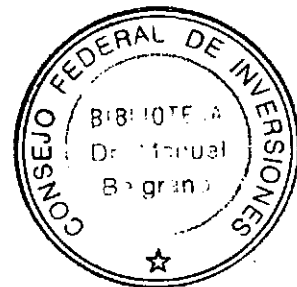


QH.121
P11mu

43901

NUEVAS ALTERNATIVAS AGROINDUSTRIALES
PROVINCIA DE TUCUMAN



CPN. Pablo Palazzolo

Febrero de 2003

NUEVAS ALTERNATIVAS AGROINDUSTRIALES

Análisis de situación de la Agroindustria en la Provincia de Tucumán

A partir del cierre de 16 Ingenios Azucareros en 1966, Tucumán no logró una estabilidad en el desarrollo agroindustrial, habiendo intentado innumerables Programas que terminaron en la nada o en el cierre de los establecimientos fabriles.

El Operativo Tucumán fue la primera experiencia en el país de desgravación impositiva para el establecimiento de emprendimientos agropecuarios y agroindustriales e industriales, subsistiendo muy pocos de aquellos mega-proyectos, tales como Grafa, Alpargatas, Pool Ambrosio, Algodonera San Nicolás, todas textiles, aún cuando Tucumán no es productora de algodón, salvo aislados casos alentados por los Gobiernos de turno. Otro caso es la industria automotriz, que aún sobrevive Saab Scania, cuando la industria de autopartes desapareció de Tucumán. La industria de plásticos, casi todas se trasladaron a las Provincias del Pacto de Reparación Histórica, como así también la electrónica y otras.

Pero las agroindustriales, tales como la algodonera Textil Escalada, en Los Ralos, la deshidratadora de papas en J.B.Alberdi, la industria láctea con COOTAM, etc. fueron desapareciendo progresivamente, absorbidas por perversos escenarios económicos o por que otras zonas le ofrecían mejores ventajas tributarias.

Es de destacar que hoy solo perduran dos actividades agroindustriales destacadas, tales como la residual Industria Azucarera y la novel y sólida Industria Citrícola, con procesos incompletos o con abortados proyectos recientes que hoy habrían de ser sumamente destacados en la generación de recursos genuinos para la Provincia y formadoras de mano de obra, con el lógico bienestar general de la población.

Para citar un caso por cada una de estas industrias, podemos decir que en materia citrícola Tucumán genera derivados de limón de alta cotización en el mercado internacional, tal como el aceite esencial,

para la industria de los refrescos cola e industria farmacéutica y perfumera, el jugo concentrado y la cáscara deshidratada, la que palletizada se envía a Dinamarca para obtener la pectina, producto monopolizado por la Dinamarca Pectin, pero que nunca, a pesar de ser Tucumán el mas importante generador de materia prima de su producto, se instaló en la Provincia para evitar el alto costo del transporte, quizás por la falta de un lobby empresario que interesara a la empresa a radicarse en el radio de acción de las industrias citrícolas instaladas.

Otro caso, pero de la otra actividad agroindustrial subsistente en Tucumán, es el Proyecto Alconafta, que se desarrolló en los años 84/85 y por decisión de los mismos industriales y cañeros ante un circunstancial mejor ingreso por azúcar en el mercado interno, fue abandonado y nunca refundado, a pesar de que seis fábricas instalaron modernas destilerías, manteniéndose esa capacidad productiva hoy totalmente inactiva.

Tampoco hubo un desarrollo de la sucroquímica, ni siquiera de la mejora en la calidad del producto principal y su correspondiente packaging, y de más esta decir que nunca se encaró una campaña de desarrollo o consolidación del producto, oscilante en las 950.000 a 1.050.000 TM anuales, cuando la industria de los sustitutos le arrebató casi 350.000 TM. anuales.

Actualmente Tucumán dispone de 28 establecimientos agroindustriales registrados en la Dirección de Industria y Comercio Exterior de la Provincia, de los cuales 8 son derivados de la citricultura, 16 de la caña de azúcar, 2 de especies, 2 de esponja vegetal, sin contar a los establecimientos semi industrializados como los empaque de cítricos o de palta.

Es por ello que es necesario abocarse a encontrar nuevas alternativas agroindustriales, sobre la base de las mejores expresiones productivas agropecuarias, sin dejar de lado la producción de otros nuevos derivados de las actuales agroindustrias.

Debemos partir, entonces, de la base que las actividades agropecuarias que presentan opciones de transformación agroindustrial, son las siguientes:

- 1) Caña de Azúcar
- 2) Pimiento para pimentón
- 3) Miel
- 4) Palta
- 5) Aromáticas

Sobre la base de estas actividades se proponen los siguientes proyectos agroindustriales:

- 1) Elaboración de derivados nutricionales a partir de azúcares no centrifugados (Caña de Azúcar)
- 2) Elaboración de Oleorresinas de pimentón (Pimiento para Pimentón)
- 3) Elaboración de propóleos y sus extractos (Miel de Abejas)
- 4) Elaboración de Palta en Trozos (Palta)
- 5) Elaboración de Aceites esenciales a partir Plantas Aromáticas (Menta, mejorana, tomillo, etc.)

NUEVOS PRODUCTOS NUTRICIONALES DEDICADOS AL MERCADO INTERNO Y EXTERNO DERIVADOS DE LA CAÑA DE AZÚCAR.

INTRODUCCION

Es evidente que la actual situación social y económica de Tucumán hace necesario llevar a cabo un proyecto para la producción de azúcar no centrifugado como una variante a la tradicional producción de azúcar y alcohol derivados de la Caña de Azúcar.

Por lo tanto estamos ante una alternativa ciertamente valedera, por lo que el/los derivados deben obtenerse a partir del jugo de la caña de azúcar al ser cristalizado por evaporación. Apunta, fundamentalmente, a la búsqueda de tecnología existentes en otros países, habiéndose logrado allí importantes avances tecnológicos.

El producto principal de esta variante industrial de la Caña de Azúcar es la denominada "PANELA", que no sufre ningún refinamiento, ni está sometido a procesos químicos (cristalización, depuración, etc.). Es muy nutritivo (ver Anexo de Composición Nutricional, Vitaminas y Minerales) y conserva todas propiedades de la materia prima (minerales y vitaminas). Las ventajas respecto al azúcar convencional (azúcar moreno, los granulados y/o refinados de color blanco) son grandes. Las diferencias surgen porque para producir azúcares blancos hace falta una serie de complejos procesos químicos que destruyen todas las vitaminas y prácticamente hace desaparecer los minerales. El resultado es un producto de síntesis donde solo existen hidratos de carbono. Por el contrario, el azúcar no centrifugado mantiene todos los nutrientes y por eso se lo considera un alimento nutritivo y sano.

JUSTIFICACIÓN

MERCADO EXTERNO

El azúcar natural, o no-centrifugado, tiene importantes mercados en el mundo, resultando el más interesante el de los países europeos, especialmente Italia, Francia, Alemania y España.

PRODUCCION MUNDIAL DE PANELA

Son varios los países que producen y exportan, como así también tienen un alto índice de consumo interno. La producción mundial del año 2001 se calcula aproximadamente en 13.800.000 TN. , siendo el País de mayor producción la India con 9.857.000 TN. , seguido por Colombia con 1.276.000 TN. , que representan el 71,3 y 9,2 % respectivamente de la producción mundial.

PAISES QUE IMPORTAN

Los países importan este tipo de producto no solo para el consumo interno, sino alguno de ellos lo utilizan en la farmacología. Entre los que más importan están los países europeos, se calcula que estos adquieren anualmente 1.700.000 TN. de azúcares no centrifugados.

PRECIO

Lo atractivo del proyecto, además de la demanda existente, es el precio. Los importes que se manejan, información obtenida de productores colombianos, es de USS 590, FOB, la tonelada, con lo cual estaríamos ante una actividad sustentable.

EXPERIENCIA EN LA PRODUCCIÓN DE AZÚCAR

En el desarrollo del proyecto se contempla el aprovechamiento del nivel tecnológico de los profesionales en materia azucarera de la Provincia, sobre todo en lo relacionado con la producción cañera y la industrial, como así también la de los proveedores metalúrgico locales.

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

La innovación tecnológica se deriva de una forma de producción a partir de la misma caña de azúcar utilizando procesos industriales probados en otros países. No se conoce experiencia similares en nuestro País.

SU IMPACTO EN LA CRISIS ACTUAL

La situación en la que se encuentra la Provincia con altas tasas de desocupación, con alta densidad demográfica que no logran insertarse en procesos productivos por falta de inversiones, consecuencia de las políticas llevadas a cabo en el ámbito nacional en los últimos años, han provocado un escenario que hace necesario la puesta en marcha de nuevas ideas que reactiven fábricas cerradas, como así también la creación de nuevos emprendimientos tratando de aprovechar los recursos existentes en la región.

Uno de los aspectos a dejar claro, es el hecho que para producir azúcar natural, es necesario contar con proveedores cañeros que pueden producir la materia prima con métodos artesanales sin necesidad de acudir a costosos medios mecánicos, lo que incidirá en la reinserción del pequeño productor cañero que en los últimos años a tendido a desaparecer porque no se encuentra contenido como proveedor en los procesos industriales del azúcar común.

Con la creación de estas pequeñas plantas industriales es de vital importancia la generación de un polo de desarrollo en el lugar de origen para las familias campesinas porque resuelve la principal causa

de la migración del campo a la ciudad como lo es el desempleo rural, al tiempo que se resuelve en cierta forma el hacinamiento en las ciudades.

El proyecto contemplará la molienda de 7.500 a 10.000 toneladas de caña entre los meses de Junio-Octubre de cada año, en turnos diarios de 8 horas, para lo cual será necesario incorporar a 20 trabajadores en la planta. Habrá que contemplar, además, que originará movimientos de mayor cantidad de personas vinculadas en forma indirecta, como ser fleteros, obristas, proveedores, cañeros, etc.

LA IMPORTANCIA DE LA PRODUCCIÓN DE AZUCARES NO CENTRIFUGADOS. EJEMPLO DE COLOMBIA

LA AGROINDUSTRIA EN COLOMBIA

La agroindustria panelera ocupa el octavo lugar en importancia, genera 24 millones de jornales con una participación del 12.8% de la población rural económicamente activa, siendo el segundo generador de empleo después del Café.

Esto se traduce en 120.000 puestos de trabajos directos y vincula 350.000 personas entre productores, trabajadores, comerciantes y otros trabajadores indirectamente.

Tiene una participación en el Producto Interno Bruto del 1.3% y de un 7.7% del PIB agrícola. Los principales departamentos productores de **Panela** en Colombia son: Antioquia, Santander, Cundinamarca, Boyacá y Nariño.

Colombia tiene 424 mil hectáreas cultivadas con caña de azúcar: el 41% se destina a la producción de azúcar común, el 55% a la producción de Panela y el 4% restante se destina a la elaboración de mieles, guarapos y forrajes. El cultivo de la Panela cubre el 7.8% de la superficie agrícola nacional y el 1.15% de la superficie total de Colombia. En la actualidad existen aproximadamente 70.000 unidades agrícolas productoras de Panela.

La producción mundial anual de los azúcares no centrifugados asciende a 13.800.000 toneladas, de la cual Colombia produce 1.276.000 toneladas que representa el 9,2 %, de esta cifra exporta anualmente 4.700.000 toneladas.

Dada la importancia que tiene para este País la producción, está encarando una mejora en la producción utilizando nuevas tecnologías apoyadas por instituciones de investigación aplicada estatales. Asimismo numerosas empresas de ingeniería están introduciendo mejoras tecnológicas en los trapiches y el diseño de modernas instalaciones que permitan utilizar en la medida de lo posible métodos

menos artesanales, poniendo especial énfasis en la sanidad del proceso y el producto final, ya que estos son demandados por un mercado exterior exigente.

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL, VITAMINAS Y MINERALES

COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Los principales componentes nutricionales de la panela son los azúcares (sacarosa, glucosa y fructosa), las vitaminas (A, algunas del complejo B, C, D y E), y los minerales (potasio, calcio, fósforo, magnesio, hierro, cobre, zinc y manganeso, entre otros).

LOS AZÚCARES

Entre los carbohidratos, el azúcar sacarosa es el principal constituyente de la panela, con un contenido que varía entre 75 y 85% del peso seco. Por su parte, los azúcares reductores (entre 6 y 15%), poseen una disponibilidad de uso inmediato para el organismo, lo cual representa una gran ventaja energética, "estos son fácilmente metabolizados por el cuerpo, transformándose en energía necesaria requerida por nuestro cuerpo".

Desde el punto de vista nutricional, el aporte energético de la panela oscila entre 310 y 350 calorías por cada 100 gramos. Adulto que ingiera 70 gramos diarios de panela (que es consumo diario por habitante en el ámbito nacional en Colombia), obtendrá un aporte energético equivalente al 9% de sus necesidades.

La inversión de la sacarosa es un proceso natural de partición de esta sustancia, del cual se origina la glucosa y la fructosa (que también se conoce como "azúcares reductores").

LAS VITAMINAS

Las vitaminas son sustancias muy importantes para el funcionamiento diario y el crecimiento del organismo, el cual no es capaz de sintetizarlas y, por tanto, debe ingerirlas de manera regular y balanceada en los alimentos. La panela aporta un conjunto de vitaminas esenciales que complementan el balance nutricional de otros alimentos.

LOS MINERALES

Los minerales que necesita el organismo juegan un importante rol en la conformación de la estructura de los huesos, de otros tejidos y de algunas secreciones del organismo como la leche. Por lo tanto, se trata de compuestos irremplazables durante el crecimiento del cuerpo. Los minerales intervienen en múltiples actividades metabólicas: activan importantes sistemas enzimáticos, controlan el Ph, la neutralidad eléctrica y los gradientes de potencial electroquímico. También participan en la conformación bioquímica de algunos compuestos de gran importancia fisiológica: el cloro del ácido clorhídrico propio de la secreción gástrica, el yodo de las hormonas tiroideas, el hierro de la hemoglobina, entre otros.

CONTENIDO VITAMÍNICO

Vitamina	Función	Recomendación Diaria (mg./día)
A Retinol, axeroftol	Mejora la visión nocturna, participa en el crecimiento y restaura la calidad de la piel; mejora la absorción de hierro en el organismo.	06-10
B1 Tiamina	Nutre y protege el sistema nervioso; indispensable en el metabolismo energético de azúcares	2
B2 Riboflavina	Es la vitamina de la energía; previene los calambres musculares y mejora la visión.	2
B5	Es la vitamina de la piel y de cabello; aumenta la resistencia ante el estrés y las infecciones.	10
B6 Piridoxina	Participa en la construcción de tejidos y contribuye al metabolismo de proteínas. Importante para dientes y encías; previene una clase de anemia.	2
C Ácido ascórbico	Ayuda poderosa para todos los mecanismos de defensa del cuerpo; vitamina antiestrés.	40-60

D2 Ergocalciferol	Participa en la asimilación de calcio por parte de los huesos. Actúa en la formación del conjunto de tejidos.	10-30
E Tocoferoles	Protege el organismo del envejecimiento. Interviene en el metabolismo de las grasas.	1-30

*Calculado con base en un consumo de 25 Kg/habitante/año.

CONTENIDO MINERAL

Mi ne ra les	Función	Recom endació n diaria(mg/día)	Aporte por 70g.de Paneta diarios(mg)	Aporte diario aportado por la Paneta (%)
Po K	Indispensable en la utilización de las proteínas en metabolismo de los carbohidratos y el control de la glicemia.	3000-4000	7-9	0,23
M ag ne sio M g	Asegura la comunicación neuromuscular; junto con el potasio, son los cationes más importantes del líquido intracelular.	100-400	49-63	22,4
Ca lci o Ca	Regula los intercambios de membrana en las células. Participa en formación del sistema óseo.	2	0,046	2,3
Fó sf or o P	Participa en la asimilación del calcio por parte de los huesos.	600-1000	28-70	6,13
Hi err o Fe	Es antianémico. Participa en la formación de los glóbulos rojos(eritropoyesis).	15-20	7-9	45,71

Cu Cobre	Refuerza el sistema inmunológico. Es antianémico.	2-3	0,07-0,63	14
Zn Zinc	Regula el azúcar en la sangre (glicemia).	10-15	0,14-0,28	1,68
Mn Manganeso	Es antialérgico y ayuda a la asimilación de azúcares. Participa en la absorción de compuestos aminonitrogenados como las proteínas.	3-9	0.14-0.35	4.08

*Calculado con base en un consumo de 25 Kg/habitante/año.

PARA CADA 100 GRAMOS

Carbohidratos en mg		Vitaminas en mg	
Sacarosa	72 a 78	Provitamina	2.00
Fructosa	1.5 a 7	Vitamina A	3.80
Glucosa	1.5 a 7	Vitamina B1	0.01
Minerales en mg		Vitamina B2	0.06
Calcio	40 a 100	Vitamina B5	0.01
Magnesio	70 a 90	Vitamina B6	0.01
Fósforo	20 a 90	Vitamina C	7.00
Sodio	19 a 30	Vitamina D2	6.50
Hierro	10 a 13	Vitamina E	111.
Manganeso	0.2 a 0.5	Vitamina PP	7.00
Zinc	0.2 a 0.4	Proteínas	280r
Flúor	5.3 a 6.0	Agua	1.5 a
Cobre	0.1 a 0.9	Calorías	312

Fuente: Instituto Anboisse de Francia.

INDUSTRIALIZACIÓN DE LA PÁPRIKA **(PIMIENTO SECO)**

1. - Información del Proyecto

La producción nacional de pimiento seco alcanzó en la última campaña las 1250 TN, siendo una actividad netamente de subsistencia familiar concentrada principalmente en Catamarca, con algunas explotaciones en Salta y Tucumán.

Sin embargo, por las características logísticas y de infraestructura, la Provincia de Tucumán presenta las mejores posibilidades del desarrollo industrial, particularmente por la presencia de un Molino, actualmente cerrado, de un importante volumen de molienda, paso prioritario a cualquier derivado que se pretenda desde el pimiento para pimentón.

El pimiento seco es, entonces, la clave para la industrialización final, ya sea en la forma de pimentón, ají molido o la producción de oleorresina de pimentón.

En el mercado mundial de condimentos, Argentina es irrelevante desde el punto de vista de la participación, representando en el contexto interno el pimiento seco el 16 % del volumen total de condimentos.

El proceso de secado, clave para éste producto, se realiza en mas de 800 secaderos a la intemperie, utilizándose los túneles de aire solo en muy pocos casos. Esto le da al producto una baja calificación en calidad, particularmente por la presencia de materiales extraños, no enmarcados en el Código Alimentario Argentino, y que por otra parte deprecian el producto en el acto de la comercialización.

En Catamarca existen la mayoría de los 25 Molinos que realizan la etapa del proceso, elaborando el pimentón y el ají molido.

A partir del pimentón, se elabora la oleorresina de pimentón o de páprika, que es un producto colorante, de un creciente interés en los mercados dado que no presenta los problemas de decoloración, de contaminación microbiológica, etc. que presenta el pimentón.

El rendimiento de la oleorresina es de 34 gramos por cada 100 gramos de pimentón.

2. - Descripción del Proyecto:

El Párika (capsicum annum) es una variedad de pimiento dulce con la particularidad de ser alargado, distinto al "pimiento rojo" o "pimentón".

Sus características de color, intensidad de picante y sabor, cambia de acuerdo a las mejoras genéticas de la planta y las técnicas de cultivo.

Existen dos categorías de párika, clasificadas de acuerdo a su uso y destino:

A) Párika para consumo humano: Gastronomía

Se utiliza para la preparación de comidas, consumido como sazónador; entre los productos que se pueden elaborar esta: Párika en Polvo y Párika Granulado

B) Párika para procesos productivos.

Se utiliza como insumo de mermeladas, embutidos, para el proceso de panificación, etc., donde se usa como colorante o sazónador orgánico, también es utilizado para la producción de cosméticos y tejidos; el producto es la descrito anteriormente Oleorresina de Párika.

Objetivo del Proyecto

Determinar cuales son las variedades, presentaciones y procesos de industrialización del Páprika que deben producirse, para lograr ingresar de manera eficiente y sostenible en el mercado internacional.

Uno de los objetivos prioritarios es la sustitución de las actuales importaciones, de un volumen cercano a las 500 TM, con un valor cercano a los 1,2 millones de dólares en el año 1999.

Para ello se deberá elaborar un Plan Estratégico, que contemple la conjunción de intereses de los productores, con la mejora tecnológica, la mejora en el secado, la utilización de nuevas variedades, la utilización de toda la estructura industrial ociosa actualmente, y una adecuada táctica comercial, estructurada fundamentalmente en los modelos exitosos en el mundo entero, tal el caso de la Fundación Pro Chile.

3. - Oferta del Proyecto:

Productos:

Páprika en Polvo y Granulado.

Existe una demanda creciente de manera sostenida de éste producto en el mercado internacional. El 85% de la oferta de páprika es realizado con un bajo nivel de diferenciación, brindando ésta una ventaja para cualquier nuevo ingreso, los precios tienden a ser constante, además las barreras tanto de ingreso como de salida son mínimas (Importación: arancel Extrazona 13 %; Exportación: reintegro extra zona 6.6 %).

Tal como expresamos anteriormente, las importaciones representaron 500 TM, con un valor de 1.2 millones de dólares, siendo la exportación de 233 TM, con un valor de unos US\$ 550.000.

En cuanto al mercado interno, el producto principal, el pimentón es consumido en 35 gramos / habitante año, lo que está vinculado a la tradición cultural familiar y con la promoción del producto en los medios masivos de comunicación.

Oleoresina de Páprika.

La tendencia al cuidado de la salud y la preservación del medio ambiente ha dado lugar a la utilización de insumos orgánicos (insumos ecológicos) en los procesos de transformación de ciertos productos de consumos final, esto principalmente en los países desarrollados, por tal motivo la Oleoresina es un producto que se obtiene después del proceso de transformación de la Páprika, transformándose en insumo (colorante y saborizante) para un mercado intermedio, es decir, la utilización de oleoresina de páprika en procesos productivos.

Se podría aseverar que la oleoresina se encuentra actualmente en un mercado "virgen" y emergente, con grandes posibilidades de consolidarse en el mercado en la siguiente década. La implementación de un proyecto sobre la base de éste producto podría dar grandes ventajas a través de barreras de ingreso (calidad del insumo), esto se lograría implementando eficientes procesos de *cultivo y de transformación*, que no atenten ni contaminen el medio ambiente, implementado a la vez estrategias de comunicación para poder posicionar a la oleoresina como *Producto Ecológico* en el ámbito internacional; esto daría como resultado que la calidad del producto interno supere las exigencias de su mercado meta.

Oferta Actual: Exportadores

Durante las dos últimas décadas, algunas regiones han perdido competitividad en la producción de páprika debido a la escasez de tierras, tierras cansadas y mano de obra costosa. Los principales exportadores de páprika en la actualidad son los *países en vía de desarrollo* representando un 54% de la producción total mundial de éste producto; los *países latinoamericanos* tienen buena extensión y

calidad de tierras, mejor productividad y la mano de obra es de bajo costo; si se explota éstas fortalezas, en la década siguiente los países latinoamericanos deben ser los principales proveedores de páprika. Actualmente existen "monopolios" naturales por ubicación geográfica, España abastece a la Comunidad Europea, India a los mercados asiáticos, y México al mercado de EE.UU.

Competencia:

Uno de las principales amenazas reales son los *productos sustitutos* debido a la naturaleza de la páprika como especie sazonzadora, existiendo un sin número de productos. Existe una *competencia potencial* representado por Chile, República Dominicana y África, que en los últimos años vienen emergiendo competitivamente.

Oferta del Proyecto:

Producto	Oferta (Tn/año)
Páprika en Polvo	141
Páprika Granulado	94
Oleoresina de Páprika	11

4. -Demanda del Mercado:

El consumo de páprika en los últimos años se ha venido masificando, gozando de una gran demanda en el mercado internacional, especialmente en los países desarrollados (78% de la demanda mundial). Esta masificación es producto de la integración y homogeneización cultural, viéndose reflejado con mucha claridad en los hábitos de alimentación y utilización de especies orgánicas en sus

productos. Por lo tanto existe una necesidad creciente por consumo e intercambio de variedades de Páprika.

Consumidores:

Sus características principales son: consumidores perfectamente informados que demandan en altos estándares de calidad, les interesa el cuidado a la salud y la preservación del medio ambiente.

Entre las preferencias de los consumidores, el cuidado a la salud es prioridad en los consumidores **estadounidenses**, los **europeos** centran su preocupación por el uso de tecnologías limpias con un óptimo manejo del proceso de cultivo y de desechos, el respeto al medio ambiente y el cuidado a la salud; los **asiáticos** por un precio justo y volúmenes de abastecimiento. La tendencia mundial a consumir productos ecológicos y saludables, especialmente EE.UU. y Europa, es una constante en la demanda de páprika en el ámbito internacional, especialmente por la oleoresina. Por tal motivo, la aceptación de productos de páprika internacionalmente está determinada por las características de los insumos (procesos de cultivo), siendo éste el principal factor de competitividad global de este producto.

CONCLUSIONES:

El proyecto de industrialización del pimiento seco tiene ventajas comparativas respecto a la industrialización de otras especies en esta parte del país, particularmente por la cercanía de las explotaciones, de las industrias medias instaladas, de la infraestructura y logística existente, de los medios de comercialización, de las características naturales, que todo puede conducir a una integración horizontal y un asociativismo que permita lograr los objetivos de una industria completa, hasta el nivel máximo en la cadena industrial, la oleoresina.

Perfil de Mercado 7225 Pimentón o Páprika

Emb en Canadá
Resp: axf

País de Origen: CANADA
Fecha de vigencia desde: 11/12/2001
Fecha de vigencia hasta: 11/12/2002

Posicion Arancelaria:
0904.20.00
- Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados

Producto:
Aji Picante seco, triturado o pulverizado.

Situación de Mercado:
El mercado canadiense de hierbas, vegetales deshidratados y especias (incluyendo los ajíes) ha presentado en los últimos 5 años, un incremento promedio anual entre el 3% y el 4%, debido principalmente a la mayor demanda de comidas étnicas de origen mexicana y de la India. Otras variables que favorecen la apertura de nuevos mercados y nuevos productos son: los avances de los medios de transportes y tecnología de empaque. De 1998 al 2000, la importacion de aji picante en Canadá, incrementó cerca del 6% en valor y el 21% en términos monetarios, pasando de 6,0 millones U\$S (2,491 toneladas) a más de 6,4 millones U\$S (3,034 toneladas) en el año 2000. La exportación de los mismos se dirigen principalmente hacia los Estados Unidos, habiendo crecido sostenidamente durante los últimos 3 años, de tal manera que, de 332 mil U\$S (87 toneladas) en 1998 se pasó a más de 1 millón U\$S (298 toneladas), en el año 2000. Organismos del sector nos informaron que, si bien Canadá produce cerca de 45 mil toneladas de ají fresco, la producción de ají seco es relativamente baja, debido a su costo de procesamiento interno es muy alto.

Clasificación Tarifaria:
Clasificación Tarifaria Local: 0904.20
Clasificación Tarifaria Denominación: dried, crushed or ground

Regimen arancelario general:
Derechos ad-valorem: 0.000000
Derechos específicos: 0.000000

Convenio vigente con Argentina:
S.G.P.: SI
Convenio Bilateral: NO
Acuerdo de Integración: NO

Otros:

Regimen preferencial para Argentina:
Derechos ad-valorem: 0.000000
Derechos específicos: 0.000000

Otras tasas o gravámenes a la importación:
Ad-valorem: 0.000000

Específicos: 0.000000

Detalle:

Restricciones no arancelarias:

Para los requerimientos específicos, consulte el sitio: www.airs-sari.agr.ca/airs_requirements.asp a) Los productos deben de estar limpios y libres de plagas y tierra. b) Están sujetos a control (Khapra Beetle, KB) c) Debe estar libre de contaminación de partículas de vidrio. d) Debe de estar libre de bacterias patógenas. No debe contener productos alérgicos (maní, nueces, sesamo, leche, huevo, soja, trigo) e) Sujeto a las regulaciones de empaquetado y etiquetado y de seguridad y composición seguridad de alimentos. Nota: La ley de etiquetado y empaque no acepta la inclusión en las etiquetas de datos referentes a nutrición como los referentes en los de EE.UU.; sino que éstas deben registrarse por las regulaciones canadienses.

Impuestos internos:

I.V.A.: 0.000000

Otros ad-valorem: 0.000000

Detalle:

Documentos exigidos en Aduana:

Factura original: NO

Certificados sanitarios: SI

Certificados de seguridad: NO

Certificado normas de fabricación: NO

Certificado de calidad: NO

Otros certificados:

Importaciones de los tres últimos años:

Año	Valor U\$S	Cantidad	Unidad	
2000	6404000.00	3044953	KILOGRAMO	
1999	6303000.00	2882521	KILOGRAMO	
1998	6020000.00	2491002	KILOGRAMO	

Proveedores de los tres últimos años:

Año	País	Valor U\$S	Cantidad	Unidad	
2000	ESPAÑA	2388000.00	1199071	KILOGRAMO	
2000	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	2265000.00	806061	KILOGRAMO	
2000	INDIA	936000.00	643545	KILOGRAMO	
2000	HUNGRIA	106000.00	32433	KILOGRAMO	
2000	CHINA	86000.00	42247	KILOGRAMO	
1999	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	2478000.00	884673	KILOGRAMO	

1999 ESPAÑA	1702000.00 855524 KILOGRAMO
1999 INDIA	1019000.00 685326 KILOGRAMO
1999 CHINA	193000.00 79871 KILOGRAMO
1999 HUNGRÍA	115000.00 38995 KILOGRAMO
1998 ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	2658000.00 913362 KILOGRAMO
1998 ESPAÑA	964000.00 456297 KILOGRAMO
1998 INDIA	956000.00 561787 KILOGRAMO
1998 CHINA	280000.00 110099 KILOGRAMO
1998 HUNGRÍA	167000.00 49385 KILOGRAMO

Precios

Nivel Importador:

Calidad Origen Valor U\$S Unidad	
chile pepper molido INDIA	2.20 LIBRA
Chile paprika molido ESPAÑA	2.50 LIBRA

Mercados Mayoristas:

Calidad Origen Valor U\$S Unidad

Mercados Minoristas:

Calidad Origen Valor U\$S Unidad	
Chile ancho molido (entero) MEXICO	2.25 LIBRA
Chile paprika molido ESTADOS UNIDOS	1.89 LIBRA

Producción y Consumo

Producción:

Año Cantidad Unidad

Consumo:

Año Cantidad Unidad

Exportación:

Año	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	298676		KILOGRAMO
1999	200662		KILOGRAMO
1998	87338		KILOGRAMO

Canales de comercialización más usuales:
 Se indica el orden con un número al lado de cada uno

- Representante:
- Broker:
- Importador: 1
- Remates:
- Mayoristas: 2
- Supermercados:
- Grandes tiendas: 3
- Minoristas:
- Negocios especializados:

Centros de consumo:

Ciudades	Habitantes
TORONTO	4881400
MONTREAL	3511800
VANCOUVER	2094100
OTTAWA	1106900
CALGARY	971500

Principales accesos:

Puertos	Aeropuertos	Aduanas
TORONTO	TORONTO	TORONTO
VANCOUVER	VANCOUVER	VANCOUVER

Ferias:

Nombre: Grocery Innovations Canada
 País: CANADA
 Tipo de evento: Público
 Fecha de realización: Noviembre 3-5 del 2002
 Ente Organizador: Canadian Federation of Independent Grocers
 Contacto para información: Susana Clark
 Teléfono: 1 (416) 492-2325
 Fax: 1 (416) 492-2347
 Observaciones: Anual
 Metro Toronto Convention Centre (Toronto, Ontario)

Nombre: The Good Food Festival & Market
 País: CANADA
 Tipo de evento: Público
 Fecha de realización: Mayo 3-5 del 2002
 Ente Organizador: The Good Food Festival & Market

Contacto para información: Lyda Chubac
Teléfono: 1 (416) 766-2084
Fax: 1 (416) 762-9942
Observaciones: Anual
Exhibition Place, Automobile Building (Toronto, Ontario)

Nombre: Canadian Fine Food Show
País: CANADA
Tipo de evento: Detallista
Fecha de realización: Abril 2002
Ente Organizador: Meteor Show Productions INC.
Contacto para información: Ralph Well
Teléfono: 1 (416) 229-2060
Fax: 1 (416) 223-2826
Observaciones: Anual
International Centre (Mississauga, Ontario)

Nombre: 76 Annual Convention & Trade Show
País: CANADA
Tipo de evento: Anual
Fecha de realización: Enero 30 - febrero 2 del 2002
Ente Organizador: Canadian Produce Marketing Association
Contacto para información:
Teléfono: 1 (613) 226-4187
Fax: 1 (613) 226-2984
Observaciones: Anual
Vancouver, British Columbia

Importadores:

Importador: BEDESSEE IMPORTS LTD.

Importador: ACANA MERCANTILE LTD.

Importador: Classic Foods & Produce

Importador: ENCORE INTERNATIONAL

Importador: HANIF'S INTERNATIONAL FOODS LTD.

Importador: WESTERN BASIC INGREDIENTS INC.

Cámaras:

Institución: Canadian Produce Marketing Association
Domicilio: 310-1101 Prince of Wales Drive
Localidad: Ottawa, Ontario
País: CANADA
Código Postal: K2C 3W7
Contacto:
Teléfono: 1 (613) 226-4187

Fax: 1 (613) 226-2984

Institución: Canadian Food Brokers Association
Domicilio: 70 Aitken Circle
Localidad: Unionville, Ontario
País: CANADA
Código Postal: L3R 7L1
Contacto:
Teléfono: 1 (905) 477-4644
Fax: 1 (905) 477-9580

Embalajes más usuales:

Granel: NO
Lift-van: NO
Contenedores: SI
Paletizados: NO
Cajas: NO

Otros:

Exigencias de Rotulado:

Fecha Elab.: SI
Fecha Vto.: NO
Contenido: SI
Peso Neto: SI
Peso Bruto: SI
Origen: SI
Idioma: Ingles y Frances

Otros:

Características, calidades y presentaciones más requeridas:

Observaciones:

USO INTERNO: 1212011159 (numero en origen) Los precios de importación son precios promedios. No se encontró datos de producción por ser un sector muy pequeño. Solo se tienen datos de producción y consumo de aji fresco, los cuales se incluyeron en la situación de mercado (página 1). Los datos de importación que se proporcionan en la página 3 corresponden al total de la clasificación a diez digitos segun la Nomenclatura canadiense: 0904.20.90.21 (chile pepper crushed) y 0904.20.90.22 (chile paprika crushed) Los datos de exportación se presentan a 6 digitos.

Importador BEDESSEE IMPORTS LTD.

Domicilio: 2350 MIDLAND AVE.
Localidad: SCARBOROUGH, ONTARIO
Codigo Postal: M1S 1P8
Pais: CANADA
Telefonos: 1 (416) 292-2400

Fax: 1 (416) 292-2943
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto: MR. RAYMON
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador ACANA MERCANTILE LTD.

Domicilio: 104 Nisbet Avenue
Localidad: Belleville, Ontario
Codigo Postal: K8P 4B9
Pais: CANADA
Telefonos: 1 (613) 966-6334
Fax: 1 (613) 966-2756
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto: Mr. Dobson
Tipo de Empresa: BROKER
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Dirección de correo electrónico: acana@kingoceansugar.net

Importador Classic Foods & Produce

Domicilio: 3620 50th Avenue S.E.
Localidad: Calgary, Alberta
Codigo Postal: T2B 3N9
Pais: CANADA
Telefonos: 1 (403) 279-6267 ext. 205
Fax: 1 (403) 279-6515
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto:
Tipo de Empresa: DISTRIBUIDOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Correo Electrónico: hafizs@classicfoodsltd.com
Demonstro interes en productos Argentinos.

Importador ENCORE INTERNATIONAL

Domicilio: 22000 TransCanada Hwy.
Localidad: Baie D'Urfe, Quebec
Codigo Postal: H9X 4B4
Pais: CANADA

Telefonos: 1 (514) 457-8800
Fax: 1 (514) 457-4040
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto: Michelle Mills
Tipo de Empresa: DISTRIBUIDOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador HANIF'S INTERNATIONAL FOODS LTD.

Domicilio: 563 Ebury Place
Localidad: Delta, British Columbia
Codigo Postal: V3M 6M8
Pais: CANADA
Telefonos: 1 (604) 540-4001
Fax: 1 (604) 540-4002
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto: Angela Lok
Tipo de Empresa: DISTRIBUIDOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador WESTERN BASIC INGREDIENTS INC.

Domicilio: 85 Glacier Street, Suite 6
Localidad: Coquitlam, British Columbia
Codigo Postal: V3K 5Z1
Pais: CANADA
Telefonos: 1 (604) 942-3546
Fax: 1 (604) 942-3548
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Canadá
Contacto: Cameron Wells
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Correo Electrónico: cwells@westernbasic.com

Perfil de Mercado 6386

Emb en Estados Unidos
Resp: axl

País de Origen: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA

Fecha de vigencia desde: 16/08/2001

Fecha de vigencia hasta:

Posición Arancelaria:

0904.20.00

- Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados

Producto:

PIMENTON (SECO O TRITURADO O PULVERIZADO)

Situación de Mercado:

LOS IMPORTADORES MANIFESTARON INTERES EN RECIBIR MUESTRAS Y OFERTA DE PIMENTON DE ARGENTINA.

Clasificación Tarifaria:

Clasificación Tarifaria Local: 0904.20.20.00

Clasificación Tarifaria Denominación: HTSUS

Regimen arancelario general:

Derechos ad-valorem: 0.000000

Derechos específicos: 0.030000

Convenio vigente con Argentina:

S.G.P.: SI

Convenio Bilateral: NO

Acuerdo de Integración: NO

Otros:

Regimen preferencial para Argentina:

Derechos ad-valorem: 0.000000

Derechos específicos: 0.000000

Otras tasas o gravámenes a la importación:

Ad-valorem: 0.000000

Específicos: 0.000000

Detalle:

Restricciones no arancelarias:

NO ESTA SUJETO A RESTRICCIONES NO ARANCELARIAS SI SE TRATA DE UN PRODUCTO SECO. EL PRODUCTO FRESCO TIENE RESTRICCIONES POR LA MOSCA DE LA FRUTA.

Impuestos internos:

I.V.A.: 0.000000

Otros ad-valorem: 0.000000

Detalle:

EL IMPUESTO A LAS VENTAS VARIA EN CADA ESTADO Y ADEMÁS EXISTEN IMPUESTOS ADICIONALES A NIVEL DE CADA CONDADO. A MODO DE EJEMPLO, EN NEW YORK, ES 7,95%, EN CALIFORNIA 7,65%, EN ILLINOIS 7,35%, EN TEXAS 7,8% Y EN PENNSYLVANIA 6,25%.

Documentos exigidos en Aduana:

Factura original: SI
Certificados sanitarios: NO
Certificados de seguridad: NO
Certificado normas de fabricación: NO
Certificado de calidad: NO

Otros certificados:

Importaciones de los tres últimos años:

Año	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	17699700.00	8725436	KILOGRAMO
1999	15094300.00	7764534	KILOGRAMO
1998	25289000.00	12612507	KILOGRAMO

Proveedores de los tres últimos años:

Año	País	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	ESPAÑA	8310018.00	4369855	KILOGRAMO
2000	CHILE	4325092.00	1443536	KILOGRAMO
2000	BRASIL	1052692.00	567964	KILOGRAMO
2000	SUDAFRICA	910550.00	681747	KILOGRAMO
1999	ESPAÑA	7280315.00	3480643	KILOGRAMO
1999	CHILE	3334790.00	1463500	KILOGRAMO
1999	BRASIL	1057414.00	610571	KILOGRAMO
1999	ZIMBABWE	925324.00	605447	KILOGRAMO
1998	ESPAÑA	11293297.00	5363425	KILOGRAMO
1998	CHILE	4309593.00	1945255	KILOGRAMO
1998	ISRAEL	3027764.00	1690719	KILOGRAMO
1998	ZIMBABWE	2506808.00	1191513	KILOGRAMO

Precios

Nivel Importador:

Calidad	Origen	Valor U\$S	Unidad
PRECIO PROMEDIO POR PAIS	ESPAÑA	1.90	KILOGRAMO
PRECIO PROMEDIO POR PAIS	CHILE	2.99	KILOGRAMO
PRECIO PROMEDIO POR PAIS	BRASIL	1.85	KILOGRAMO

PRECIO PROMEDIO POR PAIS	SUDAFRICA	1.33 KILOGRAMO
PRECIO PROMEDIO POR PAIS	ISRAEL	1.41 KILOGRAMO
PRECIO PROMEDIO POR PAIS	ZIMBABWE	2.33 KILOGRAMO

Mercados Mayoristas:

Calidad|Origen|Valor U\$S|Unidad|

Mercados Minoristas:

Calidad|Origen|Valor U\$S|Unidad|

MC CORMICK FANCY PAPRIKA 45 GR	ESTADOS UNIDOS	5.19 FRASCO
SAFEWAY PAPRIKA 60 GR	ESTADOS UNIDOS	2.49 FRASCO
MC CORMICK PAPRIKA 60 GR	ESTADOS UNIDOS	2.79 FRASCO
PAPRIKA SWEET SPICES 52 GR	ESTADOS UNIDOS	3.00 FRASCO

Producción y Consumo

Producción:

Año|Cantidad|Unidad|

Consumo:

Año|Cantidad|Unidad|

Exportación:

Año|Valor U\$S|Cantidad|Unidad|

2000	5951659	KILOGRAMO	
1999	4151631	KILOGRAMO	
1998	4245550	KILOGRAMO	

Canales de comercialización más usuales:

Se indica el orden con un número al lado de cada uno

Representante:

Broker:

Importador: 1

Remates:

Mayoristas:

Supermercados: 2

Grandes tiendas:

Minoristas:

Negocios especializados:

Centros de consumo:

Ciudades	Habitantes
NEW YORK, NY	7420000
LOS ANGELES, CA	3598000
CHICAGO, IL	2802000
HOUSTON, TX	1787000
PHILADELPHIA, PA	1436000

Principales accesos:

Puertos	Aeropuertos	Aduanas
NEW YORK, NY	J.F. KENNEDY, NY	NEW YORK, NY
LOS ANGELES, CA	LOS ANGELES, CA	LOS ANGELES, CA
BALTIMORE, MD	BWI BALTIMORE, MD	BALTIMORE, MD
CHARLESTON, SC	CHARLESTON, SC	CHARLESTON, SC
MIAMI, FL	MIAMI, FL	MIAMI, FL

Ferias:

Nombre:NATURAL PRODUCTS EXPO EAST
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Tipo de evento:INTERNACIONAL
Fecha de realización:11-14 OCTUBRE, 2001
Ente Organizador:NEW HOPE NATURAL MEDIA
Contacto para información: SATOKO TANAKA
Teléfono: 303-939-8440 E-MAIL: expo@newhope.com
Fax: 303-939-9559 WEBSITE: www.expoeast.com
Observaciones:ANUAL
WASHINGTON CONVENTION CENTER, WASHINGTON, DC

Nombre:NATURAL PRODUCTS EXPO WEST
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Tipo de evento:INTERNACIONAL
Fecha de realización:7-10 MERZO, 2002
Ente Organizador:NEW HOPE NATURAL MEDIA
Contacto para información: SATOKO TANAKA
Teléfono: 303-939-8440 E-MAIL: expo@newhope.com
Fax: 303-939-9559 WEBSITE: www.expowest.com
Observaciones:ANUAL
ANAHEIM CONVENTION CENTER, ANHEIM, CA

Nombre:INTERNATIONAL FANCY FOOD & CONFECTION SHOW (SUMMER)
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Tipo de evento:INTERNACIONAL
Fecha de realización:30 DE JUNIO- 3 DE JULIO, 2002
Ente Organizador:NATIONAL ASSOCIATION FOR THE SPECIALTY FOOD TRADE
Contacto para información: CHRIS NEMCHEK
Teléfono: 212-482-6440
Fax: 212-482-6459 WEBSITE: www.fancyfoodshows.com

Observaciones:TRES VECES AL AÑO
JACOB K. JAVITS CONVENTION CENTER OF NEW YORK, NY

Nombre:INTERNATIONAL FANCY FOOD & CONFECTION SHOW (WINTER)
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Tipo de evento:INTERNACIONAL
Fecha de realización:20-22 ENERO, 2002
Ente Organizador:NATIONAL ASSOCIATION FOR THE SPECIALTY FOOD TRADE
Contacto para información: CHRIS NEMCHEK
Teléfono: 212-482-6440
Fax: 212-482-6459 WEBSITE: www.fancyfoodshows.com
Observaciones:TRES VECES AL AÑO
MOSCONE CENTER, SAN FRANCISCO, CA

Importadores:

Importador:MC CORMICK FLAVOR

Importador:BASIC VEGETABLE PRODUCTS

Importador:QUICK DRY FOOD

Importador:PACIFIC SPICE CO. INC

Importador:SPICECO

Importador:BADIA SPICES

Cámaras:

Institución: AMERICAN SPICE TRADE ASSOCIATION
Domicilio: 2025 M STREET, NW SUITE 800
Localidad: WASHINGTON, DC
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Código Postal: 20036
Contacto: THOMAS OVERVY- PRESIDENTE WEBSITE: www.ataspice.org
Teléfono: 202-367-1127
Fax: 202-367-2127 E-MAIL:info@ataspice.org

Institución: NETWORK INGREDIENT MARKETING SPECIALISTS
Domicilio: PO BOX 76422
Localidad: ATLANTA, GA
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Código Postal: 30358-1422
Contacto: KENNET REYNOLDS WEBSITE:www.nims.com
Teléfono: 817-561-7272
Fax: 817-561-7275 E-MAIL:info@nims.com

Institución: THE FOOD MARKETING INSTITUTE
Domicilio: 655 15TH STREET, NW

Localidad: WASHINGTON, DC
País: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Código Postal: 20005
Contacto: TIMOTHY HAMMONDS WEBSITE:www.fmi.org
Teléfono: 202-452-8444
Fax: 202-429-4579 E-MAIL:fmi@fmi.org

Embalajes más usuales:

Granel: NO
Lift-van: NO
Contenedores: SI
Paletizados: NO
Cajas: SI

Otros:
FRASCOS

Exigencias de Rotulado:

Fecha Elab.: SI
Fecha Vto.: SI
Contenido: SI
Peso Neto: SI
Peso Bruto: SI
Origen: SI
Idioma: INGLES

Otros:

Características, calidades y presentaciones más requeridas:
PARA EL CONSUMO MINORISTA VIENE EN FRASCOS DE PLASTICO DE DIVERSOS
TAMAÑOS QUE VARIAN ENTRE 40 Y 510 GRAMOS APROXIMADAMENTE.

Observaciones:

USO INTERNO: 817011556 (numero en origen) REGIMEN
ARANCELARIO: EL DERECHO ESPECIFICO ES 0,03 U\$S POR KILOGRAMO. LAS
ESPECIAS ESTAN SUJETAS A REGULACIONES DE LA FOOD AND DRUG ADMINISTRATION
(FDA): -STANDARD DE IDENTIDAD: SI BIEN NO EXISTE STANDARD REGLAMENTARIO
QUE DEFINA LAS ESPECIAS, LA FDA HA ELABORADO DESCRIPCIONES INDICATIVAS
SOBRE NOMBRES ACEPTABLES PARA USO EN ETIQUETADO. LA PAPIKA SE DEFINE
COMO FRUTO SECO DEL CAPSICUM ANNUM L. -NIVELES DE TOLERANCIA PARA
CONTAMINACION POR SUCIEDAD, MOHO, RESTOS DE INSECTOS, EXCREMENTO DE
ANIMALES, ETC. (FOOD DEFECT ACTION LEVELS): LA PAPIKA MOLIDA NO PUEDE
CONTENER MAS DE 20% DE MOHO, NI MAS DE 75 FRAGMENTOS DE INSECTOS O MAS DE
11 PELOS DE ROEDORES CADA 25 GRAMOS ANALIZADOS (VER:
<http://vm.cfsan.fda.gov/~dms/dalbook.html>) -NIVELES DE TOLERANCIA PARA
RESIDUOS DE PESTICIDAS: ESTA REGULADO EL NIVEL MAXIMO DE RESIDUOS DE
HEXAFLUORURO DE BENCENO (BHC) PARA LA PAPIKA (VER:
<http://www.cfsan.gov/~lrd/fdaact.html>) -ETIQUETADO: VER REQUISITOS PARA
ESPECIAS EN CODE OF FEDERAL REGULATIONS (CFR), CAPITULO 21, SECCION
101.22 (SE PUEDE CONSULTAR EN www.gpo.gov- CODE OF FEDERAL REGULATIONS)
COPIA DE REGULACIONES MENCIONADAS SE REMITEN POR CORREO. EXISTEN ADEMÁS
STANDARDS VOLUNTARIOS APROBADOS POR LA AMERICAN SPICE TRADE ASSOCIATION
QUE PUEDEN DIRECTAMENTE EN DICHA ASOCIATION (E-
MAIL:publication@ataspice.org) -EXPORTACIONES: CORRESPONDEN A LA
POSICION ARANCELARIA 0904200000 DEL NOMENCLADOR DE EXPORTACION SCHEDULE B
QUE CORRESPONDE A FRUTOS DEL GENERO CAPSICUM O PIMIENTA (TODAS LAS
ESPECIAS) SECAS, TRITURADAS O PULVERIZADAS. -EXPORTADORES: *WORLD SPICE

223 E HIGHLAND PKWY ROSELLE, NJ 07203-2616 TEL: 908-245-0600 FAX: 908-245-0696 CONTACTO: BELA LOINY *SPICE KING CORP 6009 WASHINGTON, BLVD. CUITER, CA 90322 TEL: 310-836-7770 FAX: 310-836-6454 CONTACTO: JAMES STEPHENSEN *TEXAS SPICE 9629 FULTON HOUSTON, TX 77076 TEL: 713-694-1858 FAX: 713-694-1858 CONTACTO: JAVIER CASTAÑEDA

Importador MC CORMICK FLAVOR

Domicilio: 10950 BEAVER DAM RD.
Localidad: COCKEYSVILLE, MD
Codigo Postal: 21030-2289
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 410-771-7744
Fax: 410-771-5123
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos
Contacto: DAVID JORDAN- GERENTE DE TRAFICO
Tipo de Empresa: AGENTE
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador BASIC VEGETABLE PRODUCTS

Domicilio: 705 E WHITEMORE AV.
Localidad: MODESTO, CA
Codigo Postal: 95352-2659
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 209-538-1071
Fax: 209-538-5423
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos
Contacto: DENNIS WITCHON - PRESIDENTE
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador QUICK DRY FOOD

Domicilio: 977 N POINT BLVD
Localidad: WAUKEGAN, IL
Codigo Postal: 60085
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 847-785-1249
Fax:
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos

Contacto: 847-785-1326
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador PACIFIC SPICE CO. INC

Domicilio: 722 STANFORD AVE.
Localidad: LOS ANGELES, CA
Codigo Postal: 90021-1416
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 213-626-2302
Fax: 213-627-6894
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos
Contacto: AKIBA SCHUSSEL- PRESIDENTE
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador SPICECO

Domicilio: 6 C TEAM A
Localidad: AVENEL, NJ
Codigo Postal: 07001
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 732-499-9070
Fax: 732-499-9139
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos
Contacto: BORNO
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador BADIA SPICES

Domicilio: 519 SW 71ST AVE.
Localidad: MIAMI, FL
Codigo Postal: 33144-2722
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 305-266-0533
Fax: 305-267-0524
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos

Contacto: JOSEPH BADIA- PROPIETARIO
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Perfil de Mercado 6248

Emb en Colombia
Resp: mes

País de Origen: COLOMBIA
Fecha de vigencia desde: 26/07/2001
Fecha de vigencia hasta: 26/09/2001

Posicion Arancelaria:
0904.20.00
- Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados

Producto:
FRUTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM O PIMIENTA, SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS.

Situación de Mercado:
EN COLOMBIA HAY PRODUCCION NACIONAL, LA CUAL ABASTECE EL MERCADO LOCAL, CABE ANOTAR QUE ESTE PAIS ESTA EXPORTANDO PARA LOS PAISES ANDINOS Y CENTRO AMERICA. ESTA SECOM RECOMENDARIA INCURSIONAR EN ESTE MERCADO CON PRECIOS Y CALIDAD.

Clasificación Tarifaria:
Clasificación Tarifaria Local: 0904.20.00
Clasificación Tarifaria Denominación: PIMENTON

Regimen arancelario general:
Derechos ad-valorem: 15.000000
Derechos específicos: 0.000000

Convenio vigente con Argentina:
S.G.P.: NO
Convenio Bilateral: NO
Acuerdo de Integración: NO

Otros:
ARGENTINA-CAN
Regimen preferencial para Argentina:
Derechos ad-valorem: 105.000000
Derechos específicos: 0.000000

Otras tasas o gravámenes a la importación:
Ad-valorem: 1.200000
Específicos: 0.000000

Detalle:

SE CREO LA TASA ESPECIAL POR EL COSTO DE LOS SERVICIOS ADUANEROS PRESTADOS POR LA ADUANA, EQUIVALENTE AL 1,2% DEL VALOR FOB DE LA IMPORTACION, LA CUAL EMPIEZA A REGIR A PARTIR DEL 01/01/01.

Restricciones no arancelarias:

NO HAY

Impuestos internos:

I.V.A.: 16.000000

Otros ad-valorem: 0.000000

Detalle:

Documentos exigidos en Aduana:

Factura original: SI

Certificados sanitarios: NO

Certificados de seguridad: NO

Certificado normas de fabricación: NO

Certificado de calidad: NO

Otros certificados:

CERTIFICADO DE ORIGEN

Importaciones de los tres últimos años:

Año	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	53739.00	10382	KILOGRAMO
1999	54625.00	19082	KILOGRAMO

Proveedores de los tres últimos años:

Año	País	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	CHILE	26357.00	0	
2000	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	13557.00	0	
1999	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	22754.00	0	
1999	CHILE	11868.00	0	

Precios

Nivel Importador:

Calidad	Origen	Valor U\$S	Unidad
	CHILE	7.40	KILOGRAMO
	ESTADOS UNIDOS	7.53	KILOGRAMO

Mercados Mayoristas:

Calidad	Origen	Valor U\$S	Unidad
			CHILE 8.59 KILOGRAMO
			ESTADOS UNIDOS 8.69 KILOGRAMO

Mercados Minoristas:

Calidad	Origen	Valor U\$S	Unidad
			CHILE 9.75 KILOGRAMO
			ESTADOS UNIDOS 9.86 KILOGRAMO

Producción y Consumo

Producción:

Año	Cantidad	Unidad
-----	----------	--------

Consumo:

Año	Cantidad	Unidad
-----	----------	--------

Exportación:

Año	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
2000	0		
1999	0		

Canales de comercialización más usuales:

Se indica el orden con un número al lado de cada uno

Representante:
 Broker:
 Importador: 1
 Remates:
 Mayoristas:
 Supermercados: 2
 Grandes tiendas: 4
 Minoristas:
 Negocios especializados: 3

Centros de consumo:

Ciudades	Habitantes
BOGOTA	6437842
BARRANQUILLA	1252195
CALI	2161130
MEDELLIN	1980917
BUCARAMANGA	530320

Principales accesos:

Puertos Aeropuertos Aduanas		
BARRANQUILLA	ERNESTO CORTIZO	
MEDELLIN	JOSE MARIA CORDOBA	
CALI	ALFONSO BONILLA ARAG	
BOGOTA	INTERNACION EL DORAD	
SANTA MARTA	SIMON BOLIVAR	

Ferias:

Nombre:ALIMENTEC 2002
País: COLOMBIA
Tipo de evento:INTERNACIONAL
Fecha de realización:MAYO 15 AL 19/2002
Ente Organizador:CORFERIAS
Contacto para información: CLAUDIA CABRERA
Teléfono: (571) 381-0000
Fax: (571) 337-7961
Observaciones:ANUAL
CORFERIAS

Importadores:

Importador:INSUALIMENTOS-DESHIDRATADOS Y CIA
Importador:NESTLE DE COLOMBIA S.A.
Importador:GRAFFITH COLOMBIA S.A.
Importador:TECNAS S.A.
Importador:DISA S.A.

Cámaras:

Institución: NO HAY CAMARA
Domicilio:
Localidad:
País: COLOMBIA
Código Postal:
Contacto:
Teléfono:
Fax:

Embalajes más usuales:
Granel: NO
Lift-van: NO

Contenedores: NO
Paletizados: NO
Cajas: SI

Otros:

Exigencias de Rotulado:

Fecha Elab.: NO
Fecha Vto.: NO
Contenido: NO
Peso Neto: SI
Peso Bruto: SI
Origen: SI
Idioma: ESPAÑOL

Otros:

Características, calidades y presentaciones más requeridas:

Observaciones:

USO INTERNO: 726011332 (numero en origen)

Importador INSUALIMENTOS-DESHIDRATADOS Y CIA

Domicilio: CALLE 31 A NO. 4 A 50
Localidad: BOGOTA
Codigo Postal:
Pais: COLOMBIA
Telefonos: (571) 560-4767
Fax: (571) 560-5992
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Colombia
Contacto:
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador NESTLE DE COLOMBIA S.A.

Domicilio: TRANSVERSAL 18 NO. 96-41
Localidad: BOGOTA
Codigo Postal:
Pais: COLOMBIA
Telefonos: (571) 219-0800
Fax: (571) 219-0790
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Colombia
Contacto:
Tipo de Empresa: AGENTE
No comercio con productos argentinos

Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador GRAFFITH COLOMBIA S.A.

Domicilio: KM 39 AUTOPISTA MEDELLIN-BOGOTA

Localidad: MARINILLA-ANTIOQUIA

Codigo Postal:

Pais: COLOMBIA

Telefonos: (574) 562-6611

Fax: (574) 561-6676

Casilla de Correo:

Representacion: Emb en Colombia

Contacto:

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

No comercio con productos argentinos

Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador TECNAS S.A.

Domicilio: CARRERA 50 G NO. 125-29 PISO 2

Localidad: MEDELLIN

Codigo Postal:

Pais: COLOMBIA

Telefonos: (574) 285-4290/8290

Fax: (574) 255-3809

Casilla de Correo:

Representacion: Emb en Colombia

Contacto:

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

No comercio con productos argentinos

Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador DISA S.A.

Domicilio: CALLE 90 NO. 21-32

Localidad: BOGOTA

Codigo Postal:

Pais: COLOMBIA

Telefonos: (571) 319-1330

Fax: (571) 319-1330 EXTENSION 1202

Casilla de Correo:

Representacion: Emb en Colombia

Contacto:

Tipo de Empresa: IMPORTADOR

No comercio con productos argentinos

Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Importador BADIA SPICES

Domicilio: 519 SW 71ST AVE.
Localidad: MIAMI, FL
Codigo Postal: 33144-2722
Pais: ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA
Telefonos: 305-266-0533
Fax: 305-267-0524
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Estados Unidos
Contacto: JOSEPH BADIA- PROPIETARIO
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones:

Perfil de Mercado 5788

Emb en Brasil
Resp: rox

País de Origen: BRASIL
Fecha de vigencia desde: 29/05/2001
Fecha de vigencia hasta: 29/05/2003

Posicion Arancelaria:
0904.20.00
- Frutos de los géneros Capsicum o Pimenta, secos, triturados o pulverizados

Producto:
FRUTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM O PIMIENTA, SECOS, TRITURADOS O PULVERIZADOS.

Situación de Mercado:

Clasificación Tarifaria:
Clasificación Tarifaria Local: 0904.20.00
Clasificación Tarifaria Denominación: FRUTOS DE LOS GENEROS CAPSICUM

Regimen arancelario general:
Derechos ad-valorem: 12.500000
Derechos específicos: 0.000000

Convenio vigente con Argentina:

S.G.P.: NO
Convenio Bilateral: NO
Acuerdo de Integración: NO

Otros:

MERCOSUR

Regimen preferencial para Argentina:

Derechos ad-valorem: 0.000000

Derechos específicos: 0.000000

Otras tasas o gravámenes a la importación:

Ad-valorem: 18.000000

Específicos: 0.000000

Detalle:

ICMS:IMPUESTO A LA CIRCULACION DE MERCADERIAS Y SERVICIOS.

Restricciones no arancelarias:

NOTA: LA LICENCIA DE IMPORTACION DE MERCADERIAS ORIGINARIAS Y PROCEDENTES DE LOS PAISES MIEMBROS DEL MERCOSUR, CUYO EXAMEN SEA DE RESPONSABILIDAD DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR ESTA SIENDO CONCEDIDA DE FORMA AUTOMATICA POR EL DECEX / NOROP (NUCLEO DE OPERACIONES). ADEMAS, CONFORME PORTARIA S.V.S. N° 772/98 D.O.U.2/10/98 LA IMPORTACION DE ESTE PRODUCTO ESTA SUJETA AL REQUERIMIENTO DE LA LICENCIA DE IMPORTACION DESPUES DE SU EMBARQUE Y SUJETO A FISCALIZACION SANITARIA, ANTES DE SU LIBERACION ADUANERA, REALIZADA POR LA AUTORIDAD SANITARIA DEL MINISTERIO DE SALUD, QUE FINALIZARA EL PROCESO DE CONCESION DE LA LICENCIA DE IMPORTACION. SEG N PORTARIA M.A.A N° 182 , DOU 08/10/98, ESTE PRODUCTO ESTA SUJETO AL LICENCIAMIENTO DE IMPORTACION CON INSPECCION SANITARIA, FITOSANITARIA O TECNOLOGICA ANTES DE SU LIBERACION ADUANERA. SEGUN EL COMUNICADO DECEX N° 23-DOUO 01/09/98 - EL IMPORTADOR SOLAMENTE SABRA SI EL PRODUCTO SI EL PRODUCTO QUE DESEA COMPRAR PRECISA DE LICENCIA DE IMPORTACION NO AUTOMATICA.

Impuestos internos:

I.V.A.: 0.000000

Otros ad-valorem: 0.000000

Detalle:

Documentos exigidos en Aduana:

Factura original: NO

Certificados sanitarios: NO

Certificados de seguridad: NO

Certificado normas de fabricación: NO

Certificado de calidad: NO

Otros certificados:

Importaciones de los tres últimos años:

Año|Valor U\$S|Cantidad|Unidad|

1997|521777.00|0|

1998|1083731.00|0|

1999|682473.00|0|

Proveedores de los tres últimos años:

Año	País	Valor U\$S	Cantidad	Unidad
1997	ARGENTINA	103652.00	30196	KILOGRAMOS
1997	AUSTRALIA	18529.00	746	KILOGRAMOS
1997	CHILE	315149.00	46677	KILOGRAMOS
1997	CHINA	4518.00	3720	KILOGRAMOS
1997	COREA, REPUBLICA DE	101.00	20	KILOGRAMOS
1998	ARGENTINA	159119.00	23579	KILOGRAMOS
1998	AUSTRALIA	9416.00	806	KILOGRAMOS
1998	BOLIVIA	300.00	300	KILOGRAMOS
1998	CHILE	429431.00	64912	KILOGRAMOS
1998	COREA, REPUBLICA DE	4091.00	4619	KILOGRAMOS
1999	ARGENTINA	201948.00	43628	KILOGRAMOS
1999	CHILE	276517.00	46698	KILOGRAMOS
1999	COREA, REPUBLICA DE	261.00	48	KILOGRAMOS
1999	DINAMARCA	4238.00	348	KILOGRAMOS
1999	EGIPTO	7200.00	4000	KILOGRAMOS

Precios

Nivel Importador:

Calidad|Origen|Valor U\$S|Unidad|

Mercados Mayoristas:

Calidad|Origen|Valor U\$S|Unidad|

Mercados Minoristas:

Calidad|Origen|Valor U\$S|Unidad|

Producción y Consumo

Producción:

Año|Cantidad|Unidad|

Consumo:

Año|Cantidad|Unidad|

Exportación:

Año|Valor U\$S|Cantidad|Unidad|

Canales de comercialización más usuales:

Se indica el orden con un número al lado de cada uno

Representante:

Broker:

Importador:

Remates:

Mayoristas:

Supermercados:

Grandes tiendas:

Minoristas:

Negocios especializados:

Centros de consumo:

Ciudades|Habitantes|

Principales accesos:

Puertos|Aeropuertos|Aduanas|

Ferias:

Importadores:

Importador:COLIMA IMP E EXP LTDA

Importador:NESTLE INDUSTRIAL EL COMERCIAL LTDA

Importador:REFINACOES DE MILHO BRASIL LTDA

Importador:FUCHS GEWURZE DO BRASIL LTDA

Importador:ARISCO INDUSTRIAL LTDA

Importador:ADICION INDUSTRIA E COMERCIO DE ADITIVOS

Cámaras:

Institución: NO INFORMADO
Domicilio:
Localidad:
País: ARGENTINA
Código Postal:
Contacto:
Teléfono:
Fax:

Embalajes más usuales:
Granel: NO
Lift-van: NO
Contenedores: NO
Paletizados: NO
Cajas: NO
Otros:

Exigencias de Rotulado:
Fecha Elab.: NO
Fecha Vto.: NO
Contenido: NO
Peso Neto: NO
Peso Bruto: NO
Origen: NO
Idioma:
Otros:

Características, calidades y presentaciones más requeridas:

Observaciones:
USO INTERNO: 529011741 (numero en origen)

Importador COLIMA IMP E EXP LTDA
Domicilio: R BENJAMIN DE OLIVEIRA 313
Localidad: SAO PAULO
Codigo Postal: 03006020 SP
País: BRASIL
Telefonos: 11 2279489
Fax:
Casilla de Correo:
Representacion: Emb en Brasil
Contacto:
Tipo de Empresa: IMPORTADOR
No comercio con productos argentinos
Posicion Arancelaria:

Observaciones: