 (CP 8336). Villa. Regina. Río Negro.
Teléfono: 54(2941)462-906
Fax: 54(2941)461-525
E-Mail:
Web:

Empresas: LA RIOJANA COOP. VITIVINIFRUTICOLA DE LA RIOJA LTDA
Producto: Vinos.
Contacto:
Dirección: Av. La Plata 646 (CP 5360). Chilecito. La Rioja.
Teléfono: 54(3825)422-709
Fax: 54(3825)423-299
E-Mail:

Web:

Empresas: COOP. AGRICOLA COLONIA CHOELE CHOEL LTDA.
Producto: Vinos. Jugo concentrado de manzana y pera.
Contacto:
Dirección: Contralmirante Guerrico 290 (CP 8361). Luis Beltrán. Río Negro.
Teléfono: 54(2946) 480102/480297/480366
Fax: 54(2946) 480249
E-Mail:
Web:

Empresas: COOP. FRUTIVINICOLA ALLEN LTDA
Producto: Vinos. Jugo concentrado de manzana y pera. Champagne.
Contacto: Antonio Sanchez Blazquez
Dirección: Alsina y Dr. A. Regot 8326 (CP 8328). Allen. Río Negro.
Teléfono: 54(2941) 450590/452321
Fax: 54(2941) 450590/452321
E-Mail:
Web:

Empresas: COOPERATIVA VIÑATEROS UNIDOS LIMITADA
Producto: Vino fino, reserva y de mesa.Champagne.
Contacto: Rafael García
Dirección: Mariano Moreno 601 (CP 8324). Cipoletti. Río Negro.
Teléfono: 54(299) 473014
Fax: 54(299) 473014
E-Mail:
Web:

Empresas: ESTABLECIMIENTO HUMBERTO CANALE S.A.
Producto: Vino fino. Manzana y pera.
Contacto: Ing. Guillermo Barzi
Dirección: Chacra 186, Estación J.J. Gómez. General Roca. Río Negro
Teléfono: 54-2941-4300415
Fax: 54-2941-4300882
E-Mail: hcanale@arnet.com.ar
Web: www.cuisine.com.ar/Cocina/desgustdo/vinos/humberto.html

Empresas: ARNALDO ETCHART S.A.
Producto: Vino fino.
Contacto:
Dirección: Cafayate. Salta.

Teléfono:
Fax:
E-Mail:
Web: www.salnet.com.ar/cafayate/Echart.HTM

Empresas: BODEGAS Y VIÑEDOS RUBINO HNOS. S.A.
Producto: Vinos finos
Contacto:
Dirección: Bonfamti y Solari, Rodeo de la Cruz, Mendoza
Teléfono: 54-261- 491 0063 / 0426
Fax: 54-261 - 491 0063 / 0426
E-Mail: info@bodegasrubino.com.ar
Web: <http://www.bodegasrubino.com.ar>

Empresas: AL SUR S.A.
Producto: Frutas desecadas.
Contacto:
Dirección: Lago Olmos 2489, Godoy Cruz. Mendoza
Teléfono: 54- 0261 4392333
Fax: 54- 0261 4392333
E-Mail: info@frutosalsur.com.ar
Web: <http://www.bodegasrubino.com.ar>

Empresas: FINCA DE MI MADRE
Producto: Pasas de uvas.
Contacto: Sra. Nelly Esther del Pino
Dirección: Fiambalá. Catamarca. En Buenos Aires, 11 de Septiembre 1144 (CP 1426)
Teléfono: 54 11) 4772-5589
Fax: 54 11) 4772-7300
E-Mail: delpino@cvtci.com.ar
Web: <http://members.xoom.com/fincamimadre>

Empresas: EXPOFRUT S.A.
Producto: Uva de mesa, cítrico, cebolla, manzana, pera, conserva de pera y licor de pera.

Contacto: Ing. Alberto Lacaze
Dirección: Av. Roca 736 1 piso (8332), General Roca. Río Negro
Teléfono: 54 2941 430625
Fax: 54 2941 453000
E-Mail: alacaze@expofrut.com.ar
Web: www.expofrut.com.ar

Empresas: VALLE LINDO S.A.
Producto: Vino fino, reserva y de mesa. Champagne. Uva de mesa, manzana y pera.
Contacto: Hector Buglione
Dirección: Ruta 250 C.C. 47, Choele Choel. Río Negro.
Teléfono: 54 2941 430337
Fax: 54 2941 480269
E-Mail:
Web:

Empresas: CEPA ROJA DE SANCHEZ CARRILLO
Producto: Vino fino.
Contacto: Jorge Sánchez Carrillo
Dirección: Ruta 318, km 14, Peñas Blancas. Río Negro.
Teléfono: 54-2946-480269
Fax: 54-2946-480269
E-Mail:
Web:

Empresas: BODEGAS EDUARDO PODLESCH
Producto: Vino fino. Champagne.
Contacto: Eduadrdo Podlesch
Dirección: Chacra 341. Maiqué. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-493005
Fax: 54-2941-493005
E-Mail:
Web:

Empresas: LEPANTO S.A.
Producto: Vino a granel y de mesa.

Contacto: Juan Sutter
Dirección: Ruta Provincial 65. Fernández Oro. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-4996014
Fax: 54-2941-4996019
E-Mail:
Web:

ANEXO III. PROVEEDORES DE LA INDUSTRIA DEL VINO

Proveedores

Empresas: TAREXPORT S.A.
Producto: Ácido tartárico
Contacto:
Dirección: Ruta 40 km 173, Chimbas, San Juan.
Teléfono:
Fax: 54 264 4214129
E-Mail:
Web:

Empresas: COMPOSTELA S.A:
Producto: Ácido tartárico. Adhesivos. Carbones activados. Artículos de limpieza.
Laboratorios enológicos.
Contacto:
Dirección: Av. Maza 4007 (CP 5511), Gral. Gutiérrez, Maipú. Mendoza
Teléfono: 54-261-4930888
Fax: 54-261-4930932
E-Mail:
Web:

Empresas: CSC
Producto: Accesorios en acero inoxidable. Bombas. Filtros y equipos de frío.
Contacto:
Dirección: Av. Godoy Cruz 648 P 1 of "C" (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4299430
Fax: 54-261-4299430
E-Mail:
Web:

Empresas: QUIMICA ARGENTINA
Producto: Adhesivos. Damajuanas y botellas. Envases plásticos.
Contacto: .
Dirección: San Martín 822 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4227615
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: I.C. TUDELA y CIA S.R.L.
Producto: Adhesivos. Carbones activados.
Contacto:
Dirección: Carril Rodríguez Peña 2380 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4315361
Fax: 54-261-4315700
E-Mail:
Web:

Empresas: TPI ARGENTINA S.A.
Producto: Accesorios en acero inoxidable. Bombas. Concentradores para jugo. Filtros y equipos de frío. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Beltrán 608 esq. Videla Castillo (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4291758
Fax: 54-261-4200786
E-Mail:
Web:

Empresas: GIACOMELLI HNOS.
Producto: Adhesivos. Artículos de limpieza. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Chacabuco 1546 (CP 5547), Villa Hipódromo, Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4227703
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: LABORATORIO L.A.I.Q.U.E.N.
Producto: Adhesivos. Detergentes y artículos de limpieza.
Contacto:
Dirección: Alfredo Bufano 118 (CP 5511), Gral. Gutiérrez, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4973849
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: CENTRO ENOLOGICO RIVADAVIA
Producto: Adhesivos. Anhídrido sulfuroso. Broncerías para bodegas. Cápsula. Carbones activados. Corcho y tapas. Laboratorios enológicos.
Contacto:
Dirección: Independencia 155 (CP 5577), Rivadavia. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-442718
Fax: 54-2623-443173
E-Mail:
Web:

Empresas: LABORATORIO JM ZEBALLOS
Producto: Insumos y Servicios
Contacto:
Dirección: Pueyrredón 285 - San Martín - CP (5570) - Mendoza
Teléfono: 54-2623- 425153
Fax: 54-2623 -424274
E-Mail: zeballos@zeballos.com.ar
Web: www.zeballos.com.ar/index_frame.html

Empresas: LA PRIMERA DE CUYO
Producto: Artículos de embalaje y empaque
Contacto:
Dirección: 9 de Julio 97 o Rodríguez Peña 3000 (5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4315681
Fax: 54-261-4315679
E-Mail:
Web:

Empresas: CELULOSA MOLDEADA S.A.
Producto: Envase de cartón.
Contacto: Néstor Julio Díaz
Dirección: 3 de Febrero 3508 2do P (CP 3000). Santa Fe.
Teléfono: 54-342-4550056
Fax: 54-342-4550206
E-Mail: cipolletti@celulosa.com.ar
Web: www.celulosa.com.ar

Empresas: CARTONEX S.A.I.C.F.yF.
Producto: Artículos de embalaje y empaque. Materiales para empaque.
Contacto:
Dirección: Beltrán 228 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4222621
Fax:
E-Mail: ventas@cartonex.com.ar
Web:

Empresas: C.M.G. SRL
Producto: Artículos de embalaje y empaque
Contacto:
Dirección: San Francisco del Monte y Canal Pescara (CP 5523), Guaymalén.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4930243
Fax: 54-261-4978194
E-Mail:

Web:

Empresas: TECNOMAK
Producto: Artículos de embalaje y empaque. Concentradores para jugo. Filtros y equipos de frío. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Carril Rodríguez Peña 3868 (CP 5513), Coquimbito. Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4931593
Fax: 54-261-4931794
E-Mail:
Web:

Empresas: TALLERES METALURGICOS GODOY CRUZ
Producto: Bombas. Concentradores para jugo. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Bernardo Ortiz 1368 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4381792
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: PLASTICOS DORREGO
Producto: Cañerías PVC.
Contacto:
Dirección: José Federico Moreno 2391 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4306338
Fax: 54-261-4304385
E-Mail:
Web:

Empresas: KATSUDA PLASTICOS
Producto: Cañerías PVC.
Contacto:
Dirección: Av. Rioja 1026 (CP 5400), San Juan.
Teléfono: 54-264-4221599
Fax: 54-261-4291353 (Ciudad de Mendoza, Brasil 152)
E-Mail:
Web:

Empresas: ARTURO NARANJO E HIJOS SRL
Producto: Cañerías PVC.

Contacto:
Dirección: Pedro B. Palacios 724 (CP 5521), Villa Nueva. Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4260775
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: BENTONITAS SANTA GEMA
Producto: Bentonita
Contacto:
Dirección: Gral. Acha 1013 (Sur) San Juan (5400). San Juan
Teléfono: 54 - 264 - 4253772
Fax:
E-Mail: gioja@rcc.com.ar
Web: www.bentonita.com.ar/default.htm

Empresas: BELLOWS SRL
Producto: Cápsulas. Filtros y equipos de frío. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Santos Dumont 3736 (CP 1427). Buenos Aires
Teléfono: 54-11-45554900
Fax: 54-11-45554900
E-Mail:
Web:

Empresas: BONTAP S.L.
Producto: Cápsulas y Corchos.
Contacto:
Dirección: C/Unió, 21 E- 17200 PALAFRUGELL (ESPAÑA)
Teléfono: 972 30 46 54 (+3472 30 46 54)
Fax: 972 30 60 75 (+3472 30 60 75)
E-Mail: bontap@lix.intercom.es
Web: <http://usuarios.intercom.es/bontap/>

Empresas: VAVER S.A.I.C.F.I..
Producto: Cápsulas de PVC.
Contacto:
Dirección: Chivilcoy 3155 (CP 1417), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-45011211
Fax: 54-11-45024205
E-Mail:
Web:

Empresas: QUIMICA ARGENTINA

Producto: Cápsulas. Detergentes y artículos de limpieza. Laboratorios enológicos.

Contacto:

Dirección: San Martín 822 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4227615

Fax:

E-Mail:

Web:

Empresas: ENCACEL CUYO

Producto: Cápsulas. Corcho y tapas.

Contacto:

Dirección: 25 de Mayo 57 (CP 5519). Dorrego, Guaymallén. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4317314

Fax:

E-Mail:

Web:

Empresas: QUIMICUY S.A.C.I.A.

Producto: Cápsulas. Carbones activados. Corcho y tapas. Artículos de limpieza.

Contacto:

Dirección: Los Jazmines 1030, Acceso Sur (CP 5501). Godoy Cruz. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4520484

Fax: 54-261-4520500

E-Mail:

Web:

Empresas: MAG S.R.L.

Producto: Carbones activados. Copas de degustación. Artículos de limpieza. Filtros y equipos de frío. Laboratorios enológicos.

Contacto:

Dirección: Rodríguez Peña, Godoy Cruz. Mendoza.

Teléfono: 54-261-4315358

Fax: 54-261-4315284

E-Mail:

Web:

Empresas: CAI-VI

Producto: Carbones activados. Detergentes y artículos de limpieza. Laboratorios enológicos.

Contacto:

Dirección: Av. España y Mitre (CP 5400), San Juan.

Teléfono: 54-264-4214104

Fax: 54-264-4213600

E-Mail:

Web:

Empresas: QUIMICA GENERAL GUTIERREZ S.R.L.
Producto: Carbones activados.
Contacto:
Dirección: Calle Maza 3528 CC 15 (CP 5511). Gral. Gutiérrez. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4978329
Fax: 54-261-4979505
E-Mail:
Web:

Empresas: MINACLAR – FACA S.A.
Producto: Carbones activados.
Contacto:
Dirección: Carril Rodríguez Peña 631 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4320009
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: INDUSTRIAS ARQUIMEDES ROSSI
Producto: Concentradores de jugos
Contacto:
Dirección: 25 de Mayo 1689 (CP 5519), San José. Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4260465
Fax: 54-261-4256868
E-Mail:
Web:

Empresas: ALTARPEC S.R.L.
Producto: Concentradores de jugos
Contacto:
Dirección: Pedro Molina 643/653 2do P of 1 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4242368
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: CHEMEIA S.R.L.
Producto: Copas de degustación.
Contacto:
Dirección: Alvarez Condarco 2032 (CP 5539). Parque Industrial, Las Heras.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4482638
Fax: 54-261-4481864
E-Mail:

Web:

Empresas: DINPE S.A:
Producto: Tapones plásticos expandibles.
Contacto:
Dirección: Ruta Nac. 40, entre Calles 5 y 6 (CP 5425). Pocitos. San Juan.
Teléfono: 54-264-4215463
Fax: 54-264-4280710
E-Mail:
Web:

Empresas: EUROCORK S.A.
Producto: Corcho y tapas.
Contacto:
Dirección: Ruta Nac. 7 Km 1030 (CC 40 Mendoza), Coquimbo, Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4912801
Fax: 54-261-4911488
E-Mail:
Web:

Empresas: JOSE M. DOURADINHA S.R.L.
Producto: Corcho y tapas.
Contacto:
Dirección: Curapaligüe 1740 (CP 1770), Tapiales. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-46229136
Fax: 54-11-46226262
E-Mail:
Web:

Empresas: LA CORCHERA DEL PLATA S.A.
Producto: Corcho y tapas.
Contacto:
Dirección: Av. Ader 638 (CP 1609), Boulogne. Buenos Aires.
Teléfono:
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: CORCHERA HISPANO ARGENTINA
Producto: Corcho y tapas.
Contacto:
Dirección: Gomensoro y Bolivia. Villa Nueva, Guaymallén. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4264018
Fax: 54-261-4264018

E-Mail:

Web:

Empresas: VITI - VINI

Producto: Corcho y tapas.

Contacto:

Dirección: 9 de Julio 309 PB of D y B (CP 5500). Ciudad de Mendoza.

Teléfono: 54-261-4240790

Fax: 54-261-4240595

E-Mail:

Web:

Empresas: CRISTALERIAS CATTORINI HNOS S.A.

Producto: Damajuanas y botellas.

Contacto:

Dirección: Av. San Martín 1415 4to P of 45 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.

Teléfono: 54-261-4380721

Fax: 54-261-4250700

E-Mail:

Web:

Empresas: CRISTALERIAS QUILINIO COOP. LTDA.

Producto: Damajuanas y botellas

Contacto: Hector Ruben Russo

Dirección: Córdoba 373 (CP 5600), San Rafael. Mendoza.

Teléfono: 54-2627-425114

Fax: 54-2627-425114

E-Mail:

Web:

Empresas: SIMKO S.A.

Producto: Damajuanas y botellas. Envases plásticos.

Contacto:

Dirección: Av de los Constituyentes 1636 (CP 1650), San Martín. Buenos Aires.

Teléfono: 54-11-4753111

Fax: 54-11-47534866

E-Mail:

Web:

Empresas: IGOMIN S.A.

Producto: Damajuanas y botellas. Envases plásticos.

Contacto:

Dirección: Moreno 584 Piso 11 (1091). Buenos Aires.

Teléfono: 54-11-43434378

Fax: 54-11-43434445

E-Mail:

Web:

Empresas: AEB ARGENTINA S.A:
Producto: Detergentes y artículos de limpieza. Gas carbónico.
Contacto:
Dirección: Rodríguez Peña 2431 (CP 513), Maipú. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4979144
Fax: 54-261-4978258
E-Mail:
Web:

Empresas: J.C. TUDELA Y CIA S.R.L.
Producto: Detergentes y artículos de limpieza. Filtros y equipos de frío
Contacto:
Dirección: Dr. M.Torrontegui 469 (CP 5525) Rodeo de la Cruz. Guaymallén.
Mendoza.
Teléfono: 54-261-4910406
Fax: 54-261-4910304
E-Mail:
Web:

Empresas: CRISTINA VILLAVERDE
Producto: Diseño de etiquetas y afines.
Contacto:
Dirección: Sarmiento 165 5to P of. 569 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-424391
Fax: 54-261-4256320
E-Mail:
Web:

Empresas: PANDA DISEÑOS
Producto: Diseño de etiquetas y afines.
Contacto:
Dirección: Sarmiento 165 5to P of. 581 (CP 5500). Ciudad de Mendoza
Teléfono: 54-261-4231513
Fax: 54-261-4231513
E-Mail:
Web:

Empresas: CARLOS BERALDO MORENO
Producto: Diseño de etiquetas y afines.
Contacto: Arq. Carlos Beral Moreno
Dirección: Santa Rosa 1545 (CP 8332). General Roca. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-429246

Fax: 54-2941-429246
E-Mail: sardou@compured.com.ar
Web:

Empresas: IRRIGAR S.A.
Producto: Equipos e instalaciones de riego.
Contacto: Jose Daniel Velez
Dirección: Las Heras 228 (CP 5560), Tunuyán. Mendoza.
Teléfono: 54-2622-424741 Celular 2622-156560727
Fax: 54-2622-424741
E-Mail:
Web:

Empresas: IMPRENTA LUMAY
Producto: Diseño de etiquetas y afines. Imprenta y Litografías.
Contacto: Sr. Parillani
Dirección: Alderete 1917 (CP 8300), Neuquen.
Teléfono: 54-299-4486005
Fax: 54-299-4486005
E-Mail:
Web:

Empresas: HARTMANN PPM ARGENTINA
Producto: Envases y bandejas de cartón.
Contacto: Ing. Carlos Abecasis
Dirección: Ruta Nac. 151, Km 0,5 CC92 (CP 8324), Cipolletti. Río Negro.
Teléfono: 54-299-4782343
Fax: 54-299-4771411
E-Mail:
Web:

Empresas: CEPROPA
Producto: Pronósticos meteorológicos (Río Negro, Neuquen y Mendoza).
Contacto: Lic. Griselda Ostertag
Dirección: Las Acacias 1310 (CP 8324), Cipolletti. Río Negro.
Teléfono: 54-299-4786557
Fax:
E-Mail: grife@satlink.com.ar
Web:

Empresas: TETRA PAK ARGENTINA S.A:
Producto: Envases multilaminados.
Contacto:
Dirección: Suipacha 1111 Piso 16 (CP 1368), Capital Federal. Buenos Aires.
Teléfono: 54-11-43170400
Fax: 54-11-43170495
E-Mail:

Web:

Empresas: INTERNACIONAL PAPER DE ARGENTINA S.A.
Producto: Envases multilaminados.
Contacto:
Dirección: Av. Federico Lacroze 2252 Piso 7 of. B (CP 1426), Capital Federal.
Bs.As.
Teléfono: 54-11-47751600
Fax: 54-11-47751326
E-Mail:
Web:

Empresas: ARTEFLEX S.A.
Producto: Etiqueta autoadhesivas en rollos.
Contacto:
Dirección: Monte 4245 (CP 1407). Capital Federal.
Teléfono: 54-11-46727796
Fax: 54-11-46729022
E-Mail:
Web:

Empresas: DIMPE S.A.
Producto: Film de polietileno. Bolsones para mosto.
Contacto:
Dirección: Ruta Nac. 40 entre calles 5 y 6 (CP 5425). Pocitos. San Juan.
Teléfono: 54-264-4215463
Fax: 54-264-4280710
E-Mail:
Web:

Empresas: INTEGRAL INGENIERIA S.R.L.
Producto: Filtros y equipos de frío. Maquinaria para fraccionamiento y embalaje
Contacto:
Dirección: Tucumán 162 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4248147
Fax: 54-261-4245839
E-Mail:
Web:

Empresas: S.A. JUAN B. PEZZA LTDA.
Producto: Gas carbónico.
Contacto:
Dirección: Ruta Provincial nro. 84 CC 161, Perdriel, Luján de Cuyo. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4981246
Fax: 54-261-4984392

E-Mail:

Web:

Empresas: TALLERES GRAFICOS ESTE ARGENTINO
Producto: Imprenta y Litografías
Contacto:
Dirección: Salta 1058 (CP 5500). Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4293512
Fax:
E-Mail:
Web:

Empresas: ANTICH HNOS.
Producto: Imprenta y Litografías
Contacto:
Dirección: Viamonte 570 (CP 5570), San Martín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-421815
Fax: 54-2623-420227
E-Mail:
Web:

Empresas: LABORATORIOS BELLANDI & BARRERAS S.R.L.
Producto: Artículos e insumos para laboratorios. Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Carola Lorenzini 48 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4227084
Fax: 54-261-4222428
E-Mail: lbybsrl@arcc.com.ar
Web:

Empresas: ENO CAP
Producto: Cápsulas para vino.
Contacto:
Dirección: Espejo Oeste 768 (CP 55572), La Colonia. Junín. Mendoza.
Teléfono: 54-2623-429100
Fax: 54-2623-429191
E-Mail:
Web:

Empresas: AGRINCO S.A.
Producto: Maquinaria agrícola.
Contacto:
Dirección: Granaderos 55 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.

Teléfono: 54-261-4293600
Fax: 54-261-4249395
E-Mail:
Web:

Empresas: KORVAN INDUSTRIES INC.
Producto: Maquinaria agrícola.
Contacto:
Dirección: 270 Birch Bay Lynden Rd (CP 98264), Lynden, Washington. USA
Teléfono: 360-354-1500
Fax: 360-354-1500
E-Mail:
Web:

Empresas: KORVAN CHILE LTDA.
Producto: Maquinaria agrícola.
Contacto: Julian Beaver Gordon
Dirección: Thor Heyerdal 2077, Vitacura, Santiago. Chile.
Teléfono: 562-218-4186
Fax: 562-218-3483
E-Mail: jbeaver@reuna.cl
Web: www.chilnet.cl/empresas/A/78344320.htm

Empresas: EPOXI OESTE S.R.L.
Producto: Revestimientos para piletas
Contacto:
Dirección: Anzorena 747 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4232989
Fax: 54-261-4221645
E-Mail:
Web:

Empresas: LA OXIGENA S.A.I.C.
Producto: Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto:
Dirección: Sarmiento 944 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4522950
Fax: 54-261-4522953
E-Mail:
Web:

Empresas: MPS ARGENTINA
Producto: Maquinaria para fraccionamiento.
Contacto: Ing. D. Comeglio

Dirección: San Lorenzo 12 2do P of 4 (CP 5500), Ciudad de Mendoza.
Teléfono: 54-261-4241271
Fax: 54-261-4241271
E-Mail:
Web:

Empresas: ONELITE
Producto: Maquinaria para embalaje
Contacto:
Dirección: Ombú 155 (CP 5501), San Rafael. Mendoza.
Teléfono: 54-2627-421956
Fax: 54-2627-430106
E-Mail:
Web:

Empresas: W.F. POSCA E HIJO
Producto: Maquinaria para embalaje. Materiales para empaque.
Contacto:
Dirección: San Martín 1269 (CP 5501), Godoy Cruz. Mendoza.
Teléfono: 54-261-4224284
Fax: 54-261-4224284
E-Mail:
Web:

Empresas: ESTUDIO BARIANI
Producto: Diseño de etiquetas y afines.
Contacto: Julio Bariani
Dirección: Villegas 807 PB of 1 (CP 8332), General Roca. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-424019
Fax: 54-2941-242019
E-Mail: juliobariani@hotmail.com
Web:

Empresas: ESTUDIO CREATIVO
Producto: Diseño de etiquetas y afines.
Contacto: Roberto Pellegrini
Dirección: Nordenstrom 1792 (CP 8300), Neuquen.
Teléfono: 54-299-4420489
Fax: 54-299-4420489
E-Mail:
Web:

Empresas: AGROLATINO

Producto: Revista especializada.
Contacto: Lic. Miguel Giacinti
Dirección: San Lorenzo 540 (CP 8309), Centenario. Neuquen.
Teléfono: 54-299-4898088
Fax: 54-299-4898087
E-Mail: giacinti@neunet.com.ar
Web: www.agrolatino.com

Empresas: PEDRO VILLEGAS S.A.
Producto: Maquinaria agrícola. Plaguicidas. Fertilizantes.
Contacto: Pedro Villegas
Dirección: Av. Roca 736 (CP 8332), General Roca. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-432899
Fax: 54-2941-432899
E-Mail: psvroca@arnet.com.ar
Web:

Empresas: XTEND - Israel
Producto: Bolsas y films atmósfera modificada.
Contacto: Guillermo Duga
Dirección: Lerma 426 (CP 1414), Capital Federal.
Teléfono: 54-11-47772022
Fax: 54-11-47732318
E-Mail: grimberg@satlink.com.ar
Web: www.grimbergbentales.com

Empresas: M.A.M. S.A.
Producto: Fabrica maderas compensadas. Bins para exportación.
Contacto: Jorge Bonamino
Dirección: Ruta 7 km 6 (CP 8300), Parque Industrial. Neuquen.
Teléfono: 54-299-4413178
Fax: 54-299-4413172
E-Mail: mamsa@neunet.com.ar
Web:

Empresas: SAMMO S.R.L.
Producto: Maquinaria hortofrutícola de alta tecnología.
Contacto: José Mataró Molina
Dirección: Ctra Nacional II km 545, Naves Industriales nro. 6, Alcarrás, lleida.
España.
Teléfono: 973-791426
Fax: 973-791064
E-Mail: cedismafrut@svt.es

Web:

Empresas: BALLADA S.A.
Producto: Maquinaria hortofrutícola de alta tecnología.
Contacto: Jorge Sánchez
Dirección: 25 de Mayo y Córdoba (CP 8332), General Roca. Río Negro.
Teléfono: 54-2941-434513
Fax: 54-2941-423170
E-Mail:
Web:

Empresas: ZANELLATTO E HIJOS S.A.
Producto: Maquinaria hortofrutícola. Servicios Industriales. Rectificaciones.
Contacto: Cr. Alberto Coria
Dirección: Brentana 250 (CP 8324), Cipolletti. Río Negro.
Teléfono: 54-299-4777777
Fax: 54-299-4773305
E-Mail: zanellatto@cpsarg.com
Web:

Empresas: MOVIMAN S.A.
Producto: Autoelevadores.
Contacto: Omar Marrazzo
Dirección: Av. Alem 1169 (CP 8324), Cipolletti. Río Negro.
Teléfono: 54-299-4775666
Fax: 54-299-4786017
E-Mail: moviman@satlink.com
Web: