

Secretaría General



Asociación Latinoamericana
de Integración
Associação Latino-Americana
de Integração

301

LEGUMBRES Y HORTALIZAS EN
ARGENTINA

ALADI/SEC/Estudio 31.6
12 de setiembre de 1985

INDICE

	<u>Página</u>
PRESENTACION	2
CAPITULO I - DESCRIPCION DEL SECTOR LEGUMBRES Y HORTALIZAS	3
CAPITULO II - ABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACION DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS	36
CAPITULO III - ASPECTOS INSTITUCIONALES	62
CAPITULO IV - SITUACION JURIDICO-INSTITUCIONAL DEL SECTOR	67

Estudio realizado por la consultora
señora María Cristina N. de Cuccia

//

PRESENTACION

La Secretaría General de la ALADI inició durante 1984 un estudio de carácter regional sobre el subsector legumbres y hortalizas que abarca en una primera fase a los siguientes productos en su estado natural: frijoles, papas, cebollas, ajos, tomates, espárragos, lentejas, garbanzos, arvejas, espinacas y zanahorias.

Dicho estudio permite conocer las principales variables de mercado, los mecanismos y la estructura de comercialización, así como la situación jurídico-institucional del sector, dando asimismo, en el caso de algunos países información referida a las posibilidades existentes de propiciar acciones de promoción en el campo del procesamiento industrial.

A partir de este conocimiento, la Secretaría General espera poder propiciar la selección de productos sobre los cuales sea posible profundizar el análisis e identificar y promover la aplicación de los distintos mecanismos del Tratado de Montevideo 1980, especialmente en aquellos productos que se destinan a la producción industrial.

La selección de productos específicos permitirá identificar el potencial de cooperación regional en el ámbito de la complementación en la producción y la comercialización de productos frescos, refrigerados, congelados y procesados, especialmente teniendo en cuenta que existe una oferta latinoamericana, que puede competir en forma eficiente a nivel mundial. Existiendo además posibilidades de mejorar los actuales flujos de comercio intrarregionales a través de la adopción de diversas medidas arancelarias y no arancelarias.

Adicionalmente, es necesario explorar y crear nuevas vinculaciones comerciales, a través de jornadas y ruedas de negocios, tanto al interior de la ALADI como en diversos países latinoamericanos no miembros, lo cual abre un marco de expansión del comercio.

Teniendo en cuenta lo señalado, la Secretaría ha realizado una serie de estudios a nivel de los países miembros con la colaboración de consultores contratados localmente, quienes realizaron visitas a las organizaciones y entidades del sector público y privado, vinculadas al subsector legumbres y hortalizas.

Cabe señalar que para la elaboración de los estudios se afrontaron grandes limitaciones dadas por el nivel de información disponible y el estado de desarrollo del subsector en los países miembros, lo que ha llevado a organizar estudios en algunos casos por grupos de países y en otros en forma individual.

El presente estudio está referido a la situación de Argentina y en su primera parte analiza las principales variables de mercado para todos los productos incluidos en el estudio. Asimismo se presenta la realidad de la industria de procesamiento de legumbres y hortalizas y sus productos más relevantes: tomate, arveja, cebolla, ajo y espárrago.

En el segundo capítulo se describen los sistemas de abastecimiento y comercialización y aspectos fundamentales de la estructura empresarial, mientras que el tercer capítulo aborda la realidad institucional en cuanto a generación y transferencia de tecnología y financiamiento a la producción.

En la última parte el estudio concluye con aspectos generales de la política agrícola, promoción de exportaciones y régimen arancelario vigente para los productos analizados.

//

CAPITULO IDESCRIPCION DEL SECTOR LEGUMBRES Y HORTALIZAS

El análisis de estos productos no permite alcanzar un nivel de detalle como sería deseable, debido a la producción diversificada que se practica en las huertas y a que el sistema de comercialización no permite llevar registros estadísticos discriminados por especies. Estas aparecen frecuentemente consignadas en las estadísticas por grupo de productos.

La producción de legumbres y hortalizas es uno de los sectores de la agricultura que reviste más interés por poseer características económicas y agronómicas muy peculiares.

Constituye una de las fuentes alimentarias más interesantes desde el punto de vista dietético por su variedad y composición. Adquieren además gran proyección a raíz del creciente desarrollo de la industria de la deshidratación, con centrados (sopas, caldos) y preparados alimenticios.

El desarrollo industrial del sector permitirá reducir los riesgos que afronta el productor en razón de la perecibilidad de algunos productos que, al estado fresco, se ve obligado a comercializar aun a cualquier precio.

Otra nota característica del sector consiste en la variedad de especies cultivables en el mismo terreno y a través del año, lo cual determina un aprovechamiento integral de la tierra y una aplicación más permanente del recurso mano de obra.

El valor bruto de producción equivale promedialmente al 7 por ciento del total del valor bruto de producción agrícola.

En 1982 el total de las exportaciones logradas por Argentina alcanzaron a US\$ 7.622 millones de dólares de los cuales US\$ 101,6 millones, el 1,3 por ciento correspondió a legumbres y hortalizas (1).

Se distinguen dos tipos de localizaciones que son la aldea a los grandes centros de consumo y la alejada de estos. La proximidad a los grandes centros parece ser el factor decisivo de localización siempre que lo permitan las condiciones ecológicas.

Prueba de ello es la importancia de estos cultivos en los llamados "cinturones verdes" de las grandes ciudades como Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Santa Fe, etc..

La tendencia es que la producción en la proximidad de las ciudades se limite a los productos más perecederos y de consumo directo, mientras que los productos que resisten los efectos del tiempo y del transporte tienden a ser establecidos en zonas más alejadas.

(1) Las exportaciones agrícolas argentinas de carne, maíz, trigo, pickles, cueros y lana en 1982 registran un valor de US\$ 2.559,4 millones de dólares, o sea que las exportaciones de legumbres y hortalizas constituyen para dicho año el 4 por ciento de las divisas generadas por los principales productos agropecuarios.

Los cultivos, algunos de los cuales sólo poseen un ciclo anual de 45 días, son propensos a grandes variaciones en lo relativo a área de siembra y por consiguiente a volúmenes cosechados. Una disminución de la cosecha produce subabastecimiento, y en el sentido inverso una rápida recuperación genera un cuadro de sobreproducción y la caída de los precios y posterior descenso del área de siembra.

Por otra parte en la Argentina la diversidad de zonas productoras con distintas épocas y volúmenes de cosechas juegan un papel preponderante en el funcionamiento de la producción y los mercados.

1. El sector legumbres y hortalizas: algunas variables del mercado

1.1 Superficie y producción

La situación de la producción de legumbres y hortalizas en la República Argentina puede analizarse a través de la evolución de la superficie destinada a estos cultivos y la producción generada.

Tomando en consideración una serie histórica que comprende el período 1970/71 - 1982/83 se observa que la superficie de siembra creció aproximadamente un 40 por ciento hasta 1979/80 para luego declinar hasta el final del período, reduciendo el crecimiento a lo largo de todo el período a un 21 por ciento. Tal como puede verse en el cuadro no. 1 la producción se mantuvo estable a lo largo del período analizado, no registrando incrementos aun en aquellos lapsos donde creció el área de siembra.

Desde el punto de vista de la superficie ocupada y de la producción resultante se destacan en el sector: el poroto seco con un 5 por ciento de la producción y el 43 por ciento del área (216.000 toneladas y 228.600 hectáreas sembradas), la papa con un 45 por ciento de la producción total de legumbres y hortalizas y el 20 por ciento del área (2.013.200 toneladas y 108.850 hectáreas cultivadas), el tomate con un 13,6 por ciento de la producción y el 6 por ciento del área (610.900 toneladas y 31.700 hectáreas) y finalmente el ajo con un 1 por ciento de la producción y el 1,6 por ciento del área (48.100 toneladas y 8.600 hectáreas cultivadas).

En resumen, estos productos, incluidos en el estudio, comprendieron en 1982/83 el 70,6 por ciento del área cultivada con legumbres y hortalizas y el 64,6 por ciento del volumen físico producido por el sector.

1.2 Principales zonas productoras

Las principales zonas productoras son las provincias de Salta (poroto seco y tomate temprano), Tucumán y Córdoba (papa), Santa Fe (papa, lenteja y espárrago), la Provincia de Buenos Aires (papa, arvejas), Mendoza (tomate de época, ajo y cebolla), Río Negro (tomate de época) y Santiago del Estero (cebolla).

1.3 Valor bruto de la producción

El valor bruto de la producción de poroto alubia, papa, tomate, cebolla, ajo y arveja seca alcanzó en 1983 a \$ 600:601.002 expresados en pesos ley de 1970 (deflactado por IPMNAT corregido).

La evolución del valor bruto de producción en el período 1980-1983 se presenta en el cuadro no. 2. Como se desprende de la misma el valor bruto

//

//

CUADRO No. 1HORTALIZAS Y LEGUMBRESArea cultivada y producción total del país

AÑOS	SUPERFICIE SEBRADA (Miles de hectáreas)	PRODUCCION (Miles de toneladas)
1970-1971	443,1	4.039,3
1971-1972	640,1	3.382,0
1972-1973	457,9	3.853,3
1973-1974	483,6	4.491,4
1974-1975	510,0	3.973,8
1975-1976	505,7	3.937,7
1976-1977	561,3	3.887,6
1977-1978	615,2	3.907,1
1978-1979	617,6	4.037,4
1979-1980	619,6	4.013,5
1980-1981	564,3	4.143,9
1981-1982	538,5	4.249,1
1982-1983	535,6	4.474,6

Fuente: S.N.E. y S.R., Estimaciones Agrícolas, 9/2/1984.

vf

//

//

CUADRO No. 2VALOR BRUTO DE LA PRODUCCION DE PRINCIPALES
LEGUMBRES Y HORTALIZAS

(En \$ Ley de 1970)(1)

	1980	1981	1982	1983
Poroto alubia (2)	23:559.084	31:667.156	75:545.000	132:924.000
Papa	119:763.480	133:702.450	191:210.556	307:214.320
Ajo	27.008.500	27.206.700	32:022.380	14.300.130
Tomate	112.912.800	93:855.600	102:055.140	94:750.590
Cebolla	26:724.360	17:229.110	20:752.628	43:263.952
Arveja seca	3:604.122	8:584.167	3:608.063	8:148.010
TOTAL	313:572.346	312:245.183	425:193.767	600:601.002

(1) Deflactado por el IPMNAT corregido.

(2) El poroto alubia o caballero constituyó el 70 por ciento de la producción nacional de poroto seco en 1983.

//

de la producción se vio casi duplicado en el período como resultado de un incremento significativo del valor bruto de la producción aportado por el poroto alubia, la papa, y en mucho menor grado por la producción de cebolla. Se produce una reducción a la mitad del valor bruto de la producción del ajo por un descenso muy significativo de los precios del producto. La cebolla muestra un aumento de su valor bruto de la producción atribuible a un aumento de los precios y de la producción obtenida en 1983.

El incremento del valor bruto de producción de la papa obedece al doble efecto de aumento de la producción y de los precios, mientras que el crecimiento del valor bruto de producción se explica por un aumento de los precios obtenidos ya que entre 1982 y 1983 la producción descendió un 14,8 por ciento.

Como puede verse en la estructura del valor bruto de producción de estos productos la papa ha incrementado su contribución de un 38 por ciento en 1980 al 51 por ciento en 1983 siendo el cultivo más importante. El poroto alubia que participaba con el 7 por ciento del valor bruto de producción en 1980, aumentó su participación a un 22 por ciento en 1983.

1.4 Rendimientos

Los rendimientos de poroto seco muestran un relativo estancamiento con un promedio de 975 kg./há. cosechada para el período 1972/73 - 1981/82. En el subperíodo 1978/79 - 1982/83 los rendimientos superaron los 1.000 kg./há. a excepción de 1979/80 en que se verificó una caída importante hasta los 712 kg./há.

Los rendimientos de papa temprana crecieron en los últimos 6 años promediando los 10.862 kg./há contra 9.964 kg./há. del período 1972/73 - 1981/82. En la papa semitemprana se registró un aumento similar en los períodos considerados y en la semitardía el incremento de los rendimientos es menor (de 18.350 a 18.860 kg./há.). En los últimos tres años los rendimientos promedios superaron los 20.000 kg./há.

Con relación a la papa tardía también se manifiesta un aumento de los rendimientos que crecieron de 9.538 a 10.169 toneladas.

Los rendimientos de tomate registrados en el período 1972/73 - 1981/82 muestran para el caso del tomate temprano un aumento de los rendimientos que promediaron los 23.197 kg./há. en el subperíodo 1977/78 - 1981/82 con relación a los 19.594 kg./há. del período total.

En el tomate de época los rendimientos se mantienen estancados con 18.702 kg./há. en el subperíodo 1977/78 - 1981/82 y 18.577 kg./há. para la totalidad del período (1972/73 - 1981/82).

Con relación a los rendimientos de ajo, los mismos no muestran crecimiento al comparar el subperíodo 1977/78 - 1981/82 con 4.881 kg. y el período total con 4.961 kg./há.

La cebolla registra rendimientos relativamente estables en el período 1978/79 - 1982/83 variando de 17.160 kg./há. al comienzo del mismo hasta 18.623 en el último año.

La producción de arveja de grano seco presenta una duplicación de los rendimientos entre el comienzo y el final del período 1978/79 - 1982/83, creciendo de 774 kg./há. a 1.567 kg./há.

//

//

El cultivo de arveja de grano fresco también muestra un aumento de los rendimientos cercano al 50 por ciento, incrementándose de 2.188 kg./há a 3.245 kg./há. al final del período.

Los garbanzos y lentejas registran aumento de los rendimientos promedio para el período 1978/79 - 1982/83 de 750 kg. a 1.063 kg./há. y de 569 kg./há. a 888 kg./há., respectivamente.

En el cultivo del espárrago cuya área se mantiene estabilizada en las 1.000 hectáreas a nivel nacional los rendimientos presentan un muy leve descenso situándose promedialmente próximos a los 4.000 kg./há. y generando una producción total de 3.600 toneladas promedio para el período.

Finalmente, el cultivo de la zanahoria registra en el período 1978/79 - 1982/83 un aumento de los rendimientos que crecieron de 15.929 kg./há. promedio a 21.530 kg./há. al final del período. El área cosechada creció de 5.650 há. a 9.150 há. y la producción nacional de 90.000 toneladas a 197.000 toneladas al final del período.

Como surge de la evolución de los rendimientos de legumbres y hortalizas, los mismos manifiestan una tendencia general al crecimiento en el subperíodo 1978/79 - 1981/82 respecto a los promedios obtenidos en el período 1972/73 - 1981/82.

1.5 Importaciones

En el cuadro no. 3 se presenta la evolución de las importaciones argentinas de hortalizas y legumbres frescas y elaboradas, en el período 1979-1983.

Luego del año 1980 donde se registra un significativo incremento de las importaciones (aumentan casi 400 por ciento en volumen físico y un 168 por ciento en valor monetario) imputable a las compras de papa para consumo y tomate, Argentina reduce sus importaciones hasta apenas 5.034 toneladas y US\$ 2 millones y medio de dólares en 1983. En este año las importaciones principales son de tomate y lentejas para consumo, aunque ambas en pequeños volúmenes.

Las importaciones de legumbres y hortalizas desecadas y en salmuera son casi inexistentes en el período.

En resumen Argentina se caracteriza por ser un país solo ocasionalmente importador de volúmenes relevantes de legumbres y hortalizas.

En cuanto al origen de las importaciones, en el caso de la papa para siembra y consumo provinieron principalmente de Canadá, Bélgica, los Países Bajos y Francia. Las importaciones de tomate corresponden a las ventas desde Paraguay y Brasil, las de lentejas tienen como país de origen a Chile, las de arvejas a Estados Unidos, Canadá y Chile. Las compras de porotos y arvejas para siembra provinieron de Estados Unidos y Francia.

1.6 Exportaciones

Las exportaciones argentinas de legumbres y hortalizas, frescas y elaboradas, en el período 1979-1983 superaron el valor de US\$ 100 millones anuales (la información para 1983 es el acumulado hasta el mes de setiembre), no obstante ello registra una tendencia descendente que parte de casi US\$ 152 millones de dólares en 1979 y se sitúa en algo más de US\$ 101 millones en 1982, lo que significa una reducción del 33 por ciento en los valores exportados.

//

CUADRO No. 3

IMPORTACIONES DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS

(En toneladas y miles de US\$)

PRODUCTOS	1979		1980		1981		1982		1983(*)	
	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$
<u>Frescos</u>										
Papa siembra	24.514	8.293	41.309	14.062	5.978	1.798	4.063	1.278	471	247
Papa consumo	3.126	733	66.715	15.559	-	-	35	4	-	-
Tomates	9.673	3.729	16.631	7.032	8.503	3.510	3.502	1.765	2.432	875
Cebollas	-	-	1.416	373	-	-	17	20	22	1
Ajos	71	64	127	159	68	138	-	-	33	28
Zanahorias	-	-	3	0,5	-	-	-	-	-	-
<u>Conserva</u>										
Cebollas	10	13	21	22	22	21	-	-	-	-
Tomates	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<u>Desecados</u>										
Ajos	1	5	1	10	5	36	0,5	5	17	64
<u>Legumbres</u>										
Siembra(*)	82	114	-	-	-	-	-	-	-	-
Arvejas	187	123	144	126	127	116	119	159	210	244
Garbanzos	-	-	-	-	3	2	-	-	-	-
Porotos	36	70	306	437	142	296	63	115	40	88
<u>Consumo(*)</u>										
Arvejas	1.144	470	-	-	-	-	660	408	-	-
Garbanzos	514	502	30	26	-	-	-	-	66	41
Lentejas	39	36	82	87	444	470	293	201	1.694	971
Porotos	18	7	-	-	-	-	79	35	49	19
TOTAL	39.415	14.159	126.785	37.893,5	15.292	6.387	8.831,5	3.990	5.034	2.578

(*) Acumulado a setiembre.

Fuente: Elaborado en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

CUADRO No. 4

EXPORTACIONES DE LEGUMBRES Y HORTALIZAS

(En toneladas y miles de US\$)

PRODUCTOS	1979		1980		1981		1982		1983 (1)	
	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$	TON.	MILES US\$
Papas consumo	-	-	-	-	165	29	1.943	198	6	1
Papas siembra	225	57	50	17	165	29	-	-	0.3	132
Tomates	-	-	-	-	90	29	1.092	258	10	1
Ajos	32.688	30.900	24.356	28.957	19.041	30.741	16.170	38.341	26.266	23.304
Cebolla	3.033	578	1.458	370	1.595	245	11.199	1.397	520	69
Espárragos	-	-	-	-	11	9	100	50	-	-
Congelados	10	8	-	-	16	17	-	-	11	11
Desecados										
Ajos	258	539	121	248	54	112	32	119	37	55
Otros	422	1.372	549	2.149	379	1.838	257	939	224	680
Arvejas consumo	6.175	2.150	21.457	8.514	4.790	1.678	335	201	1.134	716
Arvejas semilla	45	42	94	77	50	45	21	31	-	-
Garbanzos	37	47	178	143	2.026	1.284	636	340	43	20
Lentejas	10.210	4.000	4.598	3.139	4	3	0,7	0,3	-	-
Porotos consumo	176.359	72.244	148.273	78.627	124.328	63.225	150.568	57.865	86.108	23.106
Porotos semilla	4	10	12	11	-	-	0,4	1	2	1
Conservas	58.752	39.030	22.858	17.961	17.127	13.574	1.615	1.403	-	-
Jugo tomate	-	-	196	119	26	15	-	-	-	-
Preparados										
Arvejas	1	2	64	81	0,5	1	56	34	47	37
Espárragos	1	1	0,2	2	-	-	1	1	1	1
Tomate (natural, conservado, pasta, salsa)										
	1.576	1.015	571	566	1.983	333	577	473	1.038	521
TOTAL	289.796	151.995	224.823	140.981	171.850	113.207	184.603	101.651	115.447	48.655

Fuente: Elaboración propia en base a datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
 (1) Acumulado hasta setiembre.

//

Los principales productos de exportación en el sector legumbres y hortalizas son el ajo, la cebolla, otras legumbres desecadas, arveja y porotos para consumo, las conservas en salmuera o sulfitadas y productos del tomate (conserva, pasta, salsa). De los productos señalados ajos y porotos constituyen casi el 95 por ciento de las exportaciones de 1982, el 83 por ciento de las exportaciones de 1981, el 76 por ciento en 1980 y el 67 por ciento de 1980. La participación en estos dos últimos años citados se debe a la contribución importante de las conservas.

Los volúmenes físicos de ajo exportado se muestran declinantes hasta el final del período donde se registra un importante aumento.

Los volúmenes de porotos que registraban un descenso del 15 por ciento entre el año 1979 y 1982, habían cubierto más de la mitad de las exportaciones de 1982 en setiembre de 1983.

Las exportaciones de conservas preparadas sin vinagre ni ácido acético se redujeron entre 1979 y 1982 de US\$ 39 millones de dólares a apenas US\$ 1 millón y medio de dólares.

El destino de las principales exportaciones mencionadas ha sido para el caso del ajo el Brasil, Francia, Italia, Países Bajos y Puerto Rico. El principal destino de la cebolla exportada ha sido Uruguay y para los espárragos ha sido Francia y Alemania. Los ajos deshidratados han tenido como destino de exportación al Brasil, Venezuela y los Estados Unidos, al igual que otras hortalizas deshidratadas.

Las arvejas para consumo han sido exportadas principalmente a Brasil, Países Bajos y Angola, mientras que las lentejas en los años 1979 y 1980 a los Países Bajos y Alemania.

Los porotos, principal producto de exportación, tuvieron como destino la Comunidad Económica Europea, Cuba, Argelia, Brasil, Venezuela, Colombia, España, Portugal, Irak e Israel.

En cuanto a los preparados de legumbres y hortalizas, los envasados de arvejas tuvieron como principales compradores al Uruguay, Perú y Paraguay, mientras que los productos del tomate fueron exportados hacia Perú, Ecuador, Paraguay y Uruguay, en la región, y Alemania, Dinamarca y Noruega como destinos extrazonales.

Con respecto a legumbres y hortalizas preparadas sin ácido acético ni vinagre los principales compradores han sido España, Italia y Brasil.

1.7 Consumo aparente

La estimación del consumo aparente para los diferentes productos que incluye el estudio se presenta en el cuadro no. 5 para el período 1979-83.

De la información se desprende el aumento del consumo aparente de poroto seco y zanahoria como hechos más resaltables y un descenso en el consumo de ajo como contrapartida de una recuperación de los volúmenes exportados y un descenso de la producción. También se registra un aumento del consumo de lenteja hasta 1982 y luego una caída abrupta de la producción y el consumo.

Los datos de 1983 son aún preliminares por contemplar las importaciones y exportaciones hasta el mes de agosto.

mas

//

//

CUADRO No. 5
ESTIMACION DEL CONSUMO APARENTE
(En toneladas)

	PRODUCCION	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SEMILLA	CONSUMO APARENTE
Papa					
1979	1.694.000	225	27.640	180.150	1.241.265
1980	1.568.000	50	108.024	181.500	1.494.474
1981	2.247.100	165	5.978	156.210	2.096.703
1982	1.816.900	1.943	4.098	163.275	1.655.780
1983	2.013.200	-	471	162.000	1.851.471
Poroto seco					
1979	235.000	176.400	54	26.730	31.924
1980	146.000	148.300	306	24.398	- 26.392(1)
1981	224.000	124.300	41	25.905	73.946
1982	254.000	150.600	43	25.146	78.397
1983	216.500	105.000	88	26.000	85.588
Tomate fresco					
1979	398.100	-	9.673	-	407.773
1980	453.000	-	16.631	-	469.631
1981	285.240	90	8.503	-	293.613
1982	332.100	1.092	3.502	-	334.510
1983	510.450	10	2.432	-	512.872
Ajo					
1979	81.000	32.688	82	13.160	35.234
1980	95.000	24.356	128	10.220	60.552
1981	69.000	19.041	74	5.040	44.993
1982	37.700	16.170	-	6.020	15.510
1983	48.100	26.266	40	6.100	15.774
Cebolla					
1979	290.000	3.033	-	123	286.844
1980	277.800	1.458	1.415	87	277.670
1981	193.000	1.595	-	104	191.301
1982	237.200	1.120	17	106	225.911
1983	273.200	800	22	110	272.312
Espárragos(2)					
1979	3.600	-	-	-	3.600
1980	3.660	-	-	-	3.660
1981	3.000	-	-	-	3.000
1982	3.600	-	-	-	3.600
1983	3.800	-	-	-	3.800

(1) Variaciones de stock o error de los datos de producción.

(2) A falta de información sobre stocks y dada la irrelevancia del comercio se asume la producción.

vf

//

//

Cuadro no. 5 (Cont.)

	PRODUCCION	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	SEMILLA	CONSUMO APARENTE
Zanahoria(1)					
1979	90.000	-	-	-	90.000
1980	89.000	-	-	-	89.000
1981	81.500	-	-	-	81.500
1982	144.000	-	-	-	144.000
1983	197.000	-	-	-	197.000
Garbanzo					
1979	2.700	37	514	267	2.910
1980	4.400	178	30	260	3.992
1981	3.900	2.026	3	77	1.800
1982	1.330	636	-	85	609
1983	1.700	43	66	90	1.633
Lenteja					
1979	15.000	10.210	39	2.686	2.143
1980	16.800	4.598	81	2.023	10.260
1981	13.370	3	444	1.258	12.553
1982	13.900	7	293	646	13.540
1983	6.550	-	1.700	700	7.350
Arveja grano seco					
1979	12.000	6.175	1.330	4.240	2.916
1980	18.600	21.457	144	3.128	- 5.841(2)
1981	14.450	4.790	127	1.730	8.057
1982	8.750	353	779	1.716	7.460
1983	13.000	1.134	210	2.000	10.100

(1) A falta de información sobre stocks y dada la irrelevancia del comercio se asume la producción.

(2) Problema de stock o error en el dato de producción.

vf

//

//

1.8 Precios

El análisis de la evolución de los precios mayoristas en valores constantes y expresados en \$a de 1970 revela tal como puede observarse en los cuadros nos. 6 y 7 los siguientes aspectos:

1. Los precios de la cebolla se mostraron erráticos dentro de variaciones importantes recuperándose los mismos en 1983 con relación a los bajos valores de 1982 y alcanzando los más altos del período. La variación estacional muestra un crecimiento muy significativo de los precios hasta agosto y luego una brusca caída hacia fin de año.
2. Los precios del ajo han sufrido una caída sostenida llegando en 1983 a los niveles más bajos del período 1976-1983.
3. Al pico de precios de 1977 siguió una declinación fuerte y luego cierta recuperación de los precios. La estacionalidad de los mismos muestra sus mayores niveles en julio-agosto en el año analizado (1983).
4. Los precios del tomate luego de crecer hasta 1980 cayeron abruptamente en 1982 para recuperarse en 1983 aunque sin alcanzar en promedio el pico del período. Los meses de setiembre y octubre son los de mayores precios y los del verano registran los más bajos.
5. La papa muestra una evolución errática y ha recuperado su precio luego de la vertiginosa caída de 1981 a los menores niveles del período. Los meses de agosto a noviembre registraron los mayores precios del año 1983.
6. Los precios de la zanahoria aumentan hasta 1981 para luego descender simultáneamente, con un aumento muy importante de la producción. Los meses de abril y mayo y el período noviembre-diciembre registran los mayores precios del año 1983.
7. La arveja fresca muestra una evolución descendente de sus precios a lo largo del período.
8. La arveja seca por el contrario muestra un importante incremento de precios en 1982 y 1983, y los mayores niveles en los meses de enero, febrero y marzo en la serie mensual de 1983.
9. El precio de la lenteja ha mostrado un comportamiento errático en el período para aumentar espectacularmente en 1983. El primer semestre del año registra los precios más sostenidos.
10. El precio del garbanzo creció hasta 1978 para luego descender en forma muy significativa, revelando una recuperación en 1983. Los meses de junio, julio y agosto registran los precios más altos de la serie mensual de 1983.

En el cuadro no. 7 se presenta la serie de precios minoristas para cebolla, tomate y papa, en valores constantes y expresados en \$a 1970.

//

CUADRO No. 6

PRECIOS MAYORISTAS (en moneda constante) (\$a de 1970/Tn.)

	CEBOLLA	AJO	POROTO	TOMATE	PAPA
Promedio	0,0218	0,0926	0,0457	0,0810	0,0182
1976-1982	0,0251	0,1333	0,0444	0,0661	0,0271
1976	0,0242	0,1600	0,0706	0,0696	0,0108
1977	0,0279	0,1061	0,0400	0,0768	0,0209
1978	0,0208	0,0546	0,0347	0,1064	0,0235
1979	0,0290	0,0841	0,0352	0,1214	0,0145
1980	0,0248	0,0665	0,0477	0,0809	0,0094
1981	0,0214	0,0440	0,0473	0,0463	0,0212
1982	0,0370	0,0184	0,0419	0,0746	0,0275
1983	0,0254	0,0225	0,0374	0,0308	0,0339
Ener.	0,0211	0,0247	0,0360	0,0408	0,0287
Feb.	0,0338	0,0214	0,0314	0,0232	0,0257
Marz.	0,0362	0,0167	0,0298	0,0330	0,0226
Abr.	0,0380	0,0157	0,0281	0,0305	0,0212
May.	0,0632	0,0198	0,0566	0,0633	0,0247
Jun.	0,0589	0,0219	0,0654	0,0613	0,0273
Jul.	0,0740	0,0175	0,0587	0,0687	0,0348
Agos.	0,0468	0,0171	0,0519	0,2163	0,0337
Set.	0,0147	0,0173	0,04369	0,1799	0,0323
Oct.	0,0170	0,0128	0,03611	0,0755	0,0314
Nov.	0,0143	0,0136	0,02814	0,0719	0,0171
Dic.					

Fuente: Instituto Nac. de Estadísticas y Censos. Elaboración propia.

(1) Deflactado por el No Agropecuario, total Corregido. Municipalidad de Buenos Aires - Mercado de Abasto.

//

CUADRO No. 6 (Cont.)

PRECIOS MAYORISTAS EN MONEDA CONSTANTE

(\$a. de 1970/trn.) (*)

	ZANAHORIA (1)	ARVEJA FRESCA (1)	ARVEJA SECA (2)	LENTEJA (2)	GARBANZO (2)
Promedio 76/82	0,0265	0,0601	0,0370	0,0621	0,0615
1976	0,0190	0,0439	0,0306	0,0526	0,0455
1977	0,0255	0,0639	0,0289	0,0489	0,0860
1978	0,0228	0,0652	0,0361	0,0637	0,1079
1979	0,0371	0,0751	0,0349	0,0557	0,0985
1980	0,0287	0,0859	0,0188	0,0512	0,0461
1981	0,0351	0,0561	0,0277	0,0471	0,0220
1982	0,0174	0,0432	0,0818	0,0530	0,0398
1983	0,0217	0,0448	0,0554	0,0929	0,0510
Año 1983-Mensual					
Enero	0,0155	0,0538	0,0755	0,0995	0,0534
Febrero	0,0183	-	0,0772	0,1079	0,0526
Marzo	0,0224	-	0,0723	0,1020	0,0732
Abril	0,0265	-	0,0614	0,0919	0,0723
Mayo	0,0250	-	0,0640	0,1003	0,0755
Junio	0,0225	-	0,0643	0,1112	0,0842
Julio	0,0189	-	0,0640	0,1105	0,1012
Agosto	0,0195	-	0,0498	0,0824	0,0871
Setiemb.	0,0186	-	0,0407	0,0593	0,0713
Octubre	0,0235	-	0,0346	0,0464	0,0605
Noviemb.	0,0247	-	0,0304	0,0476	0,0578
Diciemb.	0,0253	0,0357	0,0310	0,0492	0,0548

(*) Deflactado por el IPMNAT (c).

(1) Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires - Mercado de Abasto.

(2) Bolsa de Cereales de Buenos Aires.

S.N.E. y S.R., Secretaría Agricultura.

//

//

CUADRO No. 7

PRECIOS MINORISTAS CONSTANTES DE CEBOLLA, TOMATE Y PAPA
(\$a. 1970/tn.) (1)

	CEBOLLA	TOMATE	PAPA
\bar{x} 1976/82	0,0420	0,1123	0,0308
1976	0,0238	0,1019	0,0401
1977	0,0409	0,1185	0,0192
1978	0,0555	0,1194	0,0338
1979	0,0454	0,1234	0,0364
1980	0,0530	0,1554	0,0346
1981	0,0454	0,1060	0,0208
1982	0,0305	0,0620	0,0308
1983			
Enero	0,0361	0,0505	0,0436
Febrero	0,0328	0,0587	0,0362
Marzo	0,0422	0,0427	0,0327
Abril	0,0521	0,0515	0,0304
Mayo	0,0468	0,0480	0,0286
Junio	0,0776	0,0712	0,0333
Julio	0,0682	0,0733	0,0343
Agosto	0,0922	0,0848	0,0427
Setiemb.	0,0666	0,0188	0,0434
Octubre	0,0293	0,0133	0,0436
Noviemb.	0,0266	0,0078	0,0503
Diciemb.	0,0239	0,0085	0,0230

(1) Deflactado por el índice de precios mayoristas no agropecuarios. Total corregido.
Elaboración propia.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos.

//

//

De la información se resalta:

- a) el comportamiento errático del precio de la cebolla hasta su caída en 1982 y luego recuperación en 1983 donde los meses de junio, julio y particularmente agosto registran los mayores precios;
- b) el tomate muestra cierta estabilidad en los precios minoristas hasta su descenso en 1982. En 1983 alcanza cierta recuperación en los meses de junio a agosto; y
- c) la papa presenta fluctuaciones en la evolución de sus precios, con una caída abrupta en 1977 y posterior recuperación hasta 1981. En 1983 los precios se muestran en recuperación.

En los gráficos 1 y 2 se presenta la evolución de los precios mayoristas y minoristas en valores constantes para la papa, poroto, ajo, cebolla y tomate.

La evolución de los precios de exportación (FOB en US\$/tonelada) permite verificar los siguientes hechos:

1. Incremento de los precios de exportación del ajo hasta 1982 y caída abrupta en lo que transcurre de 1983;
2. Disminución del precio FOB del tomate y del espárrago;
3. Incremento sostenido del precio de la arveja y descenso persistente del precio de garbanzos, lentejas y porotos; y
4. En los productos preparados (arvejas, tomates y espárragos) también se registra un descenso de los precios FOB.

1.9 Estacionalidad y calendario de algunos de los principales productos.

A continuación se presenta la información correspondiente a zonas productoras, época de cosecha y período de comercialización para la papa, cebolla y tomate:

Papa temprana

Provincias productoras: Tucumán, Formosa, Corrientes, Chaco, Jujuy y Salta

Epoca de cosecha: mediados de octubre a mediados de diciembre.

Comercialización: fines de octubre a fines de diciembre.

Papa semitemprana:

Provincias productoras: Córdoba, Mendoza, Santa Fe, Buenos Aires, Entre Ríos, Jujuy, Salta, San Juan, San Luis y Tucumán.

Epoca de cosecha: fines de noviembre a fines de enero.

Comercialización: fines de noviembre a fines de enero.

Papa semitardía:

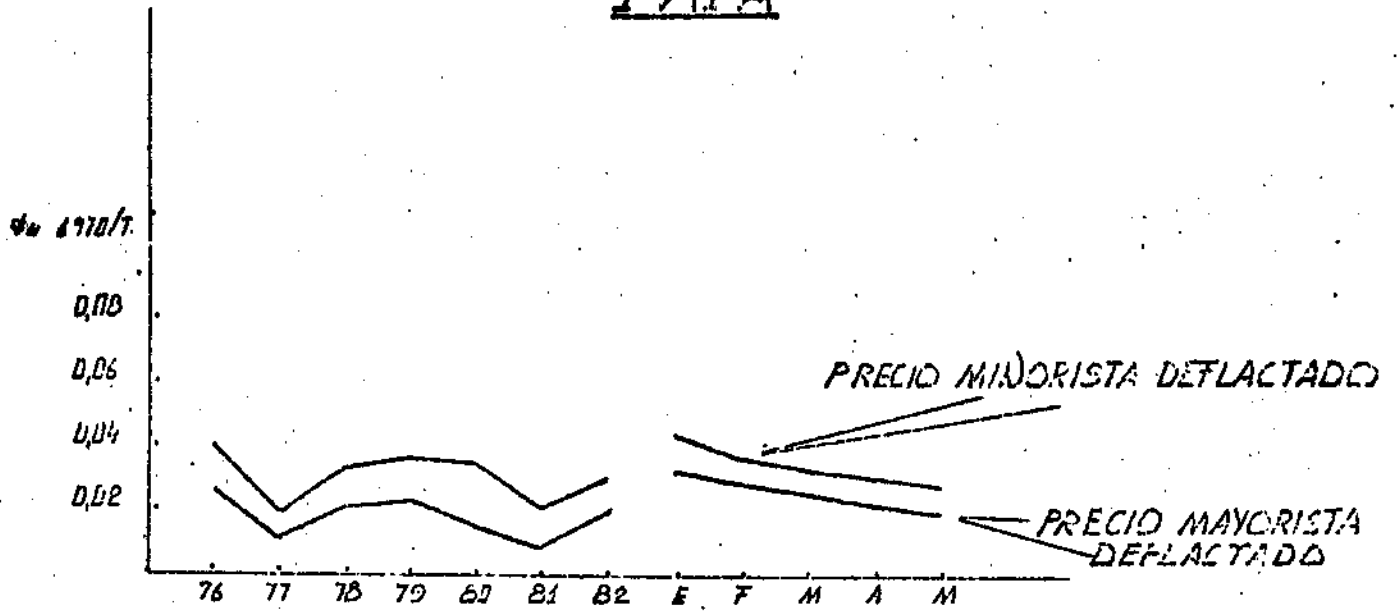
Provincias productoras: Zona sudeste de Buenos Aires, Mendoza, Catamarca, Chubut, Neuquén, Río Negro, San Juan, Santa Cruz y La Pampa.

//

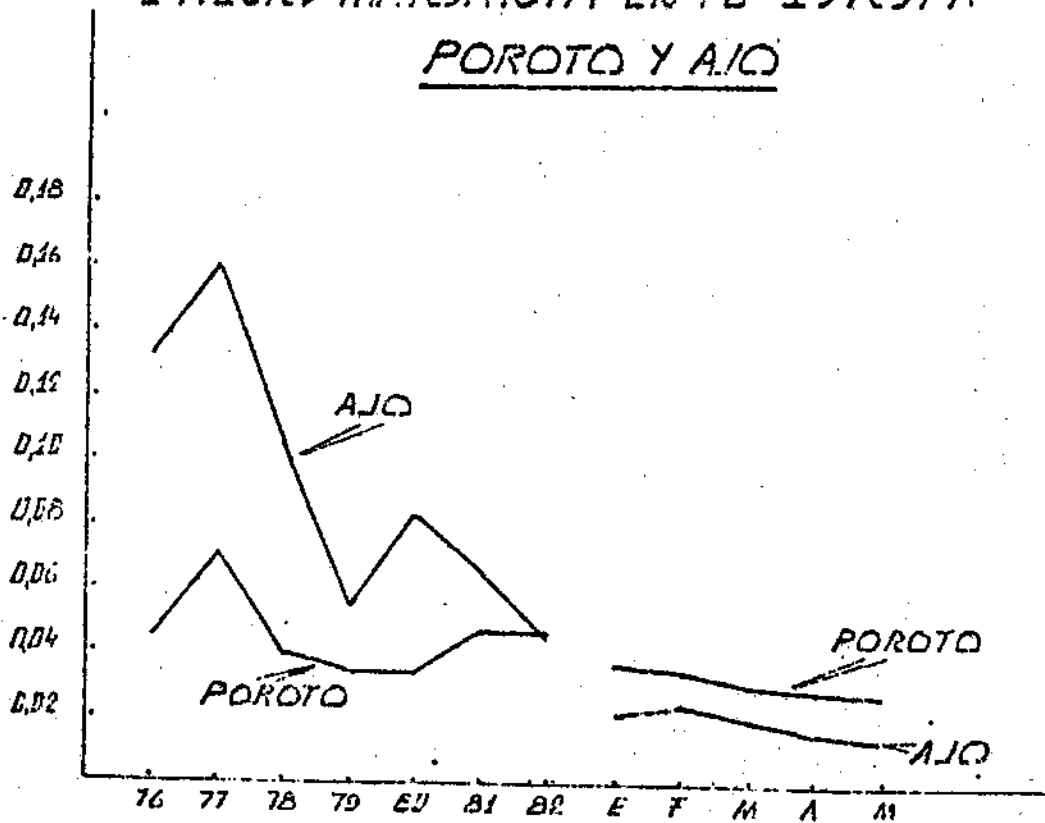
11

Gráfico no. 1

PRECIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS EN \$a 1970/T.
PAPA



PRECIO MAYORISTA EN \$a 1970/T.
POROTO Y AJO

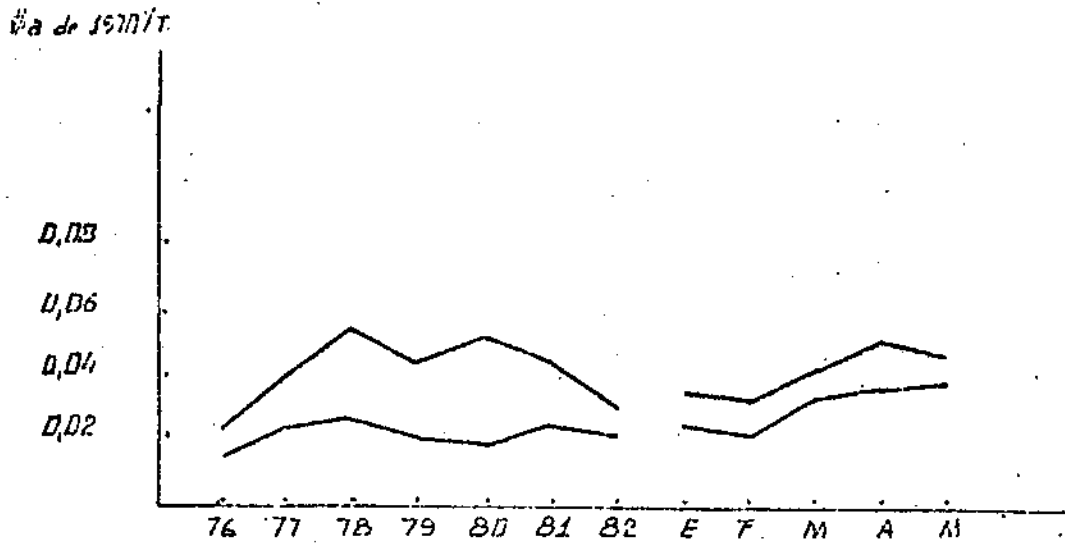


FUENTE: MEDICINALIDAD DE B.S. AS. MERCADO DE ABASTO E INDEC PRECIOS AL CONSUMIDOR

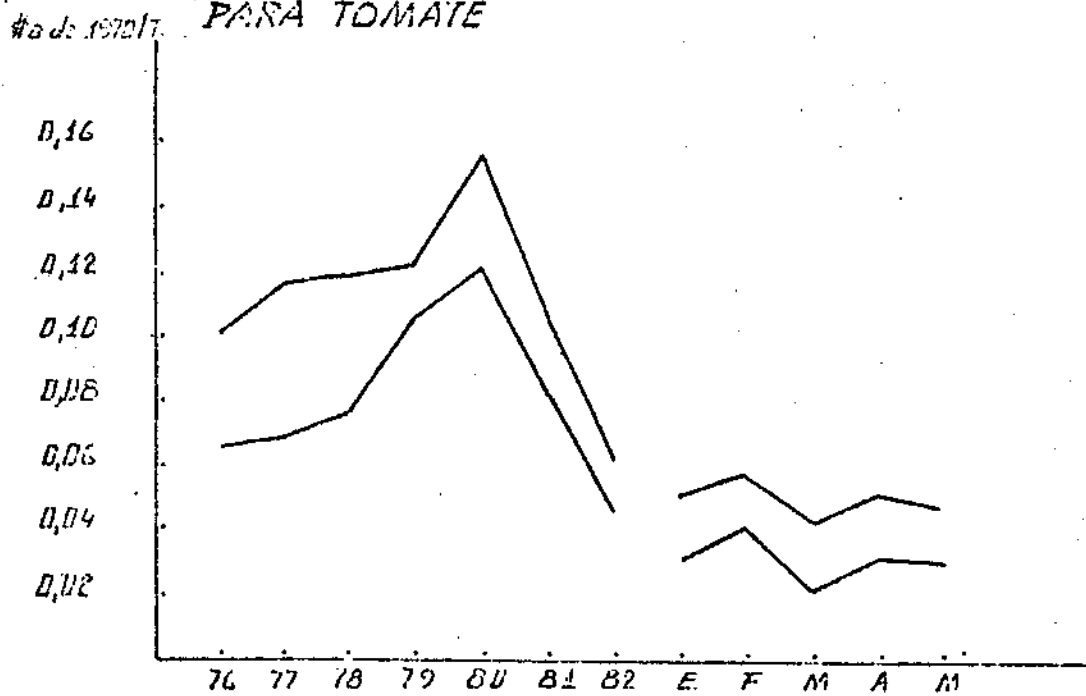
11

Gráfico no. 2

**PRECIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS EN \$a de 1970 (1)
PARA CEBOLLA**



**PRECIOS MAYORISTAS Y MINORISTAS EN \$a de 1970 (1)
PARA TOMATE**



(1) DEFLACTADO POR EL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
FUENTE: MUNICIPALIDAD DE BS. AS., MERCADO ABASTO E INDEC
PRECIOS AL CONSUMIDOR.

CUADRO No. 8

EVOLUCION DE LOS PRECIOS FOB

(En US\$/tonelada)

RUBROS	1979	1980	1981	1982	1983 (*)
PRODUCTOS FRESCOS					
Ajos	945,3	1.188,9	1.614,4	2.371,2	887,2
Tomates	-	-	319,5	236,4	60,0
Espárragos	-	-	750,0	500,0	-
PRODUCTOS SECOS					
Arvejas	348,2	396,8	350,3	569,5	630,8
Garbanzos	1.246,1	802,5	633,8	534,5	454,1
Lentejas	391,8	682,7	998,0	430,9	-
Porotos	421,0	530,3	508,5	384,3	268,3
PRODUCTOS PREPARADOS					
Arvejas	1.384,6	1.268,4	2.068,0	602,6	796,5
Espárragos	1.864,4	8.653,0	11.750,0	1.933,6	2.216,7
Tomates	644,0	990,0	1.979,0	820,6	502,2

(*) Acumulado enero-agosto

Fuente: INDEC

//

JcG

//

//

Epoca de cosecha: mediados de febrero a fines de junio.

Comercialización: mediados de febrero a fines de noviembre.

Papa tardía

Provincias productoras: Córdoba, Santa Fe, Tucumán, Buenos Aires y San Juan.

Epoca de cosecha: mediados de mayo a fines de junio.

Comercialización: principios de junio a principios de octubre.

Cebolla temprana

Provincias productoras: Catamarca, Corrientes, Chaco, Jujuy, La Rioja, Misiones, Salta, San Juan, Santiago del Estero y Tucumán.

Epoca de cosecha: setiembre a noviembre.

Comercialización: setiembre a noviembre.

Cebolla de época

Provincias productoras: Buenos Aires, Mendoza, San Juan, Catamarca, Córdoba, Chubut, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Luis, Santa Fe y Tucumán.

Epoca de cosecha: diciembre a fines de abril.

Comercialización: diciembre a agosto.

Tomate temprano

Provincias productoras: Salta, Jujuy, Corrientes, Formosa y Misiones.

Epoca de cosecha: de mayo a setiembre (la mayor parte).

Comercialización: de mayo a octubre.

Tomate de época

Provincias productoras: Mendoza, Río Negro, Santiago del Estero, San Juan, Buenos Aires, Catamarca, Córdoba, La Pampa, La Rioja, Misiones, Neuquén, Salta, San Luis, Santa Fe, Tucumán, Jujuy, Chaco y Chubut.

Epoca de cosecha: de noviembre a mayo (la mayor parte).

Comercialización: de noviembre a mayo (la mayor parte).

1.10 Insumos

De acuerdo a la tecnología media usada en el cultivo de legumbres y hortalizas los fertilizantes y plaguicidas más frecuentemente utilizados y las dosis aplicadas son:

Porotos

- a) Plaguicidas: Dimetoato (insecticida) 250 cc/ha.
metomil (insecticida) 240 g/ha.

//

//

b) Fertilizantes: no se usan

Tomate

a) Plaguicidas: Eudosulfan (insecticida) 1 kg./há.
Paratión 50% (insecticida) 0,5 l/há.
Zineb (funguicida) 3kg./há.

b) Fertilizantes: Compuesto (ej. 15-15-15) 200-300 kg./há.
o sulfato de amonio 200-300 kg./há.

Papa

a) Plaguicidas: Eudosulfan (insecticidas) 4 aplicaciones de 0,75 l/ha. (c/u).
maneb (funguicida) 9 aplicaciones de 2,5 kg./há (c/u).

b) Fertilizantes: Fosfato di amónico 150-300 kg./há.

Ajo

a) Plaguicidas: Paratión 50% 800 cc/há.
Metildemetón (metasystox) 1 L./há.

b) Fertilizantes: Compuestos 200-300 kg./há.
o sulfato de amonio 200-300 kg./há.

Cebolla

a) Plaguicidas: Linurón (herbicida) 2 kg./há.
Paratión 50% 800 cc/há.

b) Fertilizantes: Sulfato de Amonio 200-300 kg./há.
o Compuestos 200-300 kg./há.

1.11 La industrialización de legumbres y hortalizas

Los principales productos que sufren transformación industrial en el sector legumbres y hortalizas son por orden de importancia: el tomate, arveja, cebolla, ajo y espárragos.

1.11.1 Tomate

El tomate se destaca netamente, existiendo zonas productoras dedicadas al cultivo con destino industrial.

Santiago del Estero destina alrededor del 50 por ciento (81.000 toneladas) de su producción total al producto para la industria del enlatado. La producción es de buena calidad y existen aproximadamente unos 12 establecimientos industrializadores en dicha provincia.

Mendoza destina a la industrialización 52.400 toneladas y San Juan el 80 por ciento de su producción, más 20.600 toneladas de tomate promedialmente. La producción es también de buena calidad.

mas

//

//

La Provincia de Río Negro se especializa en la producción de tomate, industrializando, disponiendo de 23 plantas elaboradoras con una capacidad de procesamiento superior a las 100.000 toneladas anuales. El tomate Platense constituye entre el 75 y el 80 por ciento, mientras el Perita aporta el resto de lo industrializado.

La variedad tipo Platense se utiliza para la elaboración de concentrados, salsas y triturados, mientras que las variedades tipo Perita se destinan a la obtención de tomates pelados al natural. Río Negro es la principal abastecedora de concentrados a nivel nacional, con un 70 por ciento del total elaborado. Por su parte la producción de tomates pelados al natural representa entre el 15 y el 20 por ciento de la oferta nacional.

La producción de Mendoza y San Juan corresponde al llamado tomate tardío el cual se orienta en su mayor parte a la industrialización y en un 90 por ciento corresponde a la variedad Perita.

La Provincia de Río Negro aparece como la más dinámica, cuenta con una buena infraestructura industrial, posibilidades de ampliar la superficie de cultivo y la alternativa de vender tomate fresco por su facilidad de acceso a los grandes centros consumidores como Buenos Aires y Bahía Blanca.

Santiago del Estero muestra cierta debilidad de su estructura agroindustrial ya que si bien entra al mercado con el producto antes que Mendoza y Río Negro, su actividad industrial se reduce a 90 días por año con la consiguiente carga de costos fijos en los costos de producción por unidad. Por ello debe pagar precios mucho menores a los del mercado de fresco y por tanto sufre inestabilidad de abastecimiento ya que los productores ante mejores precios desvían la producción al mercado de fresco.

La Provincia de San Juan viene expandiendo su incipiente industria en detrimento de la producción de fresco.

En el cuadro no. 9 se puede observar la oferta-demanda de tomate de acuerdo a sus principales destinos hasta el año 1979. La demanda industrial se sitúa próxima al 48 por ciento de la oferta total interna de tomate en el último año y su evolución en el período no se aparta de importantes valores de participación siempre similares al consumo en fresco.

En cuanto a la localización de la demanda del producto industrializado, el cuadro no. 10 ilustra respecto a su distribución.

//

CUADRO No. 9

CUADRO DE OFERTA - DEMANDA DE TOMATE EN SUS PRINCIPALES DESTINOS

(En toneladas)

Año	Oferta total(1) Interna	Exportación(2)	Importación(3)	Oferta fresca interno 4=1-2+3	Demanda Industrial (5)	Consumo fresco interno (6)	
1965	470.900	(X)	(X)	470.900	250.400	220.500	47
1966	316.700	(X)	(X)	316.700	132.700	184.000	58
1967	356.700	12.600	(X)	344.100	167.800	176.300	51
1968	322.500	7.500	(X)	315.000	147.200	167.800	53
1969	386.700	(X)	(X)	386.700	185.800	200.900	57
1970	422.800	(X)	(X)	422.800	245.000	177.800	42
1971	479.500	(X)	(X)	479.500	232.600	246.900	52
1972	594.600	(X)	(X)	594.600	282.200	312.400	53
1973	613.800	(X)	(X)	613.800	300.700	313.100	51
1974	734.100	(X)	(X)	734.100	394.100	360.000	49
1975	691.200	(X)	(X)	691.200	334.000	357.200	52
1976	610.600	(X)	(X)	610.600	312.700	297.900	49
1977	642.700	(X)	(X)	642.700	326.500	316.500	49
1978	640.000	5.400	(X)	634.600	310.000	324.600	51
1979	598.600	(X)	4.698	593.902	286.000	307.902	52

Fuente: Elaboración propia con datos de: (1) Secretaría de Agricultura y Ganadería. Correg. Cámara de la Fruta Industrializada de Mendoza. (2) y (3) INDE. (4) C.F.I.M.; Dpto. Química Provincia Río Negro; y empresas del sector.

//

CUADRO No. 10LOCALIZACION DE LA DEMANDA DE
TOMATE INDUSTRIALIZADO

AREA	DEMANDAS en %
Capital Federal y Gran Buenos Aires	55
Córdoba	9
Rosario y Santa Fe	12
Tucumán, Salta y Jujuy	5
San Juan y Mendoza	5
Bahía Blanca y zona de influencia	6
Resto	8
	<u>100</u>

Fuente: Estudio Integral de la Industria.

//

//

Para caracterizar el mercado del tomate, se han seleccionado dos productos industrializados, por ser los más representativos, dentro de la amplia gama de productos posible de obtener, a partir de la industrialización del mismo. Estos son:

- Tomates al natural; y
- Extracto de tomates.

Los mismos han representado para 1979 más del 85 por ciento del total industrializado. Ambos productos enfrentan una demanda final, constituida por casas de comida, familias e instituciones (Colegios, Fuerzas Armadas, etc.).

Tanto la demanda del tomate al natural como del extracto de tomate presentan una baja estacionalidad, si bien se observa un mayor consumo durante el invierno.

La demanda de ambos productos reconoce una aceptación de los mismos en los hábitos de consumo de la población, no meramente como sustitutos del producto en fresco sino a partir de una decisión selectiva que valoriza el menor esfuerzo culinario que su utilización implica. Esta aseveración resulta en general válida para nuestra población si bien pueden observarse diferentes grados de aceptación de acuerdo al estrato socio-económico que se considere. En aquellos de mayores ingresos en los que la participación de la mujer en la fuerza de trabajo activa es menor o cuenta con el auxilio de personal doméstico la preferencia por el producto en fresco puede ser mayor. Un similar grado de respuesta puede observar-se en los grupos familiares más tradicionales que valorizan en mayor medida el consumo en fresco, y observan con respecto a la actividad culinaria una concepción casi ritual.

De los dos productos, el tomate natural es el que presenta una mayor penetración en el mercado. Más del 90 por ciento de la población es consumidora, con distintas frecuencias, de este producto. Con respecto al extracto de tomate, su penetración en los hábitos de compra de la población se ubica en, aproximadamente, un 60 por ciento.

La localización del consumo de estos productos es similar. Capital Federal y Gran Buenos Aires concentra el 50 por ciento de la demanda nacional. Incide en este elevado porcentaje el reabasteci miento que realiza esta zona a otras localidades del interior del país.

Tal como puede apreciarse en el Cuadro no. 11, Rosario, Santa Fe y Entre Ríos concentran un 18 por ciento de la demanda nacional. Córdoba, centro a partir del cual se abastecen localidades de la zona centro, participa con el 10 por ciento. Tucumán y Bahía Blanca, centros abastecedores de localidades del noroeste y sur del país, respectivamente, concentran, cada una un 5 por ciento de la demanda nacional.

//

//

CUADRO No. 11TOMATE AL NATURAL Y EXTRACTO,
LOCALIZACION DE LA DEMANDA

ZONA O PROVINCIA	PORCENTAJE
Area Metropolitana - Capital y Gran Buenos Aires	50%
Rosario - Santa Fe - Entre Ríos	18%
Córdoba (1)	10%
Mendoza - San Juan	6%
Tucumán (2)	5%
Bahía Blanca (3)	5%
Otras zonas	6%

(1) Abastece zona centro

(2) Abastece región noroeste

(3) Abastece región sur del país

Fuente: "Alternativas ..." op. cit. elaborado en base a encuesta industrial.

//

//

El análisis del consumo aparente ha sido efectuado para la totalidad de productos industrializados a partir del tomate, atendiendo al nivel de agregación que presentan las estadísticas de comercio exterior publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. La evolución del consumo aparente durante el decenio 1970-79 muestra una tendencia creciente hasta 1973 donde alcanza un máximo que supera las 175.000 toneladas. En 1974 presenta una significativa reducción provocada por el inusualmente alto volumen de exportaciones (más de 53.000 toneladas).

En 1977 se produce una fuertísima reducción en el consumo aparente interno motivada en una reducción del 47 por ciento en el nivel de producción nacional. Este continuará descendiendo hasta alcanzar su nivel mínimo en 1979 con prácticamente 40.000 toneladas. Esta excepcional reducción no provoca un similar comportamiento en el consumo interno aparente -que se recupera con respecto a los dos años previos- por la brusca reducción de las exportaciones y el muy fuerte incremento de las importaciones (más de 58.000 toneladas). Para este año las importaciones exhiben una participación sustancialmente mayor a la producción nacional en el abastecimiento del mercado interno.

El cuadro no. 12, registra el consumo aparente del tomate industrializado.

Se ha destacado la fuerte reducción en el consumo aparente que se produce en 1977. Tanto el "tomate al natural" como el "extracto de tomate" presentan para dicho año los menores precios en términos constantes. Lo expuesto pone de manifiesto que el comportamiento señalado no puede ser explicado en función de la variable precio sino en relación con bruscas modificaciones en la distribución del ingreso.

La determinación de una serie de precios mayoristas de "tomate al natural" y "extracto de tomate" fue efectuada a partir de información publicada por la Cooperativa de Almaceneros (COPAL). Con el objeto de asegurar la consistencia de la misma, la recopilación de información fue efectuada a partir de precios de empresas nacionales de primera línea. Este criterio, si bien permitió otorgar consistencia a las series elaboradas, no permitió incorporar el precio de los productos importados que, en 1979 se revelan como los mayores absorbiendo la mayoritaria porción del mercado nacional que absorben. Por otra parte, el mayor precio en términos reales de estos productos explica también la fuerte reducción de la producción nacional como respuesta a una demanda que se orienta, en función del precio, hacia el producto importado.

Por último, cabe destacar, que si bien las consideraciones expuestas se fundamentan sobre información referida al tomate industrializado total, la determinante participación que en el mismo detentan los productos bajo análisis, permite asignarles las conclusiones extraídas.

El cuadro no. 13, registra el consumo aparente y los precios del tomate industrializado para el período 1974-1979.

mas

//

//

CUADRO No. 12

TOMATE. CONSUMO APARENTE DEL PRODUCTO INDUSTRIALIZADO

Años	Producción	Exportaciones	Importaciones (1)	Consumo Aparente
1970	118.512	136	711	119.087
1971	120.406	9	340	120.737
1972	145.056	282	126	142.900
1973	186.437	11.240	-	175.197
1974	174.399	53.492	0,5	120.908
1975	132.178	874	15	131.319
1976	150.452	7.104	8	143.356
1977	79.303	6.852	6	72.457
1978	77.826	15.161	114	62.779
1979	39.208	1.576	58.751	96.583

(1) Incluye legumbres y hortalizas preparadas o conservadas sin vina gre ni ácido acético.

Fuente: "Alternativas ..." op.cit. elaborado en base a datos de la D.G.I.I. e INDEC.

//

//

CUADRO No. 13TOMATE INDUSTRIALIZADO. CONSUMO APARENTE Y PRECIOS

Año	Consumo Aparente (Tns)	TOMATE AL NATURAL		EXTRACTO DE TOMATE	
		Precios Corrientes	Precios Constantes (1)	Precios Corrientes	Precios Constantes (1)
1974	120.908	1,57	1,57	1,65	1,65
1975	131.319	5,55	1,90	3,65	1,25
1976	143.356	39,50	2,25	35,60	2,03
1977	72.457	65,00	1,49	46,10	1,05
1978	62.779	210,00	1,95	150,00	1,40
1979	96.383	690,00	2,57	390,00	1,46

(1) Deflacionado por P.M.N.G. 1974 = 100

Fuente: "Alternativas ..." op.cit, elaborado en base a datos de INDEC, D.G.I.I. y COPAL.

//

//

1.11.2 Cebolla

En cuanto a la cebolla la industrialización muestra una importancia muy relativa con relación al consumo directo.

Los destinos de la cebolla en la industria alimenticia son el deshidratado, la fabricación de pickles y la utilización en salsas y condimentos.

La demanda industrial aun cuando sólo representa el 2 por ciento del total ha mostrado un comportamiento dinámico en las últimas dos décadas.

Ninguna de las formas principales de industrialización constituyen un buen sustituto del producto fresco. Si lo es el producto congelado que hasta el presente no tiene gran aceptación en el mercado interno.

En el cuadro no. 14 se presenta la oferta total y principales sectores de la demanda. Como puede verse la demanda industrial desde el pico de 1974 con un 2,9 por ciento, ha caído para situarse en niveles mínimos en 1978.

La composición de la demanda industrial se presenta en el cuadro no. 15, donde puede observarse la importancia de dos rubros, el deshidratado y la fabricación de pickles.

La localización de la demanda industrial resalta la importancia de Mendoza donde se concentra la totalidad de la industria dedicada a la deshidratación y la mayoría de la orientada a la elaboración de salsas y condimentos.

En la fabricación de pickles adquiere importancia la Provincia de San Juan.

1.11.3 Ajo

En los últimos años Argentina ha exportado hortalizas desecadas, ajos y otros, por valores superiores a los US\$ 2 millones de dólares hasta 1981 para luego situarse en torno al millón de dólares.

La demanda industrial de ajo en el país está poco desarrollada no disponiéndose de estadísticas respecto al volumen industrializado.

La industria del deshidratado de origen reciente se encuentra en un grado incipiente de desarrollo.

La producción de ajo fresco luego de un pico máximo que alcanzó a 95.000 toneladas por la siembra de 18.800 hectáreas en 1979/80 se redujo a 37.700 toneladas en 1981/82 para mostrar cierta recuperación en 1982/83 con 48.100 toneladas generadas en 8.600 hectáreas de cultivo.

//

CUADRO No. 14

CEBOLLA - OFERTA TOTAL Y PRINCIPALES SECTORES DE DEMANDA
(En toneladas)

Año	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Total	Demanda en fresco	Demanda Industrial	%
1965	206.800	182	160	206.822	206.389	433	0,2
1966	208.900	23	2.696	206.277	205.036	1.241	0,6
1967	197.000	1.252	1.450	196.802	196.166	636	0,3
1968	217.000	69	6.486	210.583	208.410	2.173	1,0
1969	224.000	14	1.251	222.763	219.499	3.264	1,5
1970	212.700	52	1.437	211.315	206.728	4.587	2,2
1971	208.300	44	3.512	200.332	196.450	3.882	1,9
1972	228.000	73	9.269	218.804	219.228	5.021	2,2
1973	232.300	(x)	16.597	215.703	210.303	5.400	2,5
1974	285.600	(x)	12.555	273.045	265.011	8.034	2,9
1975	331.000	(x)	464	330.536	324.558	6.978	2,1
1976	288.200	(x)	4.190	285.510	279.556	5.954	2,1
1977	250.000	(x)	4.424	245.576	241.668	3.908	1,6
1978	263.600	(x)	13.839	249.761	248.982	779	0,3
1979	290.000	70,8	2.967	287.104	s/d	s/d	

Fuente: Sec. de Agricultura y Ganadería - Sec. de Desarrollo Industrial - Instituto de Estadísticas y Censos.

s/d: Datos sin discriminar.

CUADRO No. 15

COMPOSICION DE LA DEMANDA INDUSTRIAL DE CEBOLLA EN SUS PRINCIPALES RUBROS

(En toneladas)

PRODUCTO	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
Al natural	-	-	18	20,4	19	-	-	-	-
Deshidratada	278	269	314	379,0	931	2.653	309	267	32
Pickles	219	46	79	114,0	283	319	830	217	73
Salsas	-	158	1.849	-	-	1.858	717	325	413
Condimentos	1	-	-	10,4	-	-	-	-	-
Total Producción (1)	488	473	2.260	524	1.283	4.837	1.856	809	518

(1) Medida en cantidad de producto terminado.

Fuente: Secretaría de Desarrollo Industrial.

//

La primera Provincia productora es Mendoza con el 50,3 por ciento de la producción en 1982/83 y le siguen en importancia Buenos Aires, Córdoba y San Juan.

1.11.4 Arveja fresca

La principal Provincia productora es Buenos Aires que aporta el 50 por ciento de la oferta de arveja fresca y le sigue Santa Fe con el 17 por ciento de la oferta nacional.

La industria absorbe alrededor del 85-90 por ciento de la oferta total para la producción, principalmente de arvejas al natural, modalidad de consumo que ha desplazado al directo en las ciudades.

El área sembrada ha descendido en forma permanente desde 1978/79 a 1982/83, evolucionando de 17.000 hectáreas a 9.200 hectáreas el último año. La producción se situó en el año 1982/83 en 28.700 toneladas.

1.11.5 Espárrago

La Provincia de Santa Fe es la principal productora con el 86 por ciento de la producción nacional.

La demanda principal, si bien no se dispone de estadísticas, radica seguramente en la industria siendo muy escasos los volúmenes destinados a exportación y consumo directo.

//

//

CAPITULO IIABASTECIMIENTO Y COMERCIALIZACION DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS1. Sistemas principales de abastecimiento y comercialización

Es propósito del presente estudio describir los sistemas de abastecimiento y comercialización que caracterizan el funcionamiento de los circuitos de realización de la producción uniendo al productor y el consumidor a través del trayecto que recorre el producto.

1.1 Aspectos generales de la comercialización en el área metropolitana

Dada la importancia del área metropolitana como gran centro comercializador y de consumo se entiende que su consideración constituye un factor determinante para comprender el sistema de abastecimiento y la comercialización de los productos.

El circuito que une la producción y la comercialización de productos frutihortícolas se caracteriza por la existencia de una compleja trama instrumentada en el tiempo, de acuerdo a los intereses de los operadores del sistema que mantienen mejores posiciones relativas.

La falta de una legislación coherente, que fije las reglas de juego, contribuyó a consolidar una estructura distorsionada, entendiéndose por tal el privilegio de un criterio de rentabilidad individual de ciertos grupos en detrimento de la economía global del sistema y de la rentabilidad social del mismo.

Debido a las condiciones ecológicas y climáticas del territorio, la producción se halla expandida en toda su extensión. Si bien existen núcleos importantes de concentración de un determinado producto, la formación de un stock integrado por la más amplia variedad de especies posibles impone la participación de todas las zonas productoras del país en el abastecimiento del área metropolitana.

En lo que hace al sector productor, pueden distinguirse dos grupos de explotaciones cuyos comportamientos y posibilidades difieren significativamente.

Uno constituido por grandes empresas generalmente integradas hasta el nivel mayorista. El otro el de pequeños y medianos productores no integrados al proceso comercial cuyas utilidades no alcanzan para mantener una adecuada tasa de capitalización. Este numeroso grupo se caracteriza por:

- a) Inexistencia de criterio empresario;
- b) Ausencia de agrupamiento con fines comerciales;
- c) Escaso poder de negociación por falta de alternativas comerciales y reducidos volúmenes;
- d) Carencia de un sistema de información que le permita valorar adecuadamente sus productos;

//

- //
- e) Falta de posibilidad de una oferta continua; y
 - f) Distancia de la plaza comercializadora.

Por lo tanto, este amplio grupo tiene una marcada dependencia de los productores/acopiadores, acopiadores y mayoristas que participan en la introducción de los productos en el área metropolitana y que, en general, son propietarios de infraestructura en zonas de producción y/o comercialización, de envases, y que tienen marcado manejo de los servicios de transporte (propio o de terceros).

La estructura de la introducción en el área metropolitana está constituida por una oferta concentrada en un número relativamente reducido de operadores. Esta característica de la oferta, contrapuesta a una demanda minorista atomizada, y teniendo en cuenta la perecibilidad de los productos que exigen una rápida comercialización, explica el desarrollo de un amplio sector de compra-venta intermedia (reventa) que constituye el nexo entre la introducción concentrada y la demanda atomizada.

En lo que respecta a la formación de precios resulta importante destacar que prácticamente toda la mercadería se introduce al área sin precio; el precio se forma en la plaza de Buenos Aires de acuerdo a las condiciones de la oferta y la demanda y debido a la existencia de una cadena de pago diferido desde la producción hasta el minorista hace del productor un eslabón más vulnerable de la misma y el que en definitiva asume la mayor parte del riesgo.

1.1.1 Costo de la intermediación

En un estudio de la Comisión de Mercados de Interés Nacional de la Confederación Intercooperativa Agropecuaria Coop. Ltda. (CONINAGRO) se revela que la intermediación excesiva e irracional de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires es la responsable del encarecimiento de los productos frutihortícolas, que los productores se esfuerzan por comercializar con la protección de sus costos primarios y garantías de obtención de una rentabilidad final justa.

Como se puede observar de la información consignada en el cuadro no. 16 surgen las siguientes conclusiones:

- a) El margen de comercialización global frutihortícola entre la primera venta mayorista hasta el público alcanza en promedio al 70,13 por ciento.
- b) Este margen global se compone de un 90,55 por ciento para horticultura y el 54,9 por ciento para fruticultura.

1.2 La comercialización de la papa

Por ser el principal producto en cuanto a volumen y valor bruto de la producción se ha entendido importante describir su sistema de comercialización, teniendo en consideración particularmente la producción del sudeste (Provincia de Buenos Aires) cuya oferta constituye entre el 63 y el 75 por ciento de la producción nacional.

//

CUADRO No. 16MONTO DE LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS FRUTIHORTICOLAS A NIVEL
MAYORISTAS Y MINORISTAS EN CAPITAL FEDERAL Y GRAN BUENOS AIRES

<u>Conceptos</u>	<u>A nivel mayorista</u>	<u>Al público minorista</u>	<u>Diferencias</u>	
			<u>Absoluta</u>	<u>Relativa</u> %
<u>Producción frutihortícola</u>				
Miles de mill. de \$	22.151,01	37.685,58	15.534,57	70,13
Miles de U\$s	1.893,256	3.220,989	1.327,743	
<u>Producción Hortícola</u>				
Miles de mill. de \$	9.449,08	18.005,71	8.556,63	90,55
Miles de U\$s	.807,614	1.538,949	731,335	
<u>Producción Frutícola</u>				
Miles de mill. de \$	12.701,9	19.679,87	6.997,97	54,90
Miles de U\$s	1.085,632	1.682,040	596,408	

FUENTE: CONINAGRO.

//

//

La importancia de la región sudeste dentro de la producción nacional de papa radica no sólo en que aporta a la misma entre el 65 y el 75 por ciento, sino también en que debido a las condiciones climáticas que le posibilitan realizar almacenamiento a campo, el mismo puede abarcar desde febrero a octubre aproximadamente.

Es de destacar que el productor papero del sudeste ha adoptado con relativa rapidez la tecnología que se fue incorporando a la actividad, lo que implicó que a pesar de haber disminuido notablemente la superficie plantada, los incrementos obtenidos en los rendimientos mantuvieron prácticamente constante la producción.

El destino de la producción del sudeste es fundamentalmente el mercado interno dada la irrelevancia de la exportación. Dentro del mercado interno, la papa en su mayor parte es consumida en estado fresco siguiéndole en orden de importancia la que se destina como semilla para las restantes zonas productoras del país y para el sudeste.

El acopio de papa se caracteriza por no realizarse reunión física del producto en un lugar específico, sino que el producto se maneja directamente entre la chacra y el destino, siendo entonces el acopiador un intermediario que interviene en el cambio de propiedad del producto entre el productor y otros niveles de dispersión más próximos al consumo.

El transporte de la producción se efectúa fundamentalmente a través de camiones de la zona y de otras regiones del país. La existencia de escaz de unidades de transporte y el estado relativamente bueno de los caminos del área, determinan que el cumplimiento de esta función no genere conflictos.

Dentro del grupo de productores, los participantes más importantes son el productor integrado y el productor independiente. Este último aporta a nivel producción, aproximadamente el 20 por ciento, canalizando la midad de este por ciento a través de intermediarios. En tanto que el productor integrado, participa en un 65 por ciento en la etapa de producción e introduce en el mercado interno y externo, el 41 por ciento.

Se han detectado como intermediarios, el acopiador integrado, el acopiador camionero y el consignatario. El acopiador integrado maneja en el nivel acopio algo más del 9 por ciento, teniendo prácticamente la misma participación en la introducción mayorista. El acopiador camionero, participante que sólo cumple con la función acopio aporta aproximadamente el 9 por ciento. El consignatario a diferencia de las dos figuras anteriores no se hace de la propiedad del producto, pero su intervención en el proceso de comercialización es relevante.

En el nivel de primera introducción mayorista debe destacarse la participación de los mayoristas introductores quienes manejan aproximadamente el 28 por ciento. Cabe mencionar además que se canaliza cerca del 50 por ciento a través de los mercados de concentración, siendo los remitentes del producto los productores integrados, productores cooperativizados y acopiadores integrados.

Se han detectado como relevantes el mercado de primera venta o "de venta en chacra" y dentro del mercado de tercera venta o "de primera introducción mayorista" lo transaccionado en los mercados nacionales de papas de Capital Federal y Gran Buenos Aires (Casa Amarilla, Bullrich, Caseros, Florida y Haedo).

vf

//

//

Si bien no se han observado problemas graves en la estructura del mercado, pueden establecerse interesantes conclusiones al respecto.

El poder de negociación de las firmas estaría vinculado más bien con el volumen manejado (concentración) que con la integración, dado que no se observa que las empresas integradas aumenten su participación relativa en el volumen manejado a medida que se avanza en el proceso de comercialización.

Con respecto a la concentración, en el mercado de primera venta la oferta es atomizada mientras que la demanda tiene un grado de concentración moderadamente alto. El poder que deberían ejercer las firmas demandantes se ve atenuado especialmente por la información que dispone el productor sobre volumen y precio de las transacciones que tienen lugar en los mercados nacionales de papas de Capital Federal y Gran Buenos Aires, por el acceso relativamente fácil que tiene el productor a los centros de distribución del producto y por la inexistencia de graves dificultades para que una empresa pueda formar parte de la demanda.

En cuanto a la transparencia del mercado, puede considerarse que los participantes del proceso de comercialización poseen información oportuna sobre volúmenes transaccionados y precios obtenidos en los mercados nacionales de papas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. Pero no todos los intervinientes disponen de información acerca de la evolución de las diferentes zonas productoras, como de cantidad vendida y precios logrados en los mercados de concentración que no sean los mercados nacionales anteriormente mencionados.

En el mercado de primera venta no se han detectado barreras a la entrada de nuevas firmas impuestas por las empresas ya establecidas. Las únicas limitaciones al ingreso de participantes son de carácter financiero o provienen del conocimiento de la actividad y del medio.

En la conducta de los participantes en el mercado se han analizado las modalidades de compra-venta y las relaciones entre empresas competidoras.

Las modalidades de compra-venta más usuales son: "al levantar del rastrero", "puesta sobre camión" y "puesta en destino". Siendo utilizadas las dos primeras para las transacciones que se llevan a cabo en el mercado de primera venta y la tercera para las operaciones en el mercado de tercera venta. Además en este último adquiere importancia la transferencia sin cambio de propiedad del producto, materializada a través de la figura del comisario.

No se observa una actuación colusiva en los oferentes ni en los demandantes del mercado de primera venta; siendo válida esta consideración también para los oferentes de los mercados nacionales de papas de Capital Federal y Gran Buenos Aires. El precio que se forma en estos recintos es tomado como orientativo por todos los participantes que actúan en el mercado "de venta en chacra".

1.3 La comercialización del poroto seco

En este punto se presentan las características del mercado nacional e internacional del poroto seco. Conviene desde un principio señalar que los volúmenes comercializados internacionalmente de poroto seco son reducidos en comparación con los de otros productos agrícolas, lo cual definen al mercado de este producto, de una manera muy especial.

v'

//

//

1.3.1 Mercado nacional

El mercado nacional de poroto seco está estructurado en cuanto a los elementos que lo componen como en lo que hace a su dinámica en función de la exportación.

De acuerdo a lo que se ha visto en los puntos anteriores la producción de poroto seco es un cultivo relativamente nuevo en nuestro país y que se desarrolló y expandió de manera acelerada acompañando una demanda externa creciente y rentable para los productores. Siguiendo a este proceso aparecieron canales de comercialización que independientemente de otras consideraciones, que se irán señalando oportunamente, fueron capaces de colocar el total de la producción argentina en el exterior.

1.3.1.1 Circuitos comerciales. Participantes

Puede decirse que distintos aspectos del contexto productivo participan en la definición de un circuito comercial y en su evolución.

En el caso de la producción de poroto ésta se desarrolla históricamente en primer término en las Provincias del Noroeste y especialmente en Salta (en 1976-1977 aporta más del 83 por ciento de la producción nacional).

El gráfico no. 1 muestra el circuito actual de comercialización de poroto para exportación.

Los exportadores manejan el 100 por ciento de la producción al retirarse la Cooperativa de Rosario de la frontera del mercado. Esta en 1980 comercializó sólo 4.000 toneladas y las posibilidades de actuación en la presente campaña está condicionada al apoyo financiero por parte de la Provincia de Salta que hasta el momento no se ha efectivizado.

Los exportadores siguen canalizando el poroto de los grandes productores -con nuevas particularidades que veremos en el punto siguiente- y han agregado el de los pequeños y medianos productores.

Los acopiadores han ampliado su participación, sustituyendo en parte a la cooperativa, pues como veremos más adelante, un número importante de productores están cumpliendo funciones comerciales.

Ha aparecido una figura nueva en el sistema de comercialización, el comisionista (broker) que participa de una manera importante en la exportación, alrededor del 30 por ciento de las exportaciones totales del país.

1.3.1.2 Entidades comerciales. Funciones

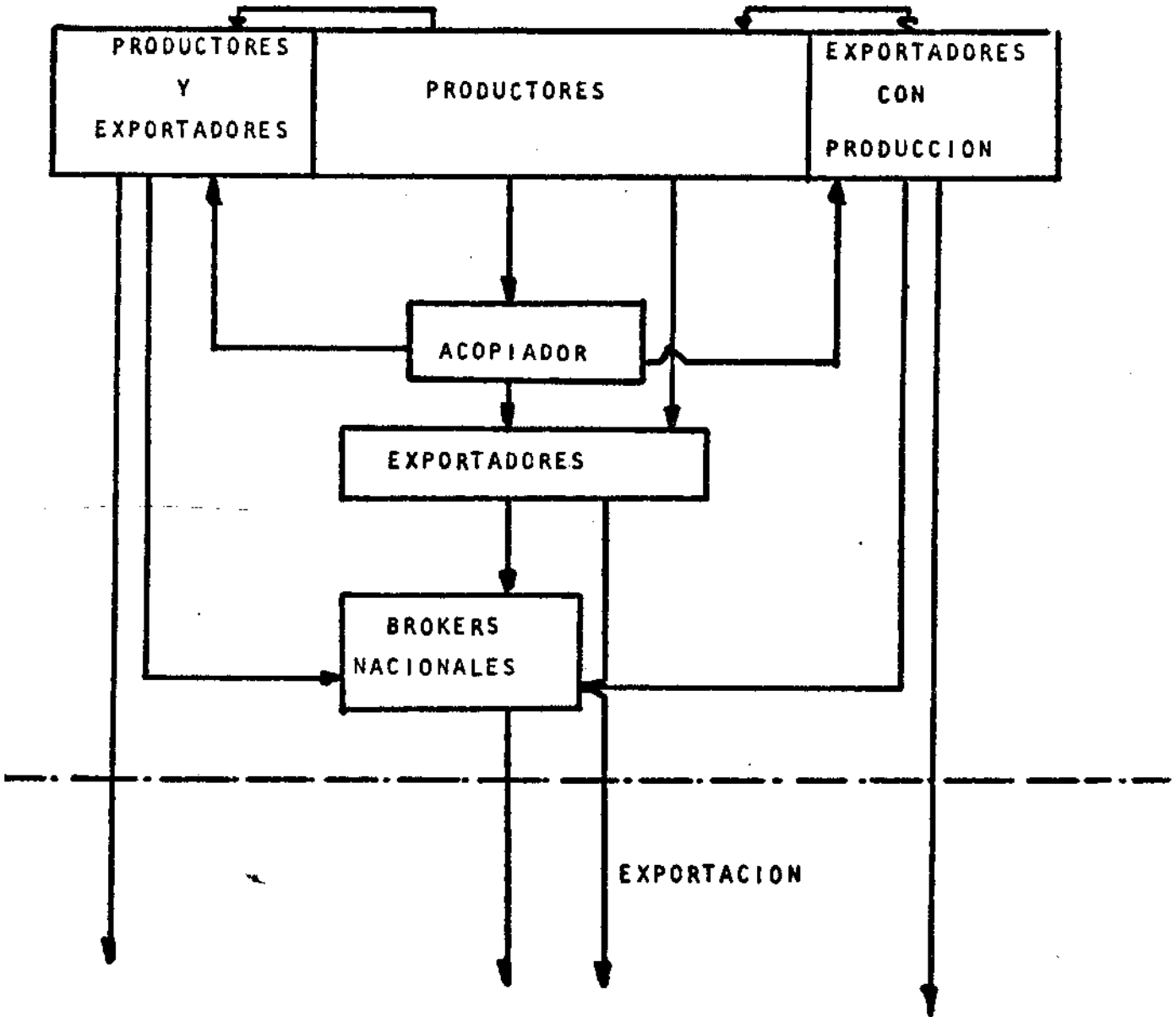
Algunos productores importantes están operando de manera significativa como exportadores. Por lo menos se ha registrado el caso de tres grandes productores que están comercia-

//

//

GRAFICO No. 1

CIRCUITO COMERCIAL DEL POROTO SECO - 1981



//

//

lizando en el exterior sus producciones y paralelamente operan como acopiadores y exportadores de poroto que obtienen en el área del NOA. Es decir, se ha dado una integración de funciones a partir de la producción y respaldada en los volúmenes de poroto propio.

Por otra parte hay empresas exportadoras que han entrado en la producción de poroto y que actúan también como acopiadores y exportadores. Las funciones de estas empresas son entonces, no sólo comerciales, en el comercio interior y exterior, sino también de producción.

Las motivaciones de esta ampliación de actividades en el caso del productor, tiene su razón principal en un deseo de maximizar su beneficio entrando en el negocio del exportador.

El negocio del exportador no es un negocio de intermediación, sino de especulación con toma de riesgo con respecto a evolución futura del precio. La posibilidad de maximizar sus beneficios ha tentado a los productores a entrar en este negocio especulativo respaldados en su propia producción en un buen conocimiento de la marcha de los cultivos del área del NOA.

En el caso del exportador, su entrada en la producción le permite bajar su riesgo en las operaciones de venta a futuro en particular cuando los resultados de la cosecha nacional todavía son inciertas.

El exportador puro ha perdido como cliente a los productores que realizan sus propias exportaciones y trabaja con la producción que obtiene de los grandes productores y de los acopiadores zonales.

El comisionista o broker -hay tres principales en nuestro país- trabajan a partir de una comisión del 2 por ciento por el servicio de conectar a un cliente del extranjero con un vendedor argentino: productor puro, exportador puro, productor-exportador o exportador-productor. Se estima que los brokers canalizan un 30 por ciento de las exportaciones argentinas de poroto.

A estas entidades comerciales participantes pueden agregarse ciertas modalidades que tienen carácter informal y no permanente. Por una parte lo que se denomina "pool de productores" que se integra para realizar una exportación con sus propias producciones, por otra parte la de un gran productor que establece un contrato con un exportador para que se haga cargo de toda la operación de exportación -el productor tiene su cliente extranjero- por un valor por tonelada que en este momento está en el orden de diez dólares.

Todo lo dicho evidencia una diversidad de entidades comerciales con muy distintas funciones y a la vez conectadas entre sí en operaciones de compra y venta.

//

vf

//

Además de las funciones específicas señaladas para cada entidad comercial, existen otras que son generales a todos los participantes:

- Financiación: Todo aquel elemento comercial que maneja producción de otros y que la toma para su venta en el exterior debe disponer de capital para la financiación de las compras y en muchos casos para adelanto a los productores para asegurarse la mercadería. Esto limita de manera importante la entrada en esta actividad y por otra parte se convierte en un gran poder de negociación que optimiza su posición como comprador.
- Clasificación: El poroto puede ser entregado por el productor en forma "natural" o "clasificado". En las Provincias productoras de poroto existe capacidad en exceso de clasificación propiedad de los grandes productores, acopiadores y exportadores. De tal manera que el servicio de clasificación puede ser contratado sin restricciones y no constituye un elemento de poder por parte de quienes disponen las plantas.

1.3.1.3 Políticas comerciales

La cosecha de poroto en nuestro país comienza en los meses de mayo y de junio. Comienza en estos meses el ciclo anual de oferta de poroto y la evolución del mismo es función de distintas situaciones:

- Capacidad financiera del productor para retener la producción;
- Nivel y evolución de los precios; y
- Compra por parte de acopiadores y exportadores.

Es decir, por una parte la capacidad de pago de sus obligaciones del productor determina el momento en que realiza su producción. Por otra parte con altos precios de compra en el mercado o con expectativas de suba pueden limitar o regular sus ventas. Finalmente la entrada o no de los compradores al mercado buscando poroto, determina la posibilidad de colocación del producto.

La oferta de junio y julio, inmediatamente después de la cosecha, la integran los pequeños y medianos productores de manera principal comprometidos financieramente y que deben realizar el poroto para pagar sus créditos.

La oferta de noviembre y diciembre la constituyen principalmente aquellos productores con posibilidades de esperar una evolución positiva de los precios y, en general, con grandes volúmenes de producción.

Indudablemente este modelo de distribución anual de la oferta está condicionado por la situación de los precios que pueden modificar sustancialmente la distribución presentada.

//

Como ya se ha dicho más arriba por una parte el precio internacional del poroto determina los niveles internos que se pagarán al productor. También los resultados de cosechas competitivas con la Argentina, definen la evolución de la demanda y los precios.

Mayo es el mes de menor exportación e inmediatamente después de la cosecha comienzan a crecer los embarques. Agosto y setiembre son meses de volúmenes de importancia y para fin de año se advierte otro pico importante. Corresponde señalar que la evolución de los embarques está relacionado con la evolución de los precios y con los resultados de la cosecha.

Se ha elaborado en el cuadro no. 17 la distribución de las exportaciones argentinas para una temporada, la última. Se ha tomado desde junio de 1979, cuando comienza la exportación, hasta mayo de 1980 cuando los volúmenes embarcados son mínimos.

Se advierte en el cuadro que hasta el mes de octubre ha sido embarcada más de la mitad de la cosecha y que para fin de año, se llega al 80 por ciento. Enero aparece como el último mes de cierta importancia con un 10 por ciento del total exportado y marzo, abril y mayo no son significativos.

Esta evolución de los embarques nos indica de alguna manera la política de compra del poroto en el mercado interno y su evolución: prácticamente antes del mes de octubre está comprometida la venta de la totalidad de la cosecha.

Esto hace que en un mercado especulativo como es el del poroto, una práctica comercial que lo define de manera importante es la de la toma de riesgo en las ventas a futuro.

Hasta el mes de mayo, la primera parte del año es la de mayor riesgo para las operaciones a futuro, porque no hay información sobre los resultados de cosechas en países competitivos o productores-consumidores. En el caso del poroto negro, Chile es un país que compite con nosotros en la oferta internacional y Brasil es un gran consumidor con producción propia. Recién en el mes de junio, ya conocida la situación de producción a las reales condiciones de la oferta y demanda internacional.

Según información recogida entre exportadores, sus ventas se realizan de acuerdo al siguiente calendario:

Ene./Feb.	Mar./Abr.	Mayo	Jun./Jul./Ago.	Set.
10%	10%	10%	60%	10%

Las ventas del período enero-mayo son ventas a futuro, con mayor riesgo en los primeros meses, y que el exportador toma especulando con valores futuros superiores que surgen en parte de la información que tiene del mercado internacio

//

vf

//

CUADRO No. 17DISTRIBUCION DE LAS EXPORTACIONES DE POROTO
ARGENTINA TEMPORADA 1979-1980

Mes	Toneladas	%	% Acumulado
Junio	2.702	1.4	1.4
Julio	21.917	11.4	12.8
Agosto	17.922	9.3	22.1
Setiembre	46.703	24.3	46.4
Octubre	15.087	7.9	54.3
Noviembre	32.323	16.8	71.1
Diciembre	13.131	6.8	77.9
Enero	19.859	10.3	88.2
Febrero	10.975	5.7	93.9
Marzo	4.676	2.4	96.3
Abril	4.394	2.3	98.6
Mayo	2.480	1.4	100.0
TOTAL		100.0	

FUENTE:Elaborado con cifras de INDEC

//

nal, de la producción nacional y de su experiencia en este tipo de comercio. En esta época el exportador trata de cubrirse comprando en zona de producción por debajo de sus precios futuros y en el caso de tener producción propia, ésta le permite en cierta medida minimizar su riesgo.

A estas prácticas comerciales son a las que han entrado los grandes productores que están operando como exportadores.

Dentro de estas prácticas comerciales, los acopiadores son por fin, mandantes de los exportadores y los brokers o comisionistas actúan como intermediarios sin asumir riesgos, ni constituir stocks.

1.3.1.4 Estructura y formación de precios

El precio internacional del poroto determina el precio interno del producto.

Distintas situaciones hacen a la formación internacional de los precios:

- a) El mercado total de poroto que se comercializa internacionalmente es reducido en relación a otros granos y productos agrícolas;
- b) Hay que distinguir distintos mercados del poroto teniendo en cuenta las distintas variedades y calidades que definen a vendedores y compradores;
- c) La posición de los países consumidores en cuanto a su relación consumo-producción y a la integración del poroto dentro de la dieta (como producto fundamental: México, Brasil, etc. o como producto que integra una demanda general: caso de Europa);
- d) Los resultados de las cosechas de los países productores y exportadores; y
- e) Las posiciones que han tomado los distintos operadores con respecto a ventas de futuro.

Como una característica importante del mercado del poroto es la escasa información que existe sobre producciones y precios y la falta de transparencia del mercado. Con respecto a este último punto debe señalarse que no existe una plaza donde se haga el precio de manera sistemática y permanente ni tampoco hay un mercado de futuro institucionalizado.

A fin de aclarar este punto es conveniente presentar la organización de la demanda en el exterior. Por una parte están los brokers o comisionistas extranjeros los que canalizan sus requerimientos de compra de sus clientes a los brokers y exportadores locales. Estas demandas las realizan por télex y cobran un 2 por ciento por su participación en el negocio el cual es pagado por su cliente en el extranjero.

//

//

Por otra parte están los importadores los cuales no trabajan con pedido en firme sino que hacen compras por sí para luego colocar en sus clientes habituales. El importador de poroto habitualmente integra este producto con las legumbres, línea en la que tiene cierta especialización, compra tanto al broker local como a los exportadores. Como último comprador desde exterior está el consumidor industrial que también aparece en el mercado argentino como comprador.

En el caso del poroto negro aparece otro comprador, los organismos oficiales del comercio de los países consumidores. En el caso de México, es Conasupo; en el caso de Cuba, Alimport, órgano estatal de importación de alimentos; en Brasil, las importaciones las realizan dos organismos del Estado y dos importadores privados que tienen la exclusividad en la negociación; en Guatemala las importaciones la efectúa INDECA, Instituto de Comercialización Agropecuario. Organismos similares canalizan las importaciones de los otros países de Centroamérica. En todos estos casos las importaciones son resultado de una decisión de los órganos superiores de Gobierno y las instituciones son las que están a cargo de la compra e importación.

Este punto tiene especial interés pues los volúmenes de compra son importantes y afectan las condiciones del mercado. Para tener una dimensión de estas compras se dan los volúmenes comprados en poroto negro en esta temporada: Guatemala compró 4.000 toneladas, Venezuela 18.000 toneladas, México compró más de 20.000 toneladas en Estados Unidos.

En el caso del poroto blanco, las operaciones son muy fraccionadas y no son raras compras de menos 100 toneladas.

En cuanto a la distribución de las compras por tipo de comprador extranjero en poroto blanco se ha recogido en la plaza la siguiente distribución, que son valores estimados:

- Los brokers extranjeros son los grandes compradores de la producción argentina del poroto blanco canalizando hasta el 90 por ciento de las exportaciones de las cuales un 30 por ciento las realizan a los brokers locales y el 60 por ciento restante a los exportadores puros, a los exportadores-productores y a los productores exportadores;
- Los importadores extranjeros realizan compras del orden del 8 por ciento del total de exportaciones; y
- Los consumidores sólo el 2 por ciento de las exportaciones.

A la formación de los precios no son ajenas las prácticas seguidas por los compradores y que se entiende deben ser señaladas a partir de casos registrados en la presente temporada en la compra del poroto negro.

Venezuela hace un mes salió a comprar 10.000 toneladas de poroto negro en el mercado argentino. Para llevar a cabo esta operación de compra llegaron al país tres compradores

//

//

venezolanos que, de manera simultánea, realizaron contacto telefónico con brokers y exportadores locales cerrando la operación rápidamente. El objeto era no superponer el pedido, ni denunciar la compra de un volumen tan importante que hubiera provocado un aumento automático de precios.

Otro caso a señalar es el de Brasil. Ante la incertidumbre sobre el resultado de la segunda cosecha brasilera la oferta de poroto negro se retrajo y los precios se mantuvieron altos esperándose la decisión del Gobierno brasilero de importar. Aun en este momento -julio- no hay conocimiento real de cuál será la última decisión y el mercado se mantiene en alza pues la entrada de Brasil podría llevar el total existente aún sin comprometer.

Esta cautela en la compra es una práctica común y permanente que siguen tanto los compradores extranjeros como los vendedores locales y los exportadores y brokers en sus compras. Se ha podido detectar que hay un contacto permanente y continuo entre todos los operadores y el cual se hace de manera exclusiva en Buenos Aires. Se da y recibe información de manera permanente y la falta de veracidad es aceptada como una regla del juego por todas las partes. Como contraparte el cierre de una operación de forma telefónica dentro del país y por télex a nivel internacional se considera definitiva e irrevocable. Faltar a este compromiso significa para un operador comprometer su futuro de manera irrevocable.

En lo que hace a la estructura del precio del poroto debemos recordar que, como en todo producto agropecuario, a corto plazo no hay relación entre el costo de producción y el precio pagado al productor. Es decir, el precio surge de las condiciones del mercado y el valor de producción no es determinante en el establecimiento del mismo.

A mediano plazo, el productor, de acuerdo a los retornos que ha recibido de un determinado cultivo aumentará, mantendrá o disminuirá su nivel de producción afectando entonces la oferta y por consecuencia los precios. Como ya hemos visto el precio internacional define por una parte el precio interno del poroto. El comprador por otra parte trata de maximizar su beneficio pagando el mínimo al productor. Este sería el esquema básico que define el valor que recibe el productor.

1.3.1.5 Aspectos de la acción gubernamental

No se han encontrado antecedentes que hayan promovido el cultivo del poroto de manera directa. Sí fue una promoción indirecta al cultivo los créditos para desmontes de terrenos que se destinaban al poroto entre otros habituales en su zona de producción.

En lo que hace a la parte agrícola, las estaciones del INTA y en particular la estación de Metán han promovido el cultivo del poroto de manera muy importante participando ac

vf

//

//

tivamente. El programa para el mejoramiento de la producción y comercialización de las legumbres secas en el noroeste argentino elaborado en febrero de este año con la participación principal del INTA es una evidente demostración de lo dicho. El programa enfoca la problemática del cultivo, procesamiento y comercialización del poroto de una forma integral y global que se entiende será un aporte para el futuro desarrollo del cultivo en nuestro país.

No hay una tipificación oficial del poroto en nuestro país. Distintos sectores relacionados con el poroto han trabajado en los últimos meses en la elaboración de reglamentaciones y de una tipificación ambas con miras a la exportación.

1.3.1.6 Aspectos de la acción privada

Dos agrupaciones se han ocupado de distintos aspectos del poroto seco: la Cooperativa de Rosario de la Frontera y la Cámara de Legumbres de la República Argentina. La Cooperativa agrupa a pequeños y medianos productores de la zona salteña de Rosario de la Frontera y cumplió durante un período funciones de comercialización. Desde el acopio hasta la exportación desarrolló durante varias temporadas la Cooperativa en instalaciones propias y personal especializado.

La situación financiera actual de la Cooperativa es muy difícil con deudas bancarias -en particular con el Banco Provincial de Salta- que comprometen su futuro seriamente. El Gobierno Provincial ha instrumentado distintas medidas, algunas muy resistidas, para apoyar a la Cooperativa, pero hasta el momento no se ve una solución definitiva y la organización no ha realizado operaciones de compra y venta.

La Cámara de Legumbres agrupa a los grandes productores, acopiadores y exportadores de poroto. Tiene su sede en Buenos Aires y opera como órgano representativo del sector con una actividad permanente frente a los organismos del Estado. Últimamente ha participado en la preparación de una tipificación del poroto con funcionarios del Ministerio de Agricultura. La Cámara no tiene actividad comercial aunque es un foro de encuentro de los exportadores para el intercambio de sus experiencias y actividades.

Distintas comisiones están a cargo de los diferentes intereses del sector representado y un boletín mensual difunde información.

1.3.1.7 Normas de exportación, aduaneras e impositivas

Las normas de exportación que definen la calidad del producto son las siguientes:

- 1) Porcentaje de materias extrañas;
- 2) Porcentaje de granos de otras variedades;

//

//

3) Porcentaje de granos partidos;

4) Máximo de porcentaje de humedad; y

En algunos casos se especifica el tiempo máximo de cocción del poroto.

Por supuesto la mejor calidad es aquella que da los menores porcentajes para los puntos 1), 2) y 3) que se especifican como "menor del 1 por ciento".

En el caso del poroto blanco otra especificación del producto que interviene como norma de exportación es la cantidad de granos por cada 100 gramos utilizándose habitualmente tres niveles:

1) De 170 a 190 granos por 100 gramos;

2) De 190 a 200 granos por 100 gramos; y

3) Más de 220 granos por 100 gramos.

Hay una correlación de la pureza varietal (bajo porcentaje de granos de otras variedades) y el gramaje. A mayor gramaje es mejor la pureza varietal de la partida. En el caso de la alubia la correlación entre los dos valores es la que se da a continuación:

<u>Gramaje</u>	<u>Pureza varietal</u>
170 a 190	99% alubia + 1% otros blancos
190 a 220	97% alubia + 3% otros blancos
+ de 220	95% alubia + 5% otros blancos

Las normas detalladas constituyen las normas aceptadas internacionalmente y que se incluyen en los contratos internacionales de compra-venta. Por consecuencia, el mercado interno argentino acepta las mismas normas impuestas por el destino del producto.

No hay normas aduaneras específicas con respecto al poroto fuera de las normales. La Aduana sí realiza un control por muestreo de las exportaciones por una parte para evitar la subfacturación del producto y por otra como consecuencia que el poroto tiene un reembolso que en la actualidad es del 7 por ciento.

No hay un tratamiento impositivo especial para el poroto en ninguno de los niveles de producción y comercialización.

1.3.2.1 Modalidades de comercialización

Algunos aspectos que hacen a este punto surgen de lo dicho en el punto 4.1. A esto debe agregarse que la compra y venta del poroto seco a nivel internacional por los vendedores especializados, está integrada en las transacciones

//

que realizan esas empresas con otros productos básicos y especialmente granos. Esto significa que no hay una modalidad especial y única para el poroto sino que este producto se integra dentro de un grupo de productos, a las condiciones generales del comercio de los mismos y al uso y costumbre imperante. Es habitual que el cierre de una operación por vía telefónica tenga validez de contrato. Las operaciones establecidas por el cruce de télex -la forma más utilizada en este momento- tiene en muchos países fuerza de contrato y entre los contratantes es aceptado como tal.

Gran parte de los exportadores e importadores internacionales, y también los argentinos, están adheridos a The Grain and Feed Trade Association que opera como árbitro internacional en operaciones de compra y venta de granos. Esta Asociación tiene establecidos contratos para diferentes tipos de productos y para el poroto tiene una particular (Nr. 41) que define de manera minuciosa los términos de la contratación entre las partes.

La adhesión de un operador a esta Asociación implica una seguridad para la otra parte, aunque no lo conozca, pues hay normas muy estrictas para mantenerse en ella. Esto es especialmente válido para las operaciones a término y a su cumplimiento.

1.3 La comercialización del tomate

El consumo familiar del tomate tiende hacia el fruto redondo, bien formado, de tamaño mediano, liso y de pulpa consistente para el consumo fresco o más blanda para salsas. Tanto este último como el perita, utilizado para esos fines también son desechados por el consumidor cuando está bien abastecido del otro. Aquí se cumple una de las tendencias ya mencionadas sobre la evolución del consumo, ya que tiende a concentrarse al producto más elegido. Tan es así que la evolución de la conserva de tomate no ha disminuido el consumo del tomate fresco sino al contrario pero mejorando la exigencia de variedad más adecuada. Cuando nuevas zonas han podido entrar con tomate, por ejemplo tipo platense, ha perdido significación la oferta de zonas como las de Río Negro con el tomate perita, propendiendo a un uso más particularizado para la industria.

Si bien estos productos tienen una variación estacional en el consumo, principalmente dada por la estacionalidad de la oferta, se ha ido extendiendo el consumo a todo el año por el calendario de cosechas de nuevas zonas que se fueron incorporando al abastecimiento de Buenos Aires no sólo por la atracción de los precios de los períodos de baja producción sino también por mejores condiciones en el acondicionamiento y transporte.

Este producto siempre se caracterizó, a diferencia de otros aún más estacionales, por tener una demanda marginal en los períodos de escasez con precios muy remunerativos. Pareciera que existen dos estratos de consumidores; uno con una elasticidad precio relativamente alta que retiene el consumo en momentos de escasez del producto y otro -presumiblemente casas de comida y sectores de nivel adquisitivo alto- que sostiene la demanda aun en situaciones de precios altos.

//

//

Puede decirse que éste es uno de los productos más complejos en la relación que existe entre las condiciones impuestas por el consumo y organización de la producción. En efecto el productor debe tener en cuenta: las condiciones de circulación del producto -distancia, tiempo, acondicionamiento, proceso de maduración- las exigencias del gusto del consumidor -tamaño, forma, color, gusto, etc.- y la oportunidad de colocación y primicias.

Este último aspecto, sumado a situaciones circunstanciales por fracasos de cosechas -heladas principalmente- o corrimientos en el calendario de cosecha por razones climáticas, ha provocado grandes altibajos en el ingreso de los productores. Como el cultivo es anual, generalmente la decisión de sembrar está influida por los resultados de la colocación de los productos del ciclo anterior -ya que el resultado en el año de otras zonas normalmente no es significativo- conduciendo a veces a errores de estimación, en especial ante expectativas de precios muy altos. Como los costos de mantenimiento de las plantaciones y de cosecha son importantes esto suele conducir a un semiabandono de los trabajos culturales, degradándose la calidad final del producto, por ejemplo, enviando tomates con estrías, manchas, etc. . A esto colabora la falta de tipificación adecuada, produciéndose un fenómeno similar, aunque en menor medida, al de la verdura de hoja en el sentido de variaciones de la calificación del producto según la situación de mercado. La formación del precio, en las sucesivas etapas de comercialización, tiene el mismo grado de complejidad y el mayor poder de negociación está en el que posee mejor información de la plaza y dispone -dentro del período máximo de ocho días- del momento más conveniente teniendo en cuenta dos variables: tiempo disponible para la venta neto de transporte y grado de madurez que alcanzó el fruto.

1.5 La comercialización de ajo y cebolla

Son productos de consumo estable, sin demasiadas exigencias ni con estacionalidad pronunciada, por lo demás le corresponde gran parte de las características de demanda, condiciones de mercado, formación de precios y sistemas de distribución definidas para el grupo papa y batata.

El que predomina es la cebolla ya que el ajo tiene un consumo irrelevante, aunque su comercialización es prácticamente conjunta por la organización de las zonas productoras y la concentración de los mercados de primera venta.

1.6 La comercialización de arveja, chaucha y poroto grano verde

Los productos de este grupo -arvejas, chauchas, poroto grano verde- son apreciados fundamentalmente por su valor nutritivo, aunque haya una selección por tamaño, gusto y frescura, de consumo estable aunque perdiendo significación. El más importante es la chaucha. La estacionalidad es más acentuada y tiene zonas de producción especializadas por razones climáticas. Por otra parte no son considerados fundamentales en la dieta alimentaria por lo tanto no juegan un papel importante en la elección de producción de las quintas cercanas a las poblaciones urbanas -cinturón verde- que prefieren concentrarse en el abastecimiento de otros productos más dinámicos comercialmente. La formación del precio está más influida por los costos de producción -relativamente altos- y de distribución que de las contingencias de mercado.

//

vf

//

1.7 Las regiones y la comercialización

1.7.1 La región sudeste de la Provincia de Buenos Aires y su influencia en papas

Se la denomina región sudeste de la Provincia de Buenos Aires a la comprendida por los partidos de Balcarce, General Alvarado, Lobería, General Pueyrredón, Tandil, Mar Chiquita, Necochea, General Madariaga y Azul. Sin embargo a los fines del análisis la subzona más importante es la comprendida por los cinco primeros partidos que contribuyen a la producción de papas con el 97 por ciento del total de la zona y en las siguientes proporciones: Balcarcel (42 por ciento); General Alvarado (18 por ciento); Lobería (14 por ciento); General Pueyrredón (14 por ciento) y Tandil (9 por ciento).

A su vez, esta zona representa el 70 por ciento de la producción nacional a pesar de la disminución del área sembrada por la compensación de sus mejores rindes. Esta es una zona bastante estabilizada en la producción y es la primera en papa semitardía cuya cosecha se realiza principalmente en marzo/abril aunque se puede anticipar unos quince días y se puede extender hasta mediados de año. Luego de cosechada la papa puede mantenerse estacionada sin grandes inversiones para liberarla paulatinamente al consumo, hasta octubre o noviembre de ese año. El resto del año las necesidades son cubiertas -con menos estabilidad de comportamiento- por la papa temprana del norte, de la zona de Rosafé, de Mendoza y de Córdoba. El abastecimiento de la ciudad de Buenos Aires es realizado principalmente por la zona en estudio, participando en un 70 por ciento y le siguen Rosafé con un 15 por ciento, Córdoba con un 10 por ciento y el resto Mendoza y Tucumán.

Es importante destacar la intensidad que tiene Buenos Aires como plaza compradora de la papa del Sudeste, ya que representa un 70 por ciento de los envíos fuera de la zona.

No sólo ha ido disminuyendo el área sembrada sino también el número de explotaciones que descendió de 3.450 en 1962-1963 a 1.500 en 1974, aunque al ser una zona con diversificación de producción este dato puede oscilar de campaña agrícola a otra.

Para completar el panorama referido a la colocación de la producción puede decirse que la misma es principalmente para el consumo en fresco y en una menor proporción a la provisión de semilla ya que tanto la exportación como la industrialización son irrelevantes. Tampoco el mercado local es importante, por lo tanto la relación producción-demanda se explica por las condiciones de consumo en fresco de Buenos Aires como factor relevante y como ya se analizó esta influencia no crea condicionantes especiales en la comercialización, las características de la distribución deben ser analizadas o en la zona productora o en los mercados mayoristas.

En esta parte se analizarán los elementos de la producción que permitan establecer esta vinculación entre la producción y los canales de distribución elegidos para la colocación de los productos.

//

//

Si bien hay un tamaño de explotación más eficiente -más de 30 hectáreas y entre 10/30 hectáreas que representan el 71 por ciento de los productores y el 96 por ciento de la producción- no puede considerarse como un factor sustancial al tema la existencia de unidades con menor rendimiento por hectárea y menos tecnología incorporada a la producción.

Las características particulares del acondicionamiento de la mercadería para su distribución no requiere ni grandes inversiones ni del desarrollo de técnicas complejas. En efecto el acopio cumple en este caso sólo la función de organizar la oferta para su dispersión entre los diferentes demandantes -intra y extra región- ya que la conservación del producto "acopiado" no es en instalaciones especiales sino en el mismo campo del productor en forma de montones cubiertos con chala y si es necesario trasladado a lotes o canchas para liberar el campo para próximos trabajos culturales. Otras funciones como clasificado y empaque no requieren de servicios especiales y el acopiador no siempre lo realiza. Otros acondicionamientos como el lavado son casi inexistentes y la provisión de envase -bolsas de arpillera o de propileno- no es limitante. Tampoco la organización del transporte genera condiciones especiales ya que es muy común la existencia de acopiadores-camioneros que recogen directamente en campo para su posterior distribución.

Sin embargo, los procesos comerciales previos a la salida de la zona son muy complejos y con sucesivas ventas, como luego se describirá, debiéndose buscar su explicación, y por ende su vinculación con los mercados de consumo, en otros elementos.

Como se verá en el punto correspondiente el mercado consumidor por excelencia, área metropolitana de Buenos Aires, estuvo organizado -hasta diciembre de 1980 que se modificó la reglamentación- con un sistema que aseguraba la transparencia de las operaciones comerciales y el pronto pago de las mercaderías vendidas.

En efecto la concentración obligatoria de papas en el sistema de mercados/estación establecido en Capital Federal y Gran Buenos Aires -Casa Amarilla (41 por ciento de entradas), Bulrich (22 por ciento), Caseros (19 por ciento), Florida (10 por ciento) y Haedo (7 por ciento)- asegura una formación de precio de primera venta en el área con conocimiento adecuado de la oferta y demanda y, además, la caja central de pagos por parte de los compradores aseguraba una remisión de los fondos a la zona productora rápida y segura. No es desechable la influencia de algunas de las condiciones de esta comercialización -fundamentalmente el perfil de comprador/distribuidor, la existencia de un porcentaje elevado comercialización "en negro" en circuitos paralelos y las condiciones físicas de los mercados mencionados- pero no son fundamentales.

En el proceso de comercialización interna a la región hay productores integrados -produce y distribuye a otros-, productores acopiadores -produce y acopia de otros sin distribuir- productor cooperativizado -que vende por la cooperativa y por otros canales- productor independiente -sólo se dedica a la producción- acopiador integrado -compra y distribuye- acopiador independiente o camionero -compra y transfiere la distribución- consignatario -opera en mercados concentradores a cuenta de terceros- y mayorista introductor a los mercados mayoristas. De estas dos figuras -mayorista y consignatario- la última es la más significativa en dichos mercados.

vf

//

//

Estos complicados procesos podrían ser explicados por varias razones aunque es probable que la más explicativa es que la zona es una "especie de mercado a término" por el cual los distintos intervinientes realizan operaciones de compra-venta ante expectativas de variación de precios en la plaza de Buenos Aires -los mercados de concentración harían de mercado testigo como lo es el de Liniers para el ganado en pie- y la situación de oferta de las otras zonas productoras en las épocas de superposición del calendario de oferta.

En una segunda medida habría factores crediticios o de urgencias de ventas para encarar la producción de otros productos, aunque en la zona está muy difundido el crédito bancario con líneas especiales de financiación.

En tercer lugar existiría una necesidad de integrar ofertas -función acopio- o derivar la comercialización por no ser la explotación de papas la actividad principal del productor.

1.7.2 La región litoral y nordeste y su influencia en el tomate

Esta zona es esencialmente importante por su citricultura y por la producción de Corrientes en tomate en un momento del año que no hay ofertas de otras zonas del país.

Aunque la importancia del tomate en el NEA -Corrientes, Chaco y Formosa- no tiene la magnitud de los productos cítricos presenta como característica sustancial el hecho de ser un producto primicia en una época del año que Buenos Aires y Rosario y Santa Fe están desabastecidos. El período de cosecha es muy corto y la posibilidad de colocación en forma competitiva se reduce a dos meses. Por ello no existen canales específicos de participación productora en la comercialización.

En Corrientes la producción está diversificada tanto en productos del mismo grupo del tomate -pimiento, etc.- como con cítricos, tabaco y agricultura y ganadería. Por ello el canal más común de comercialización fuera de la Provincia es el de la consignación. Por otra parte las características del mercado de consumo de este grupo, ya analizado, requiere operadores especializados en la venta en los mismos.

1.7.3 La región noroeste y su influencia en el tomate

Esta región comprende varios departamentos de Jujuy -Ledesma, Santa Bárbara, San Pedro- de Salta -Orán, General San Martín- y de Tucumán -Burrucacú, Capital, Familla, Taffi, Cruz Alta- para mencionar las localidades más productoras. Están puntualmente localizadas y a una gran distancia de Buenos Aires lo que condiciona su oferta en esta plaza.

La producción de la zona representa el 18 por ciento del total del país -aunque en consumo fresco puede representar algo más si tiene en cuenta que el 95 por ciento del tomate de Mendoza y del Alto Valle se elabora- y deriva a Buenos Aires el 70 por ciento de lo cosechado para fresco. A su vez Buenos Aires es abastecido de esta zona en un 30 por ciento de su consumo lo que indica la importancia

//

//

estacional que tiene la entrada en oferta de este origen. Mucho más notorio es el efecto para Tucumán. El grado de integración de los productores en Salta y Jujuy es tan bajo como el analizado para el caso citrus -un 15 por ciento y un 10 por ciento respectivamente para ambas provincias- y el comportamiento es idéntico al descrito para ese grupo. Incluso muchos participantes de esta comercialización también actúan en la de cítricos.

Con respecto a Tucumán la situación de estos cultivos se asemejan al problema de explotaciones pequeñas ya mencionado para el citrus aunque la comercialización adquiere las características de las de Salta y Jujuy con un gran predominio del consignatario.

Sin embargo, en esta provincia hay una organización cooperativa más desarrollada, en especial en Lules donde sobre 84 asociados -65 por ciento del total de productores- recae una fuerte comercialización del tomate, lechuga y algo de citrus. En 1976 sus ventas representaron un 5 por ciento de la producción tomatera de Tucumán.

1.8 Las condiciones de la estructura comercial

La venta al por mayor de los productos alimenticios responde a una serie de condicionantes que para el caso de los productos bajo estudio se rescatan como más relevantes las siguientes:

- a) Necesidad de organizar diariamente el arribo de la mercadería -heterogénea y muy perecible- desde zonas alejadas y dispersas.
- b) Necesidad de acondicionar la oferta a las exigencias variables del consumo.
- c) Necesidad de adaptar la organización de ventas a los hábitos y exigencias de los compradores.
- d) Necesidad de organizar el abastecimiento -como circulación de bienes- en tiempos de operación cortos.

Aquí se producen una serie de funciones simultáneamente cumplidas por algunos operadores del sistema o distribuidas en una cadena funcional de especialistas.

La organización primaria tiende a establecer un lugar físico de concentración de la mercadería remitida directamente de la zona de producción -originalmente los cinturones verdes cercanos a las ciudades ubicado en lugares estratégicos en el sentido de estar sobre las rutas de acceso -estaciones ferroviarias, puertos, caminos principales- y en la periferia de los centros de consumo pero cercanos a ellos.

La literatura sobre el tema los ha denominado mercado-estación y su existencia cumple las siguientes funciones:

- Establecer un punto de encuentro de los productores que concurren diariamente.
- Establecer un lugar de recepción de la carga que tenga habitualidad.

vf

//

//

- Acondicionar la mercadería -reclasificación, retiro de descarte, repaso, presentación, etc.- con el menor movimiento posible.
- Cotejar la oferta proveniente de otros remitantes e introducidos por otros operadores.
- Completar surtidos o volúmenes para cumplir con la clientela.
- Establecer un lugar habitual en horarios predeterminados para que la clientela concorra espontáneamente.
- Reorganizar el destino de la mercadería remitida desde el lugar de producción.
- Cotejar precios, calidades y otros aspectos comerciales.

Todas estas funciones son esenciales a los procesos de comercialización y deben ser cumplidas por un medio u otro, pero que en el caso del mercado-estación podrían ser cumplidas simultáneamente con un mínimo de operadores en el sistema y en el menor tiempo.

La ciudad de Buenos Aires también siguió este proceso y los actuales mercados polivalentes introductores son una respuesta espontánea del sistema que todavía tiene vigencia hoy. Así el abasto es el típico mercado-estación que conserva casi todas las características apuntadas aunque con las deficiencias operativas que el "encierro" en la zona urbana y la saturación de sus instalaciones, con sus zonas vecinas, ha provocado. Tal es así que las salas de remate de la Asociación Productora de Frutas Argentinas -que trae cítricos del Litoral- y la Corporación Frutícola Argentina -que trae manzanas y peras del Alto Valle- han sido ubicadas en sus adyacencias. Los operadores que actualmente operan por el sistema de subasta con presencia física de la mercadería en el Saldías son desprendimientos de este mercado-estación y de los otros que posteriormente se habían incorporado al sistema, o sea, Dorrego y Mercado Nacional de Frutas.

Cuando el Abasto y el Spinetto o Ciudad de Buenos Aires pierden posibilidades de expansión aparecen otros mercados introductores para reforzar la capacidad física de recepción de mercaderías al ámbito de Buenos Aires: el Liniers y el Avellaneda.

Cuando el mercado de Liniers es superado un grupo de operadores crea el último mercado del sistema el de Tres de Febrero.

La existencia actual de los cuatro grandes mercados polivalentes e introductores -Avellaneda, Tres de Febrero, Dorrego y Abasto- con acceso de compradores muy variados -minorista, mayorista de reventa, mayorista de despacho, distribuidores, restaurants, etc.- con mercadería proveniente de todo el país y con la existencia de productores -especialmente del cinturón verde- consignatarios y mayoristas, operando con volúmenes significativos refuerzan las aseveraciones realizadas sobre el rol del mercado-estación.

Las dificultades de acceso y de estacionamiento complican las operaciones diarias transformando en ineficientes las transacciones de pocos bultos porque para cada partida se requieren más movimientos -por el número de compradores- en espacios saturados de mercaderías. Por otra parte

//

//

los mercados que son "abandonados" como mercados introductores subsisten con los operadores más chicos que conservan una clientela habitual de compradores -generalmente minoristas- quedando como mercados satélites como los casos del Liniers y el Ciudad de Buenos Aires.

En la otra punta, algunos compradores se especializan por tener capacidad de negociación con los mayoristas, saber discutir precios o por conocer las calidades de los productos y comienzan a distribuir entre otros minoristas, hoteles y casas de comida. En estos casos vuelve a producirse la necesidad de disponer de un ámbito físico para cumplir algunas de las funciones ya descritas como constituyente de un mercado y van apareciendo en las zonas más alejadas mercados distribuidores.

El proceso se integra entonces por una conjunción de hechos propios de la comercialización en su constante adaptación -en este caso no ha habido evolución- a las dificultades físicas -espacios disponibles, circulación de vehículos, etc.- traspasando las dificultades en una cadena de operadores complementados a través de la reventa sucesiva de las mercaderías.

Esta tendencia a desdoblar las actividades que se concentraban en un solo ámbito -arribo de la mercadería, acondicionamiento, venta a minorista o distribución- en sucesivos ámbitos superpuestos conduce a suponer que la única forma de circular los productos en una gran ciudad es con una organización de sucesivos depósitos que vayan acercando las subdivisiones de la oferta a los lugares de consumo y que además la única forma es montándose en un sistema de reventa para que la mercadería pase de dueño en cada escalón.

Esta apreciación generalizante de una situación dada anárquicamente -y que puede ser rebatida- que prácticamente desecha el rol de distribuidor del propio minorista que hoy todavía tiene en gran proporción y enerva el desarrollo de sistemas modernos de distribución -aun en los productos bien tipificados como la manzana y los citrus- es reforzada por sus protagonistas porque la fragmentación funcional lleva a la especialización. Y, la especialización es el reforzamiento de algunos atributos y el abortamiento de otros.

Así, el mayorista introductor refuerza su capacidad de organizar la oferta en la zona de producción y pierde su "sensibilidad" a los requerimientos del consumidor o al trato con el minorista; a su vez el mayorista de reventa pierde magnitud de operación; refuerza su rol de intérprete de las condiciones de mercado y abandona su función organizadora en la producción.

Estos mecanismos van adquiriendo mayor anquilosamiento cuando los espacios físicos también se especializan y se establecen procesos de pagos que incorporan el crédito de palabra como una condición más de compra-venta.

Hasta aquí se ha descrito la estructuración de mercados polivalentes introductores y la red de mercados distribuidores como una respuesta a las condiciones de comercialización impuestas por las necesidades del consumo y como una adaptación a las dificultades esencialmente físicas.

Sin embargo, esta reestructuración no termina con este fenómeno, ya que también aparecen nuevas figuras comerciales y canales de distribución adaptadas a las condiciones impuestas por la producción.

vf

//

//

El mercado de Saldías aparece como una respuesta también adecuada a las condiciones particulares de la producción y comercialización en la región noroeste. Si bien ni la región deriva la totalidad de sus productos por este mercado -ya que van compradores o consignatarios de otros mercados en especial el Tres de Febrero- ni este mercado es exclusivamente vendedor de productos de esa región -hay integración con mercaderías traídas de otras zonas o importación- puede decirse que es esencialmente especializado en la producción del noroeste. Ya se vio que la misma por su atomización y otros factores está basada en la centralización del acopio, en su función más amplia, en pocos productores integrados inclinados más a la organización comercial que a la productiva.

Las salas de subastas tanto para manzanas y peras del Alto Valle como la del citrus del litoral son una transferencia de las grandes organizaciones de productores integrados al mercado consumidor.

En todos estos casos hay que remarcar que no son las únicas formas de abastecimiento de estos productos y de hecho participan con porcentajes significativos pero no son muy altos. Así la Asociación de Productores de Frutas Argentinas comercializa el 26 por ciento del consumo de cítricos y la Corporación Frutícola el 30 por ciento del consumo de peras y manzanas. Para el Saldías estos porcentajes son posiblemente algo más altos pero no representan el 100 por ciento de la zona y si se lo compara con el consumo de los productos allí ofrecidos -hortalizas y cítricos- perderían importancia a no ser por la estacionalidad de algunos de los productos allí vendidos.

Por último, los mercados nacionales de papas y de ajos y cebolla son una respuesta desde el ámbito oficial de un reclamo de los productores de disponer un mercado organizado de concentración obligatoria y como ya se ha visto cumple una función de precio testigo para las transacciones interinas en la zona de producción.

En el cuadro no. 18 puede visualizarse fácilmente las principales características de la organización de la red de mercados.

El operador mayorista como tal tiene que tener también las características funcionales que se definieron para la actividad de comercialidad mayorista, a saber:

- a) Introducir de la zona de producción la mercadería por compra o recepción en consignación.
- b) Tener magnitud empresaria para completar al menos una unidad de transporte (entre 700/1.000 bultos como mínimo).
- c) Tener presencia habitual y continua en el mercado a excepción de algunos productos muy particulares y estacionales como los ya descritos en las condiciones de consumo.

Del análisis de los aproximadamente 1.600 operadores -neto de superposiciones de firmas o de operadores ocasionales- surge que sólo un 20 por ciento cumple estas condiciones en forma completa y que un gran porcentaje no llega a cumplir las condiciones mínimas aceptables para un eficiente ejercicio de su profesión porque son de vendedores de pura reventa, con un volumen de 60/80 bultos diarios o con grandes discontinuidades en su presencia en el mercado.

//

CUADRO No. 18

MERCADO	VOLUMEN ANUAL DE OPERACIONES EN Tn.	CANTIDAD DE OPERADORES	PRODUCTOS QUE SE COMERCIALIZAN	PROCEDENCIA DE LA MERCADERIA
MERCADOS METAMENTE INTRODUCIDORES	NACIONAL DE PAPAS (1)	PERMANENTES 65 TEMPORARIOS 66	PAPAS	Diversas zonas de Producción.
	NACIONAL DE HORTALIZAS	PERMANENTES 24 TEMPORARIOS 30	CEBOLLAS Y AJOS	Diversas zonas de Producción.
	SALDIAS	35	FRUTAS Y HORTALIZAS	Noroeste.
	CORPORACION FRUTICOLA ARG.	14	PERAS Y MANZANAS	Río Negro y Neuquén.
	ASOC. PROD. FRUTAS ARGENTINAS CONCENTRADOR DE PESCADOS	8 44	CITRICOS PESCADOS Y MARISCOS	Litoral. Z. de captura e importación.
MERCADOS POLOS DEL SISTEMA	ABASTO PROVEEDOR	290	FRUTAS Y HORTALIZAS	Z. de Producción - S. de Remat
	3 DE FEBREO	180	FRUTAS Y HORTALIZAS	Z. de Producción - S. de Remat
	MAYORISTA DORREGO	175	FRUTAS Y HORTALIZAS	Z. de Producción - S. de Remat Saldías.
	ABASTO DE AVELLANEDA	150	FRUTAS Y HORTALIZAS	Z. de Prod. - S. de Rem - Sald
MERCADOS DE DISTRIBUCION	GRAN NORTE - BECCAR	80	FRUTAS Y HORTALIZAS	80% PESCADOS 20% ZONAS DE PRODUCCION, FONDO METAMENTE DEL-CINTURON VERDE DE BUENOS AIRES.
	CIUDAD DE BUENOS AIRES	88	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	LINIERS	80	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	GRAL. SAN MARTIN	58	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	TURDERA	68	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	LOMAS DEL MIRADOR	64	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	MORON	45	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	QUILMES	70	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	RICCHI	14	FRUTAS Y HORTALIZAS	
	VELSZ SANSFIELD	8	FRUTAS Y HORTALIZAS	
TOTALES	Fr. y 1.735.600 Ho.	1.612 oper.		
	Pes. 25.000	44 oper.		

661

(1) SE TRATA DE LOS VOLUMENES CORRESPONDIENTES A CASA AMARILLA Y LAS SUBCONCENTRACIONES DE MAEDO, CASEROS, BULLRICH Y MORO
(2) VOLUMEN REPRESENTATIVO DE CONCENTRACION OBLIGATORIA PARA CAPITAL FEDERAL (MERCADO CONCENTRADOR DE PESCADOS) ADEMAS OPERACIONES DE LAS SUBCONCENTRACIONES EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

//

CAPITULO IIIASPECTOS INSTITUCIONALES1. Investigación y extensión1.1 Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)

El INTA fue creado por decreto-ley no. 21.680, del 4 de diciembre de 1956, el que fija en su artículo 1o. los objetivos generales del organismo: "impulsar, vigorizar y coordinar el desarrollo de la investigación y extensión agropecuaria y acelerar con los beneficios de esas funciones fundamentales, la tecnificación y el mejoramiento de la empresa agraria y de la vida rural". En su artículo 2o., se expresa claramente que queda prohibido al INTA toda función de inspección y contralor de la producción agropecuaria. De acuerdo con este objetivo de la ley orgánica la misión fundamental del INTA es: Desarrollar al máximo la investigación, la experimentación y la extensión agropecuaria, mediante institutos (Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias), estaciones experimentales y agencias de extensión; y promover en función de tales servicios el aumento de la productividad y rentabilidad de la empresa agropecuaria, y el mejoramiento del nivel de vida de la familia, contribuyendo así al desarrollo de la comunidad rural.

Los resultados del INTA provienen: de un aporte inicial del Gobierno Nacional (m\$N 300.000.000.-) y de la percepción directa del producido de una tasa del 1,5 por ciento del valor de las exportaciones agropecuarias.

Es una entidad autárquica del Estado, que mantiene su relación con el Poder Ejecutivo Nacional a través de la Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería. Las resoluciones emanan de su propio directorio (Consejo Directivo), y el contralor de las inversiones y disposiciones administrativas por el Tribunal de Cuentas de la Nación se cumple a posterioridad de la substanciación de las mismas.

La Ley Orgánica limita los gastos en personal al 5 por ciento de su presupuesto total. Esta exigencia implica una descentralización de sus servicios ejecutivos, si se tiene en cuenta que a fines de 1966 de un total de 4.813 agentes incluidos los miembros del Consejo Directivo, personal jornalizado y contratado, solamente 243 desempeñaban funciones en la sede central; y de un total de 800 técnicos, sólo 20 prestaban servicios en la ciudad de Buenos Aires.

Los trabajos del INTA se planifican de acuerdo con una estructura que tiende a centralizar la dirección y a descentralizar la ejecución de las tareas. La programación se basa en el análisis integral de la situación presente de los principales rubros determinantes de su productividad, con participación de los especialistas más acreditados del país, pertenezcan o no al INTA, y de los sectores de la actividad privada directamente vinculados a los problemas específicos planteados por el rubro en estudio. Cada programa comprende un conjunto de planes de trabajo de investigación y extensión, agrupados en regiones ecológicamente representativas, o que presentan problemas o situaciones comunes, precio ajuste a nivel nacional en concordancia o armonía con la política económica superior del Gobierno Nacional.

//

11

Cada programa tiene un coordinador de los servicios técnicos responsables de su realización, y cada plan un técnico responsable principal de su desarrollo y cumplimiento, y la asignación presupuestaria correspondiente.

Si bien, en casi todos los países del mundo, la investigación, y extensión agrícola están a cargo del Estado, no sólo por el inmenso monto de su inversión, sino también por ser funciones básicas del desarrollo económico y social, el espíritu de la creación del INTA (que también es dependiente del Estado) ha sido dar a los productores la participación más amplia posible en el desarrollo de sus actividades, asimilándolo a un organismo de los productores rurales.

La participación de los productores se cumple a todos los niveles en la organización del INTA, siéndolo de carácter resolutivo a nivel nacional con voz y voto en el Consejo Directivo. Este órgano de conducción es el de máximo nivel en la estructura del INTA, y está integrado por seis (6) miembros designados por el Poder Ejecutivo Nacional de la siguiente forma: un presidente y vicepresidente en representación de la Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería de la Nación. Tres vocales en representación de los productores agropecuarios (uno por las cooperativas y dos por las asociaciones de productores) designados a propuesta de la S.E.A.G. de la Nación de ternas que elevarán las citadas entidades. Un vocal por las facultades de Agronomía y Veterinaria de las distintas Universidades, designado directamente por aquellas. Deberán poseer reconocida versación y notoria experiencia en materia agropecuaria.

Son atribuciones y deberes del Consejo Consultivo: estudiar las proposiciones de la Dirección General en materia de objetivos y planes generales de trabajo; dictar el reglamento del INTA así como estructurar y racionalizar sus servicios; contratar técnicos nacionales o extranjeros, estimular el perfeccionamiento del personal técnico del Instituto o de otras entidades privadas u oficiales mediante el otorgamiento de becas; administrar el Fondo Nacional de Tecnología Agropecuaria; elaborar el presupuesto general de cálculos de gastos y recursos y llevarlo a consideración del Poder Ejecutivo Nacional; celebrar convenios de colaboración con personas de existencia visible, jurídicas e instituciones particulares con el fin específico de realizar programas de investigación y de extensión agropecuaria; nombrar, promover y remover al personal; el personal técnico y administrativo será designado por concurso.

La Dirección General es el organismo ejecutivo del Instituto. Está integrado en su parte técnica por un director general y directores generales asistentes que entenderán en cada una de las ramas fundamentales de las actividades del Instituto, y en su parte administrativa por un director de administración que dependerá del Director General. Serán designados por el Consejo Consultivo conforme lo dicte la reglamentación. Son funciones de la Dirección General: formular los objetivos y planes generales de trabajo (elevándolos al Consejo Consultivo); asesorar al Consejo Consultivo y hacer cumplir sus resoluciones, manteniéndolo permanentemente informado sobre la marcha del organismo y coordinar la labor técnico-administrativa y ejercer todas aquellas otras funciones que no le estén expresamente reservadas a la decisión de otras autoridades u órganos (competencia residual).

También existe participación de los productores a nivel local en los Consejos Asesores de las estaciones experimentales y agencias de extensión.

//

La Carta Orgánica del INTA ha previsto la integración de las provincias, lo cual comporta necesariamente la coordinación de los servicios y de la utilización de los recursos, materiales y elementos destinados al cumplimiento de las funciones propias del Instituto. Además, con el Fondo de Promoción de Tecnología Agropecuaria (creado por prescripción de su Ley Orgánica), el INTA financia planes de investigación y extensión de las Facultades de Agronomía o Veterinaria de las distintas universidades, así como de sociedades de productores u otras entidades públicas o privadas. Este fondo se integra con una contribución financiera que realiza anualmente el INTA y que puede llegar hasta el 10 por ciento de su principal recurso de financiación.

Organización y servicios del INTA

Respecto a la organización, está estructurada en base a dos pilares fundamentales: el Consejo Directivo (que ya hemos visto con anterioridad) y los servicios técnicos. Estos últimos representan los órganos estables y permanentes de la Institución; el de mayor nivel es la Dirección General (que también se ha visto con anterioridad) del cual dependen: el Centro Regional de Investigaciones Agropecuarias, que está compuesto de diez institutos (ahora llamados departamentos) que realizan investigaciones básicas o fundamentales sobre problemas genéricos nacionales de su competencia (genética, botánica, patología vegetal, fiebre aftosa, etc.) y los Centros Regionales de Tecnología Agropecuaria, que en número de diez agrupan los órganos ejecutivos propiamente dichos del INTA: las estaciones experimentales con sus agencias de extensión agropecuarias; sus funciones son de supervisión y coordinación regional.

Las estaciones experimentales representan la integración al nivel de campo de la investigación y la extensión agropecuaria. Ellas son las responsables del mejoramiento de la productividad y rentabilidad de las empresas agropecuarias y del nivel de las comunidades rurales de su zona de influencia. Compete a las estaciones experimentales el estudio y solución de los problemas agropecuarios de su zona de influencia así como la aplicación de la tecnología actualizada en el manejo de la empresa agropecuaria, a través de las agencias de extensión, en función de la adopción generalizada por los productores de las técnicas recomendadas por la estación experimental. Cada estación experimental cuenta con: un servicio de investigación constituido por equipos interdisciplinarios de profesionales especializados y un servicio de extensión agropecuaria compuesto por agencias de extensión distribuidas en todo el área de influencia de la estación experimental.

Las agencias de extensión son los agentes de cambio de la actitud mental de la población rural. Están integradas por un equipo de extensionistas agrícolas, de economía del hogar rural y de juventudes rurales; estas agencias desarrollan programas educativos cuyas finalidades son: asistir técnicamente a los productores agropecuarios, con el objeto de mejorar el manejo de sus empresas y aumentar la productividad y rentabilidad de las mismas; asistir a las amas de casa, con el objeto de promover el mejoramiento del hogar rural, la economía hogareña y la salud familiar; asistir a los jóvenes rurales, con el objeto de que orienten su formación hacia la búsqueda de soluciones correctas para sus propios problemas, creando una actitud favorable a la utilización de nuevas técnicas y ayudando a su formación como ciudadano; asistir a la comunidad toda, para que se desarrolle íntegramente y satisfaga las crecientes necesidades de las familias que la componen, a través de la promoción del liderazgo.

//

//

Es decir, que estas agencias de extensión actúan concretamente como puente o vehículo entre la población rural y las fuentes de información, en especial las estaciones experimentales, de donde se extraen soluciones, para que las utilice dicha población rural.

Cada agencia de extensión cuenta con un Consejo de Promoción Rural integrado por representantes de las fuerzas vivas y de las instituciones educativas y culturales de su área de jurisdicción. El trabajo de extensión del INTA, destinado al progreso del campo argentino, se hace con las comunidades rurales y no para o en lugar de ellas.

2. Instituciones financieras

2.1 Banco Central de la República Argentina

El Banco Central de la República Argentina, es una entidad autárquica de la Nación, regida por las disposiciones de su Carta Orgánica y las demás normas legales concordantes. Sus relaciones con el Poder Ejecutivo Nacional serán mantenidas a través del Ministerio de Economía de la Nación. La Nación Argentina garantiza las obligaciones del Banco.

El Banco Central de la República Argentina, tiene por objeto la regulación del crédito y de los medios de pago a fin de crear condiciones que permitan mantener un desarrollo económico ordenado y creciente, con sentido social; un alto grado de ocupación y el poder adquisitivo de la moneda; vigilar la liquidez del mercado financiero y aplicar la ley de entidades financieras; actuar como agente financiero del Estado, asesor económico, financiero, monetario y cambiario del Poder Ejecutivo Nacional por intermedio del Ministerio de Economía de la Nación y depositario y agente del país ante las instituciones monetarias, bancarias y financieras internacionales a las cuales la Nación haya adherido.

Esta entidad es, por una parte quien emite billetes y monedas y actúa como agente financiero. Por otra parte, es el órgano de aplicación de la ley de entidades financieras, orienta y controla las actividades de este tipo, públicas o privadas.

2.2 Banco de la Nación Argentina

La Carta Orgánica del Banco de la Nación Argentina, que rige actualmente, es la Ley Nacional no. 21.351 del 5 de julio de 1976.

a) Naturaleza:

Es una entidad autárquica del Estado, con autonomía presupuestaria y administrativa, que integra el sistema bancario oficial y se rige por las disposiciones de su Carta Orgánica y de su decreto reglamentario y coordina su acción con la orientación económico-financiera que dicta el Gobierno Nacional.

b) Objeto:

- Apoyar la producción agropecuaria, promoviendo su eficiente desarrollo.
- Facilitar el establecimiento y arraigo del productor rural y su acceso a la propiedad de la tierra.

gml

//

//

- Financiar la eficiente transformación primaria de la producción agropecuaria a nivel del productor y su comercialización en todas sus etapas.
- Promover un equilibrado desarrollo regional y favorecer una armónica evolución de todos los sectores sociales.

c) Operaciones:

El Banco de la Nación podrá realizar por sí o con la participación de otras entidades locales o del exterior, todas las operaciones y servicios necesarios para el cumplimiento de sus objetivos, y en especial, podrá:

- a) Recibir depósitos por cuenta del Banco Central de la República Argentina.
- b) Obtener créditos del exterior y actuar como intermediario de créditos obtenidos en moneda nacional o extranjera.
- c) Otorgar créditos a corto, mediano y largo plazo.
- d) Actuar como corresponsal, agente o representante de otros bancos o entidades financieras del país o del exterior, dentro de sus fines específicos.

Le está expresamente prohibido al Banco: conceder créditos a la Nación, provincias o municipalidades, ni a las reparticiones autárquicas dependientes de ellas. Se exceptúan de esta prohibición a las empresas comerciales, industriales, o de servicios del Estado Nacional, provinciales o municipales y a servicios del Estado Nacional, provincial o municipal y a las empresas que pertenezcan total o parcialmente a esos estados, que estén facultadas para contratar como personas del derecho privado, siempre que tengan patrimonio independiente, no subsistan exclusivamente de asignaciones del Estado y sus recursos sean suficientes para cumplir las obligaciones con el Banco.

Las relaciones del Banco Nación, como integrante del sistema bancario oficial, con el Poder Ejecutivo Nacional, se mantendrán por intermedio del Banco Central de la República Argentina, conforme lo disponen los artículos tercero y cuarto de la ley no. 20.539 (Carta Orgánica del B.C. R.A.).

Se ha dispuesto también que la Nación Argentina responderá por las operaciones realizadas por el Banco de la Nación Argentina.

//

CAPITULO IVSITUACION JURIDICO-INSTITUCIONAL DEL SECTOR1. La política agropecuaria.

No existe una política explícita de producción hortícola, privilegiándose en general el abastecimiento interno de aquellos productos con mayor incidencia en la canasta familiar como es el caso de la papa. Cuando se prevé escasez se facilita su importación. Se carece en cambio de una política de colocación de excedentes y cuando estos se producen no resulta atractiva la exportación, el precio interno cae y no se comercializa la totalidad de la producción.

En el caso de la cebolla y el ajo, algunas zonas como el sur de Buenos Aires, Mendoza y San Juan destinan parte de la producción al mercado externo. Para estos productos como para las legumbres el precio internacional y el tipo de cambio determinan el precio al productor. Muy especialmente esto ocurre con el poroto alubia y el poroto negro dada la importancia de la exportación en la demanda total.

Los instrumentos de política manejados hasta el momento han sido los aranceles de importación de productos competitivos, insumos y bienes de capital; el régimen de pago de las importaciones, el tipo de cambio, derechos o reembolsos a las exportaciones de productos, impuestos, subsidios directos al productor y crédito. Estos instrumentos con la suspensión de los subsidios directos, derechos y reembolsos a la exportación han respondido a aspectos generales de política y no a objetivos específicos en relación a los productos tratados.

A partir de febrero de 1981 comenzaron a operarse cambios en la política económica implementada en el período 1978-80 y que había tenido una serie de efectos negativos sobre la producción.

Tasas muy positivas de interés y baja rentabilidad generaron un fuerte endeudamiento, particularmente en el sector de bienes exportables. Esto fue particularmente grave en el caso del área de producción de poroto del sur de Salta donde al no crecer la productividad, fue imposible cubrir los costos operativos involucrados en el cultivo. Se redujo asimismo la inversión en maquinaria dado los costos financieros existentes, se redujeron los aranceles de importación de los productos involucrados en este estudio, lo cual estimuló la importación de tomates y deprimió, atraso cambiario mediante, la exportación de ajo, cebolla y legumbres.

El tomate industria se vio afectado por la contracción del mercado interno y por la importación de enlatado en 1981.

Desde febrero de 1981 comienza a crecer el tipo de cambio real, mejora la rentabilidad de los productos de exportación y aumentó el precio de las importaciones. Para importar se requirió Declaración Jurada de Necesidad de Importación (DJNI) y los plazos de pago de las importaciones llegaron a reducirse a 120 días encareciendo el producto en razón de los costos de la financiación y la incertidumbre cambiaria.

Los productos destinados al mercado interno se beneficiaron por la eliminación de la competencia externa pero se enfrentaron a incrementos en los costos y un mercado con ingresos deprimidos.

//

me

//

2. Promoción de exportaciones

Los beneficios promocionales para exportaciones son de cuatro tipos:
a) directos; b) indirectos; c) especiales y d) financieros.

a) Beneficios directos

a.1) Draw-back

Están reglamentados por los decretos nos. 8.051/62; 7.567/63 y 9.249/63 y complementarios, y consiste en la devolución de los gravámenes que al momento de su importación hubieran tributado materias primas, materiales elaborados o semielaborados y envases que se incorporan a un producto y/o sus envases, embalajes o acondicionamiento de exportación.

Los reintegros pueden ser fijos, consistentes en la devolución de un determinado monto pre-establecido por cada unidad de producto exportado o variables.

El mayor o menor monto de estos reintegros dependerá de la mayor o menor incidencia que tenga el componente importado en el bien de exportación. Los reembolsos se perciben en forma directa mediante cheque que la A.N.A. extiende a nombre del exportador, con posterioridad a la exportación y previo trámite administrativo.

a.2) Reembolso impositivo general

Este sistema está reglamentado por las leyes nos. 19.184/71 (derogada por la aplicación del Nuevo Código Aduanero ley no. 22.415), 19.639/72 y 20.545; los decretos nos. 3.255/71 y modificatorios y diversas Resoluciones del órgano de aplicación.

Consiste en la devolución de un determinado porcentaje que, en concepto de gravámenes o impuestos locales (directos o indirectos, tanto nacionales, como provinciales y municipales) haya abonado un bien manufacturado en el país (nuevo, sin uso) y que se destine a la exportación. Los porcentuales se establecen de acuerdo con el grado de industrialización y se perciben sobre alguna de las siguientes bases:

- a) Sobre el precio FOB;
- b) Sobre el precio C&F si la exportación se realiza mediante transporte internacional argentino;
- c) Sobre el precio C&I (Costo y Seguro) si el seguro es contratado en el país; y
- d) Sobre el precio CIF, cuando se cumplimentan las dos condiciones anteriores.

La liquidación de los reembolsos se realiza en base al tipo de cambio correspondiente a la liquidación y/o negociación de las divisas.

a.3) Reembolsos adicionales por nuevos mercados

Este régimen está reglado por la ley no. 19.639/72 y los decretos nos. 2.863/72 y 3.442/71 y establece reembolsos adicionales para las ex

//

portaciones detalladas en las listas anexas al decreto no. 3.255/71, y cuando se exporten a mercados que no les son tradicionales. Este beneficio es acumulable al reembolso general y su otorgamiento mediante Resolución del Ministerio de Economía, tiene una vigencia de un año a partir de la fecha en que se presenta la solicitud.

a.4) Reembolsos para exportación de plantas completas o llave en mano

En general es un régimen que se establece con el objeto de otorgar los mayores porcentajes de reembolso y procura incentivar esta modalidad de venta. Sólo cabe aclarar que las exportaciones que se accionan a este régimen no pueden percibir los reembolsos generales y adicionales, ni el draw-back.

a.5) Reembolsos especiales

Estos beneficios fueron establecidos en forma transitoria por el decreto no. 1.691/81, que establece reembolsos especiales del 15 por ciento para aquellos exportadores que, teniendo como mínimo dos años de antigüedad en el registro de la A.N.A., logren superar, en una o más operaciones a partir del 24 de octubre de 1981 y hasta el 24 de abril de 1982 la media de las exportaciones que hubieren realizado en el período del 1.º de julio de 1980 al 30 de junio de 1981, ambas fechas inclusive, a valor FOB.

Los exportadores sin antecedentes históricos en el período mencionado o los que no hubieren superado los US\$ 50.000 gozan igualmente del beneficio, debiendo reemplazar la media por US\$ 25.000.

a.6) Reintegro impositivo

Consiste en la devolución de hasta el 10 por ciento del monto total de las licitaciones internacionales que se adjudiquen a empresas argentinas.

b) Beneficios indirectos

b.1) Exención del I.V.A.

Las exenciones del I.V.A. para las operaciones de exportación y las compras locales de bienes y servicios incorporados a un bien de exportación, se establecen en la ley no. 27.294/80, artículo 27.

Las tramitaciones se realizan ante la dependencia de la DGI que le corresponda al exportador una vez efectuada la exportación respectiva.

b.2) Exención de impuestos internos

La Ley de Impuestos Internos establece la exención de este tributo, cuando los productos gravados (cigarrillos, bebidas, objetos suntuarios, etc.) son exportados. Las Resoluciones nos. 991, 1.648 y la Resolución General DGI no. 2.100, reglan dos formas de efectivizar la exención:

- a) Mediante devolución en efectivo o crédito fiscal; y
- b) Mediante el descuento automático de los impuestos internos pagados por el producto a exportar en los libros del exportador. //

//

b.3) Exención del impuesto a las ganancias

La Ley del Impuesto a las Ganancias establece en su artículo 20, inciso 1, que están exentos del pago de este impuesto los importes que se perciben en concepto de reembolsos por exportaciones.

b.4) Exención de los impuestos a los ingresos brutos o a las actividades lucrativas

En distintas legislaciones municipales y provinciales, se ha incorporado este tipo de exención, cuando se trate de la radicación de actividades productoras de bienes de exportación.

c) Beneficios especiales

c.1) Seguros de crédito a las exportaciones

Este régimen se establece en las leyes nos. 17.267/67; 18.189/69 y 20.229/73 y los decretos nos. 3.040/67; 1.871/69 y 3.145/73. De acuerdo con el mismo, los riesgos comerciales son cubiertos por la Compañía Argentina de Seguros de Crédito a la Exportación S.A. y Aseguradora de Créditos y Garantías S.A., por hasta un monto equivalente al 85 por ciento del crédito neto otorgado al importador a un plazo máximo de hasta 5 años y mediante el pago de una prima que oscila entre el 1 y el 6 por ciento.

Los riesgos extraordinarios son asumidos por el Estado Nacional, con una cobertura de hasta el 100 por ciento, a un plazo máximo de hasta 8 1/2 años.

El mismo régimen contempla la cobertura de los denominados "riesgos de fabricación" y las "exportaciones de obras".

c.2) Registros de contratos de exportación y reajustes compensadores

El régimen de los ajustes compensadores está establecido por el decreto no. 2.785/75, las Resoluciones SECYNE nos. 284, 285, 288 y 290/75, y el Decreto Modificatorio no. 2.868/79.

Las operaciones registradas en estas condiciones, tienen garantizadas el contravalor en pesos de la exportación, vigente a la fecha de su inscripción y corregido en la proporción que corresponda según la evolución de los costos internos, la paridad cambiaria y los precios internacionales.

c.3) Régimen de envío de partes y piezas

Los decretos nos. 1.517/74 y 2.050/77, autorizan el envío al exterior de partes y piezas de automotores, tractores, maquinaria vial, motores de combustión interna, material ferroviario, grupos eléctricos, material naval, receptores de televisión, máquinas lavavajilla automáticas de uso doméstico, generadores, motores eléctricos, acoplados, semirremolques, furgones, carretones y otros tipos de unidades de transporte no automotor destinado a sustituir las similares deterioradas por fallas de material o de fabricación, sin el consiguiente ingreso de divisas.

//

//

c.4) Exportación temporaria

La ley no. 18.596 y los decretos nos. 2.247/76 y 864/77; la Resolución no. 766/79 del Ministerio de Economía y los artículos 349 a 373 del Código Aduanero, autorizan la salida temporaria de mercaderías al exterior, con la condición de que retornen al país en un plazo que oscila entre 1 y 3 años. La A.N.A. exige únicamente una garantía o aval bancario por los gravámenes o tributos a la que pudiera estar sujeta la mercadería al momento de su envío al exterior, así como la refinanciación bancaria del permiso de embarque.

c.5) Envío de mercaderías en consignación

Estas operaciones se encuentran reglamentadas en el decreto no. 637/79, la Resolución no. 3.371/80 de la Administración Nacional de Aduanas, los artículos 349 al 373 del Código Aduanero y varias circulares del Banco Central. La mercadería puede permanecer en el exterior durante un plazo de 360 días corridos a partir de la fecha de oficialización del permiso de embarque.

c.6) Admisión especial

Este régimen fue instaurado el 10 de setiembre de 1978, mediante decreto no. 2.191 y consiste en la introducción de mercaderías con suspensión del pago de derechos y demás tributos de importación, por un plazo determinado, para ser sometidos a un perfeccionamiento industrial en el país y reexpedidos al extranjero (dentro de los 360 días a contar de la fecha del despacho a plaza).

c.7) Reimportación

La ley no. 19.656/72 y el Código Aduanero, autorizan el reintegro sin pago de los impuestos de importación, dentro de plazos que varían entre 1 y 5 años, de productos exportados en forma definitiva que por determinadas circunstancias deben retornar al país.

d) Beneficios financieros

d.1) Financiamiento de exportaciones con préstamos del exterior

La Circular COPEX no. 1 (Capítulo I, punto 1.5) del 23 de marzo de 1981 permite el ingreso de préstamos desde el exterior, para ser aplicados al financiamiento de exportaciones. El plazo del ingreso es de 180 días, pudiendo financiarse hasta el 100 por ciento del valor FOB y su autorización se realiza con el ingreso de las divisas recibidas del exterior en pago de la exportación o al momento en que se realiza el descuento de letras. Las tasas de interés que se pacten no pueden exceder de 3 puntos a las tasas Libor o Prime Rate.

d.2) Prefinanciación de exportaciones promocionadas

El régimen se encuentra en la Circular OPRAC no. 1, Capítulo I, punto 2.1 y Comunicación A no. 49. Son créditos en dólares que se otorgan sobre contrato de compra, venta internacional, orden de compra en firme o carta de crédito irrevocable, con anterioridad al embarque, con el objeto de financiar las etapas previas a la exportación.

//

//

El régimen establece beneficios diferenciales, según se detalla a continuación:

- Productos de la lista 1 (bienes de capital) hasta un 80 por ciento del valor FOB y un año de plazo;
- Productos de la lista 2 (bienes durables y semidurables) hasta el 70 por ciento del valor FOB y 180 días de plazo; y
- Productos de la lista 3 (otros bienes) hasta el 60 por ciento del valor FOB y 180 días de plazo.

En ciertos casos muy específicos, los plazos y las condiciones de otorgamiento pueden llegar a ser más beneficiosos.

d.3) Financiación de exportaciones promocionadas

La norma que regía este régimen es la Circular OPRAC no. 1, Capítulo I, punto 2.3 y la Comunicación A no. 49.

Pueden financiarse:

- Productos de la lista 1; hasta el 85 por ciento del valor FOB en un plazo de hasta 8 1/2 años;
- Productos de la lista 2; hasta el 80 por ciento del valor FOB y hasta 3 años de plazo;
- Productos de la lista 3; hasta el 80 por ciento del valor FOB y un plazo de un año;
- Productos de la lista 4; hasta el 80 por ciento del valor FOB, con un año de plazo;
- Buques tipificados como bien de capital y plataformas para perforaciones submarinas; hasta 10 años de plazo, según porcentajes que establece el BCRA en cada caso;
- Servicios técnicos, investigaciones y estudios; hasta el 90 por ciento de su valor en las condiciones que establezca el BCRA; y
- Fletes y seguros: hasta el 100 por ciento de su valor.

En los restantes casos (plantas industriales "llave en mano", mercaderías en las que intervenga el régimen de admisión temporaria, etc.) la financiación está sujeta a consulta previa ante el Banco Central.

La tasa de interés es de hasta un 7 1/2 por ciento anual sobre saldos deudores, incluyendo los gastos y comisiones normales de la operación. Los recaudos que deben tomarse son los que a continuación se mencionan:

- a) Seguro de crédito, o bien;
- b) Aval de un banco del exterior; y
- c) Aval de una entidad financiera no bancaria del exterior.

Pueden quedar exceptuadas de las garantías las operaciones de montos inferiores a US\$ 200.000.

//

//

Si al vencimiento de las letras existiesen dificultades de cobro en el exterior, el exportador tiene acceso al mercado de cambios para dar cumplimiento a las obligaciones contraídas con el banco descontante (ingreso de las divisas en término) y a su vez este con el Banco Central.

3. Aranceles y otros gravámenes a la importación

Tal como se puede observar en el cuadro no. 14 los aranceles y otros gravámenes a la importación muestran para el caso de hortalizas y legumbres sin elaborar un nivel de protección del 18 por ciento. Los aranceles para los productos industrializados luego de una reducción drástica del 53 al 33 por ciento de protección en enero de 1979 suben al 38 por ciento, en marzo de 1981 para luego reducirse al 33 por ciento, en marzo de 1982. A partir de diciembre de 1980 se eliminan los gravámenes no arancelarios.

Para el poroto el arancel ha crecido entre 1979 y marzo de 1981 donde se situaba en el 23 por ciento, para luego descender al 21 por ciento en 1982. Los otros gravámenes no arancelarios fueron eliminados en 1980.

El resto de las legumbres cuenta con un nivel de protección menor ubicado en un arancel del 12 por ciento a partir de marzo de 1982.

//

sp

CUADRO No. 19

ARANCELES Y OTROS GRAVAMENES A LA IMPORTACION (%)

	Hortalizas y Legumbres sin elaborar			En Conserva		
	Arancel	Otros	Total	Arancel	Otros	Total
Hasta noviembre de 1977	5	8	13	45	8	53
desde diciembre de 1977	10	8	18	45	8	53
desde enero de 1979	10	8	18	25	8	33
	Poroto			Pesto		
	Arancel	Otros	Total	Arancel	Otros	Total
" diciembre de 1979	10	8	18	0	8	8
" " 1980	18	0	18	8	0	8
" marzo " 1981	23	0	23	13	0	13
" " " 1982	21	0	21	12	0	12

FUENTE: Insumos S.N.E. Y S.R.