

**Pineapple Study for
Argentina
Chile
Peru
Uruguay
Analysis and Results**

BY: CARLOS MELLO MOYANO

Prepared for the U. S. Agency for International Development under AID Contract No. 511-C-00-99-00114-00

Contact: Steve Huffstutlar, Chief of Party

March 7, 2001
Cochabamba

Edificio Los Tiempos Piso 7
Telf. 252096, 251655, 257827, 530278, 530149 Fax. 232773
Cochabamba, Bolivia

SUMARIO

REPORT

I A XIII

1- EL MERCADO MUNDIAL DE LA PIÑA	1
1.1-CARACTERÍSTICAS	1
1.2 LAS VARIEDADES COMERCIALES	1
1.3.-PRODUCCION MUNDIAL	2
1.4-EXPORTACIONES	4
1.5 IMPORTACIONES	5
1.6-PERSPECTIVAS	6
2.- ARGENTINA	7
2.1-INTRODUCCION	7
2.2- IMPORTACIONES	7
2.3- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	8
2.4- NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS	9
2.5-ESTÁNDARES DE CALIDAD	10
2.6-EMPACADO	10
2.7- PRECIOS AL NIVEL DE IMPORTACION	10
2.8- PRECIOS AL NIVEL DE MERCADOS MAYORISTAS	11
2.9- PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES	13
2.10-MÁRGENES	13
2.11-CANALES DE DISTRIBUCIÓN	13
2.12-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN	13
2.13-VÍAS DE ENTRADA	13
2.14- PRINCIPALES IMPORTADORES	14
2.15.-VINCULACIONES CON EMPRESAS MULTINACIONALES DE COMERCIALIZACIÓN	14
2.15-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO	15
2.16-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS	15
2.17- PUBLICIDAD	15
2.18-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO	15
3.CHILE	16
3.1-INTRODUCCION	16
3.2-IMPORTACIONES	16
3.4-DEMANDA TOTAL	17
3.5- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	17
3.6- PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA	17
3.6-NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS	18
3.7-ESTÁNDARES DE CALIDAD	18
3.8-EMPACADO	19
3.9-PRECIOS A NIVEL DE IMPORTACIÓN	19

3.10-PRECIOS A NIVEL DE MERCADO MAYORISTA	19
3.11-PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES	19
3.12-MARGENES	20
3.13-CANALES DE DISTRIBUCIÓN	20
3.13- INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN	20
3.14- CICLO DE VIDA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA A MINORISTA	20
3.15- VÍAS DE ENTRADA	20
3.16-PRINCIPALES IMPORTADORES	21
3.17-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO	21
3.18-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS	21
3.19-BARRERAS NO ARANCELARIAS	22
3.21.-COSTOS PARA EL IMPORTADOR	22
3.22-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO	22
4.- URUGUAY	23
4.1-INTRODUCCION	23
4.2-IMPORTACIONES	24
4.5-ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	25
4.4-PERSPECTIVAS	26
4.5-NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS	26
4.6-ESTÁNDARES DE CALIDAD	26
4.7 EMPACADO	26
4.8-CALIDAD SEGÚN ORIGEN	27
4.9-PRECIOS A NIVEL DE IMPORTACION	27
4.10-A NIVEL DE MAYORISTAS EN EL MERCADO MODELO	27
4.11-PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES	28
4.12-MARGENES	28
4.13-FORMAS DE COTIZACIÓN	28
4.14-CONDICIONES DE PAGO	29
4.15- CANALES DE DISTRIBUCION	29
4.16-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN	29
4.17-CICLO DE VIDA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA A MINORISTA	29
4.18-VÍAS DE ENTRADA	29
4.19-PRINCIPALES IMPORTADORES	30
4.20-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO	30
4.21-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS	30
4.22-BARRERAS NO ARANCELARIAS	31
4.23-COSTOS DE INTERNACIÓN DE LA MERCADERÍA	31
4.24-PUBLICIDAD	31
4.25-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO	32

5.PERU	33
5.1-INTRODUCCION	33
5.2- ESTRUCTURA NACIONAL DE PRODUCCIÓN – 1965 A 2000	33
5.3- IMPORTACIONES	34
5.4-MARCAS	34
5.5-DEMANDA TOTAL	35
5.6- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA	35
5.7- NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS	35
5.8-ESTÁNDARES DE CALIDAD	35
5.9-EMPACADO	35
5.10-CALIDAD SEGÚN ORIGEN	35
5.11- PRECIOS AL NIVEL DE MERCADOS MAYORISTAS	36
5.12- PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES	36
5.13-CANALES DE DISTRIBUCIÓN	36
5.14-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN	36
5.15- CICLO DE VIDA DE LA FRUTA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA	36
5.16-VÍAS DE ENTRADA	37
5.17- PRINCIPALES IMPORTADORES	37
5.18-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO	37
6 CONCLUSIONES	38

REPORT

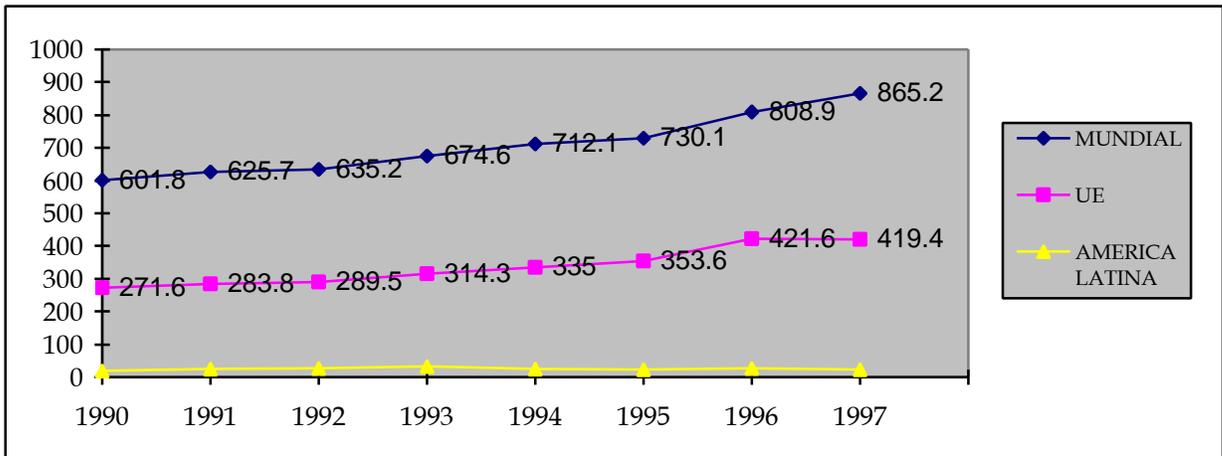
METODO :
 ENTREVISTAS CON INFORMANTES CALIFICADOS CON VISITAS A LOS PAISES EN ESTUDIO Y DATOS PROVENIENTES DE FUENTES SECUNDARIAS

TEMA	RESULTADOS	CONCLUSIONES																									
IMPORTACIONES	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>PAIS</th> <th>T 99</th> <th>T 94</th> <th>U\$S 99</th> <th>U\$S 94</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL</td> <td>20099</td> <td>13540</td> <td>5773</td> <td>4466</td> </tr> <tr> <td>ARGENTINA</td> <td>13766</td> <td>9503</td> <td>3627</td> <td>3231</td> </tr> <tr> <td>CHILE</td> <td>5382</td> <td>3130</td> <td>1851</td> <td>897</td> </tr> <tr> <td>URUGUAY</td> <td>951</td> <td>907</td> <td>295</td> <td>338</td> </tr> </tbody> </table>	PAIS	T 99	T 94	U\$S 99	U\$S 94	TOTAL	20099	13540	5773	4466	ARGENTINA	13766	9503	3627	3231	CHILE	5382	3130	1851	897	URUGUAY	951	907	295	338	<p>EL MERCADO AUMENTO 29% EN VALORES Y 48% EN TONELADAS</p>
PAIS	T 99	T 94	U\$S 99	U\$S 94																							
TOTAL	20099	13540	5773	4466																							
ARGENTINA	13766	9503	3627	3231																							
CHILE	5382	3130	1851	897																							
URUGUAY	951	907	295	338																							
PERU	<p>SE ABASTECE CON PRODUCCION NACIONAL DE NO MUY BUENA CALIDAD</p>	<p>RECOMENDAMOS PROFUNDIZAR EN ESTE PAIS</p>																									
PARTICIPACION DE LOS COMPETIDORES	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>PAIS</th> <th>1994</th> <th>1999</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTAL</td> <td>13540</td> <td>20099</td> </tr> <tr> <td>ECUADOR</td> <td>3545</td> <td>5048</td> </tr> <tr> <td>BRASIL</td> <td>8475</td> <td>13442</td> </tr> <tr> <td>BOLIVIA</td> <td>1011</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>OTROS</td> <td>509</td> <td>1566</td> </tr> </tbody> </table>	PAIS	1994	1999	TOTAL	13540	20099	ECUADOR	3545	5048	BRASIL	8475	13442	BOLIVIA	1011	43	OTROS	509	1566	<p>ECUADOR HA CRECIDO UN 42%, BRASIL UN 59%, BOLIVIA DISMINUYO UN 96% Y OTROS AUMENTO UN 207%</p>							
PAIS	1994	1999																									
TOTAL	13540	20099																									
ECUADOR	3545	5048																									
BRASIL	8475	13442																									
BOLIVIA	1011	43																									
OTROS	509	1566																									
U\$S POR TONELADA (AÑO 2000)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>PAIS</th> <th>ECUADOR</th> <th>BRASIL</th> <th>COSTA RICA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ARGENTINA</td> <td>278</td> <td>276</td> <td>450</td> </tr> <tr> <td>CHILE</td> <td>278</td> <td></td> <td>545</td> </tr> <tr> <td>URUGUAY</td> <td></td> <td>324</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	PAIS	ECUADOR	BRASIL	COSTA RICA	ARGENTINA	278	276	450	CHILE	278		545	URUGUAY		324		<p>POR LOS PRECIOS SON MEJORES LOS MERCADOS DE CHILE Y URUGUAY</p>									
PAIS	ECUADOR	BRASIL	COSTA RICA																								
ARGENTINA	278	276	450																								
CHILE	278		545																								
URUGUAY		324																									

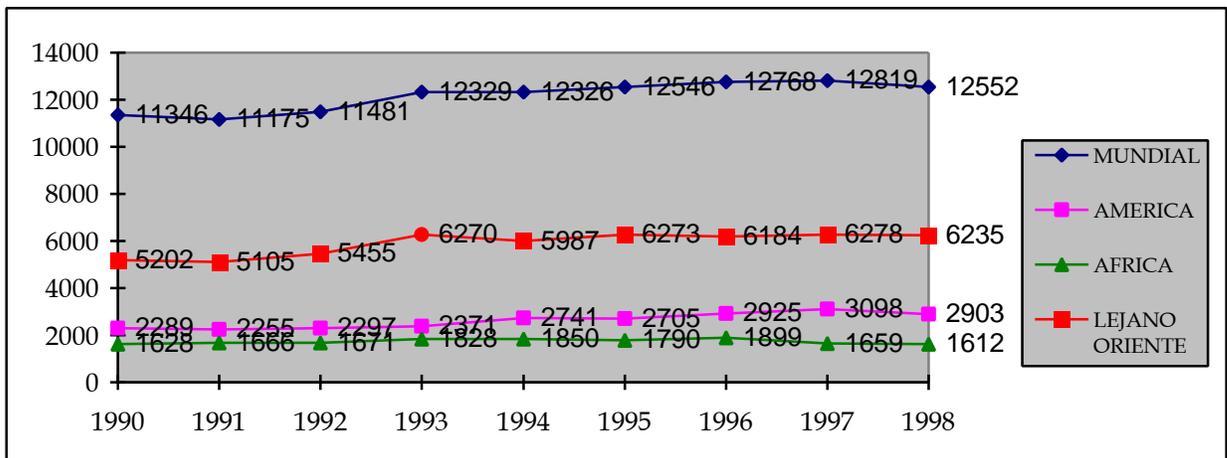
CONCLUSIONES :

- LOS MERCADOS SE ENCUENTRAN EN CRECIMIENTO
- BOLIVIA A DISMINUIDO SU PARTICIPACION
- NO EXISTEN PROBLEMAS DE MERCADO PARA UN AUMENTO DE LAS EXPORTACIONES BOLIVIANAS

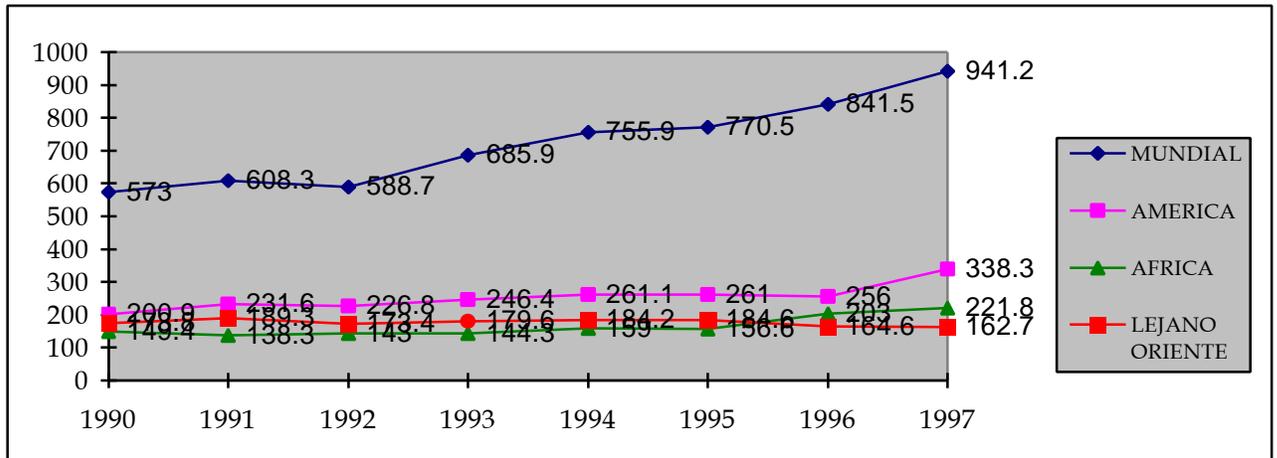
**1.- EVOLUCIÓN DE IMPORTACIONES MUNDIALES
 (MILES DE TONELADAS)**



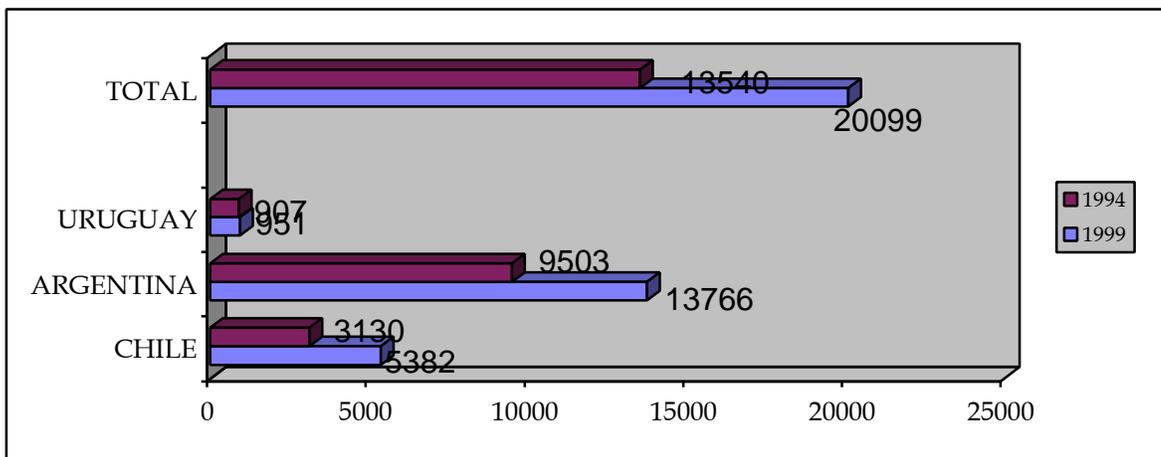
**2.- PRODUCCION MUNDIAL Y REGIONAL DE PIÑAS
 (MILES DE TONELADAS)**



**3.- EXPORTACIONES MUNDIALES Y REGIONALES DE PIÑAS
 (MILES DE TONELADAS)**

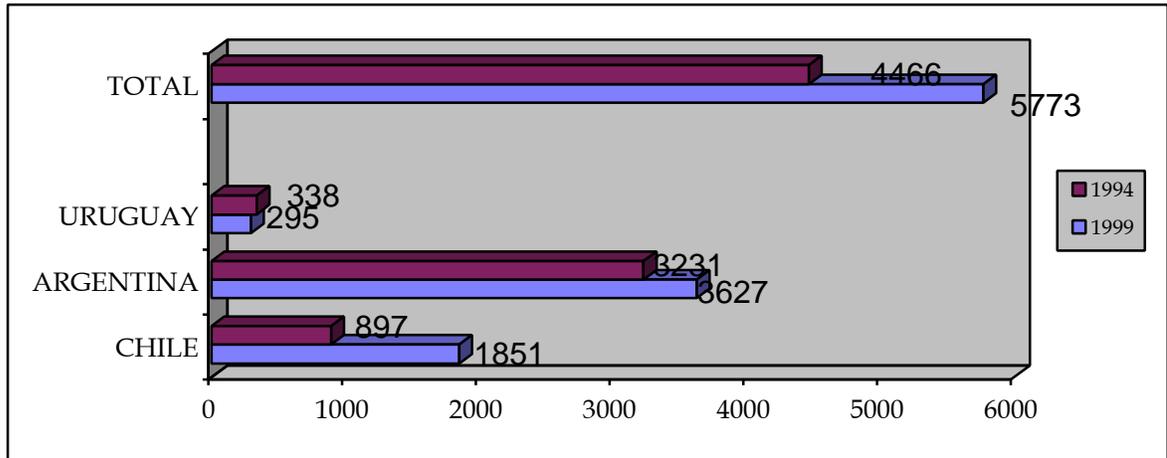


**4.- IMPORTACIONES DE PIÑAS : 1994 - 1999
 (TONELADAS)**



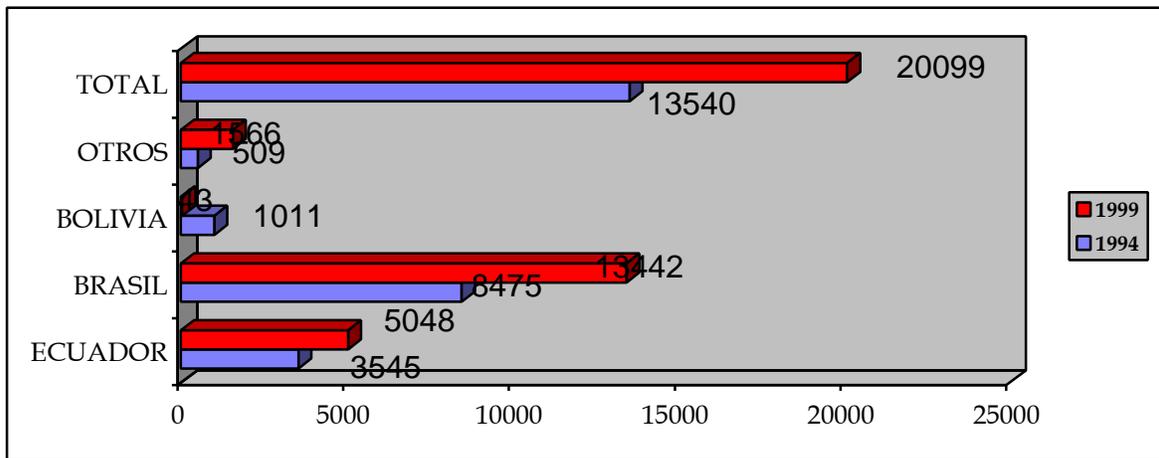
	CHILE	ARGENTINA	URU GUAY	TOTAL
1999	5382	13766	951	20099
1994	3130	9503	907	13540

**5.- IMPORTACIONES DE PIÑAS : 1994 - 1999
 (MILES DE U\$S CIF)**



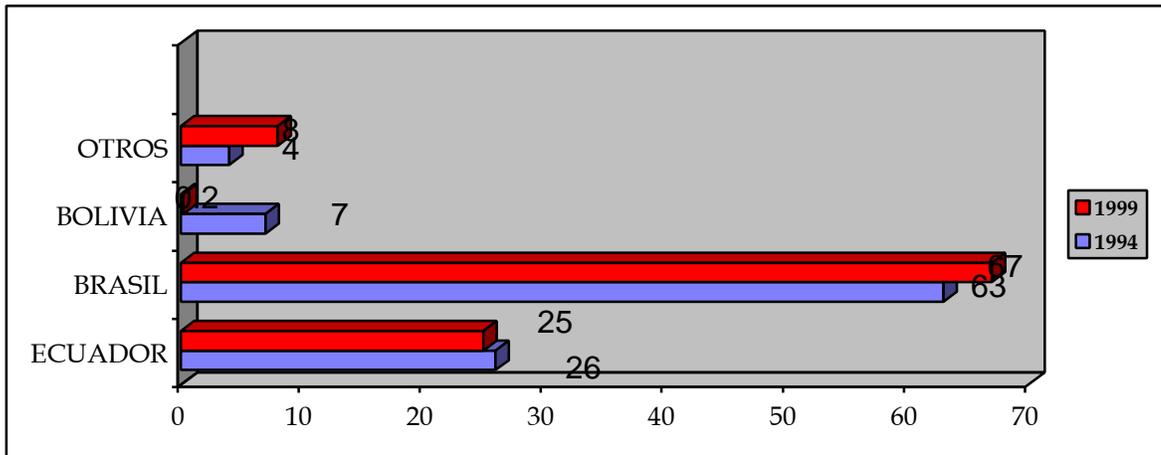
	CHILE	ARGENTINA	URU GUAY	TOTAL
1999	1851	3627	295	5773
1994	897	3231	338	4466

**6.- PARTICIPACIÓN DE LOS CONCURRENTES : 1994 VS 1999
 (TONELADAS)**

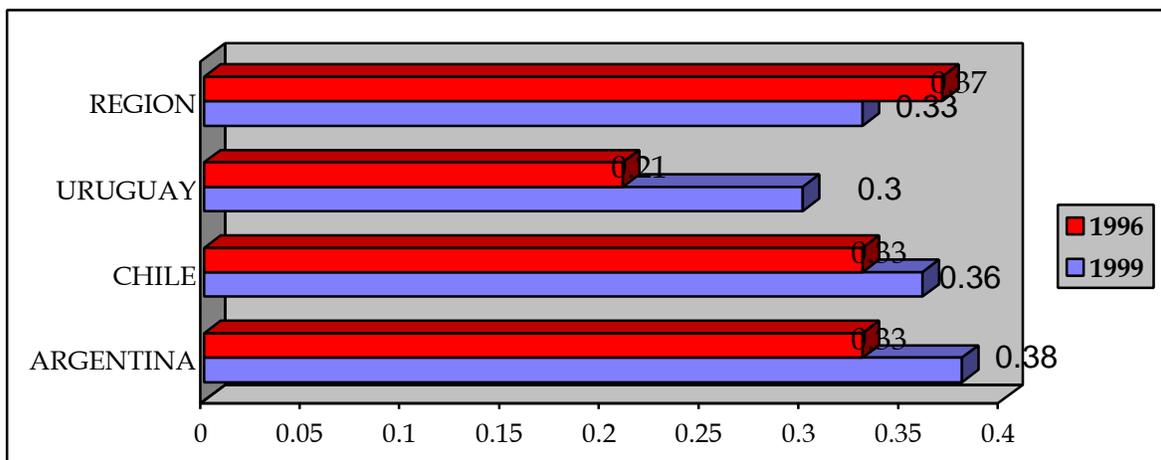


	ECUADOR	BRASIL	BOLIVIA	OTROS	TOTAL
1994	3545	8475	1011	509	13540
1999	5048	13442	43	1566	20099

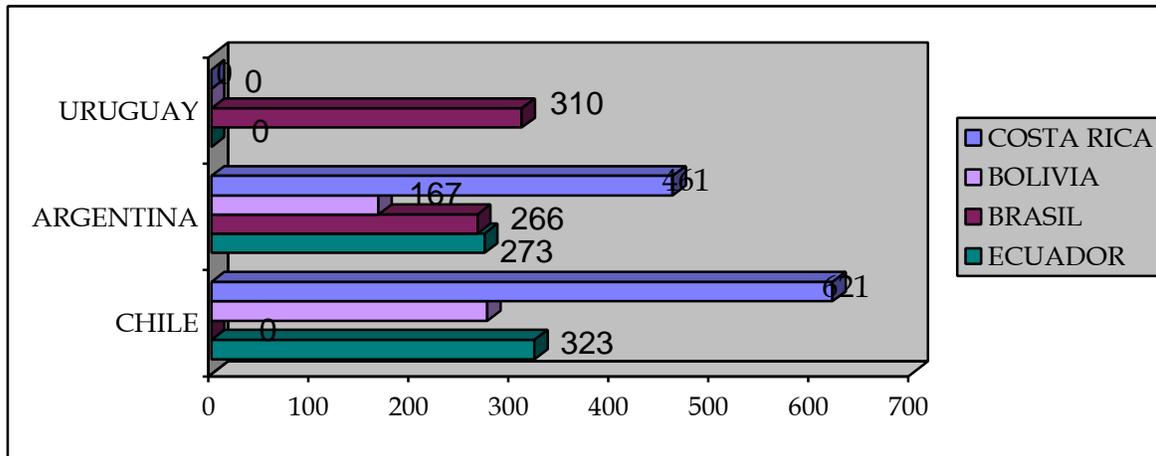
7.- PARTICIPACIÓN DE LOS CONCURRENTES : 1994 VS 1999
(%)



8.- CONSUMO PER CAPITA EN LA REGION
(Kg./HABITANTE)

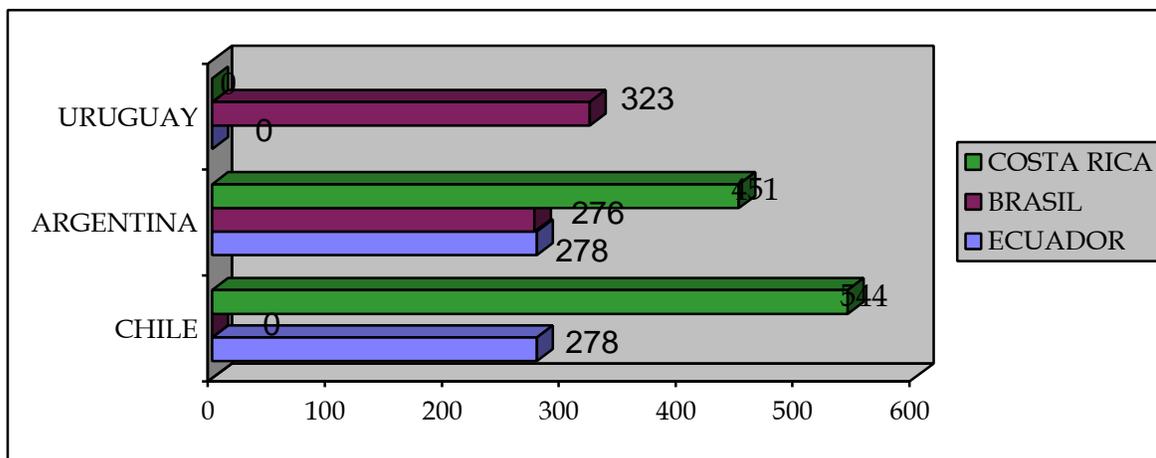


**9.- PRECIOS DE IMPORTACIONES DE PIÑAS AÑO 1999
(SEGÚN ORIGEN EN U\$S CIF POR TONELADA)**



PAIS/ORIGEN	ECUADOR	BRASIL	COSTA RICA	BOLIVIA
URUGUAY		310		
ARGENTINA	273	266	461	167
CHILE	323		621	276

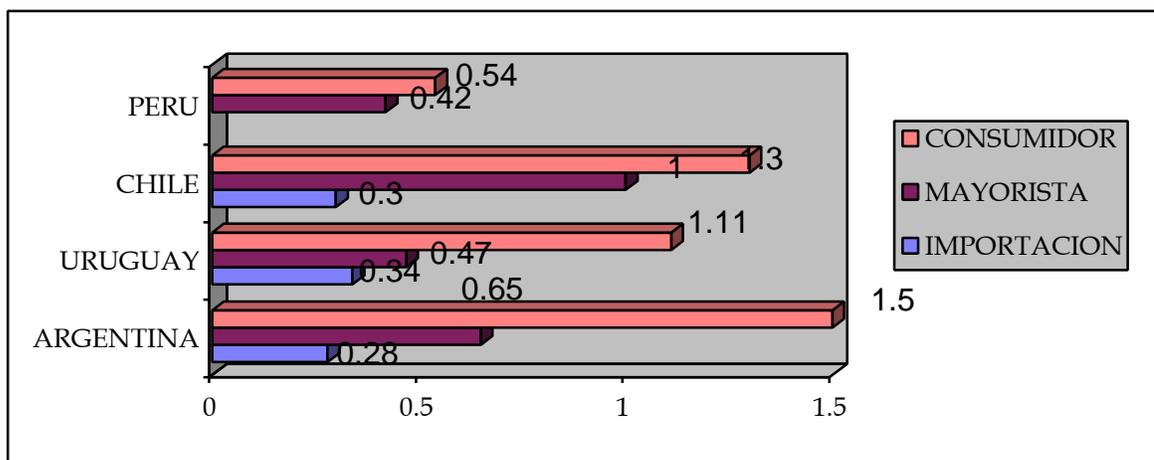
**10.- PRECIOS DE IMPORTACIONES DE PIÑAS AÑO 2000
(SEGÚN ORIGEN EN U\$S CIF POR TONELADA)**



PAIS/ORIGEN	ECUADOR	BRASIL	COSTA RICA	BOLIVIA
URUGUAY		323		
ARGENTINA	278	276	451	
CHILE	278		544	

11.- PRECIOS DE PIÑAS : IMPORTACIONES, MERCADOS Y AL CONSUMIDOR- AÑO 2000-

(EN U\$S POR Kg.)

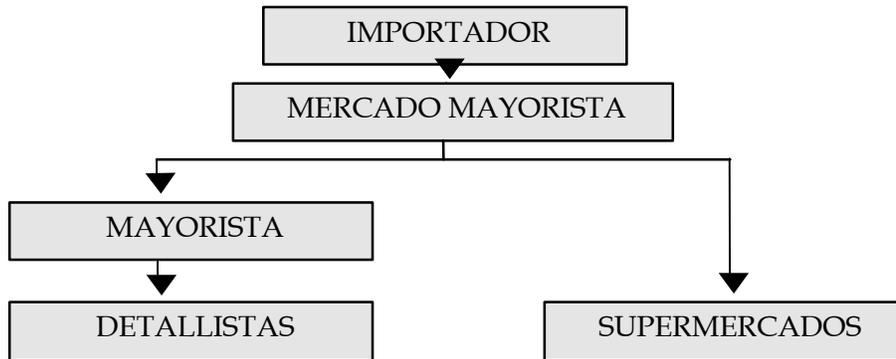


12.- RELACIÓN DE PRECIOS POR TONELADAS DE PIÑAS SEGÚN ORIGEN EN MERCADOS DE ARGENTINA, URUGUAY Y CHILE

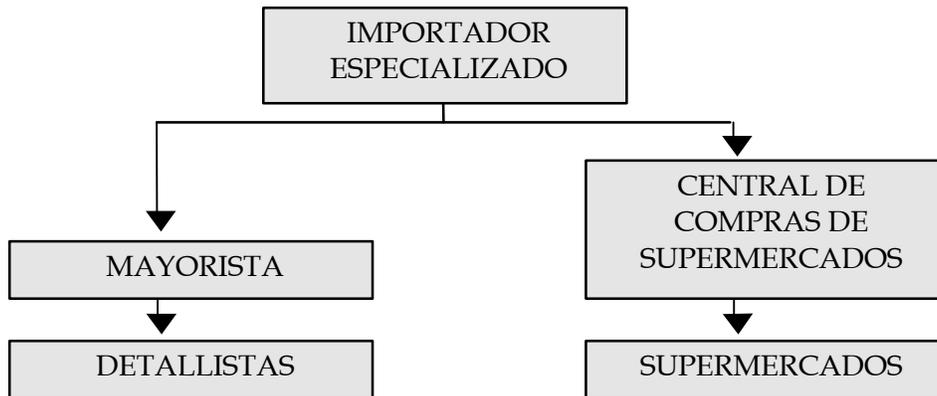
AÑO	ARGENTINA			URUGUAY	CHILE
	ECUADOR	BRASIL	ECUADOR/ BRASIL	BRASIL	ECUADOR
98		290			
99	158	265	0.60	310	323
2000	278	276	1.01	324	278

13.- ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN SEGÚN PAÍS

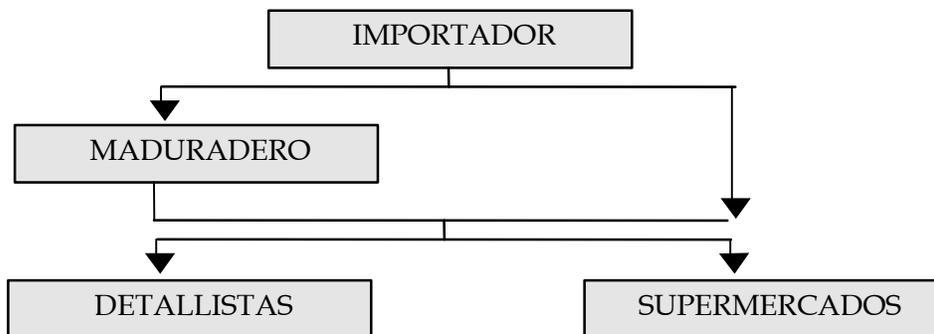
ARGENTINA



CHILE



URUGUAY



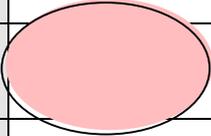
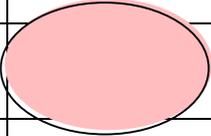
14.- RESUMEN DE MERCADO DE PIÑA

	CHILE	URUGUAY	ARGENTINA	PERU
MERCADO DE IMPORTACIÓN AÑO 1999	5.382 TON.	951 TON.	13.766 TON.	0 TON.
HABITO DE CONSUMO	MUY BAJO	MUY BAJO	MUY BAJO	
ESTACIONALIDAD DE DEMANDA	VERANO	VERANO	VERANO	TODO EL AÑO
ABASTECEDORES EXTERNOS	ECUADOR 94%	BRASIL 100%	BRASIL 91%	NACIONAL 100%
IMPORTADORES	POCOS	POCOS	POCOS	
PRECIO CIF 1999 U\$S/Kg.	ECUADOR 0.32	BRASIL 0.31	BRASIL 0.27	
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	100% PARA BOLIVIA, ECUADOR Y BRASIL	100% PARA BOLIVIA Y BRASIL, 1% ECUADOR	100% PARA BOLIVIA, ECUADOR Y BRASIL	100% PARA BOLIVIA
BARRERAS NO ARANCELARIAS	MUY ESTRICTO CONTROL SANITARIO	ESTRICTO CONTROL SANITARIO	MUY ESTRICTO CONTROL SANITARIO	
EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO	MEDIA	MEDIA	MEDIA	

15.- PUNTOS FUERTES Y DÉBILES DE BOLIVIA

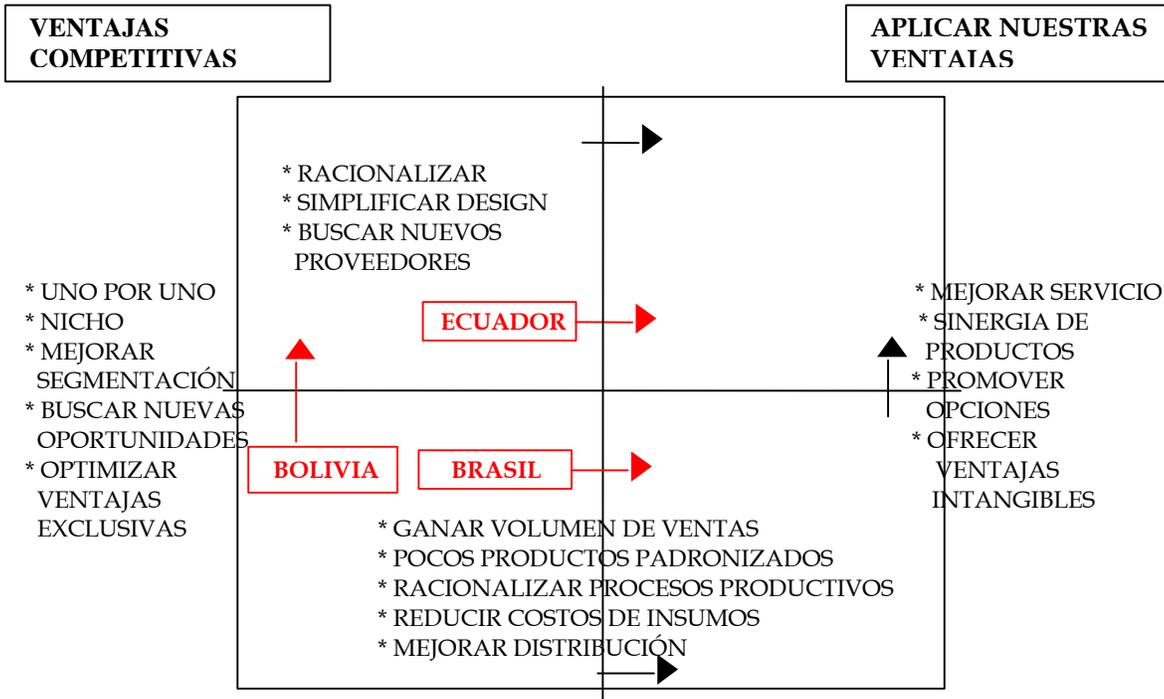
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DEBILES
<ul style="list-style-type: none"> ◆ CERCANIA A LOS MERCADOS DE CORDOBA, IQUIQUE Y ANTOFAGASTA ◆ COSTO DE PRODUCCION QUE PUEDEN SER COMPETITIVOS ◆ CALIDAD DE LA FRUTA ◆ SISTEMA IMPOSITIVO DE DEVOLUCIÓN ◆ BALANZA COMERCIAL CON LOS PAÍSES ESTUDIADOS ◆ CAPACIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ COMPETENCIA POR PRODUCCIÓN ◆ COSTO DE PRODUCCIÓN DE COCA ◆ COSTO Y CALIDAD DEL TRANSPORTE ◆ MANEJO DE COSECHA Y DE VARIOS IMPUESTOS POST- COSECHA ◆ EMPAQUE DE COSTO ALTO ◆ CAPACIDAD DE EMPRESAS ◆ ESTRUCTURA SOCIAL DE LAS EXPORTADORAS, PRODUCCIÓN CON MUCHAS PLANTACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ◆ AUSENCIA DE CARRETERAS ADECUADAS PARA COMUNICARSE CON ARGENTINA Y URUGUAY ◆ TRANSPORTE REFRIGERADO A COSTO COMPETITIVO ◆ INTERNACIONALIZACIÓN DE CADENAS DE DISTRIBUCIÓN MUY ARRAIGADAS EN EL MERCADO REGIONAL ◆ FUERTE COMPETENCIA DE OTROS CONCURRENTES COMO ECUADOR Y BRASIL ◆ BAJOS VOLUMENES EXPORTABLES ◆ RESTRICCIONES SANITARIAS Y PREVISIBLES NUEVAS NORMATIVAS FITOSANITARIAS

16.- CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO VS TIPOLOGÍA DEL MERCADO

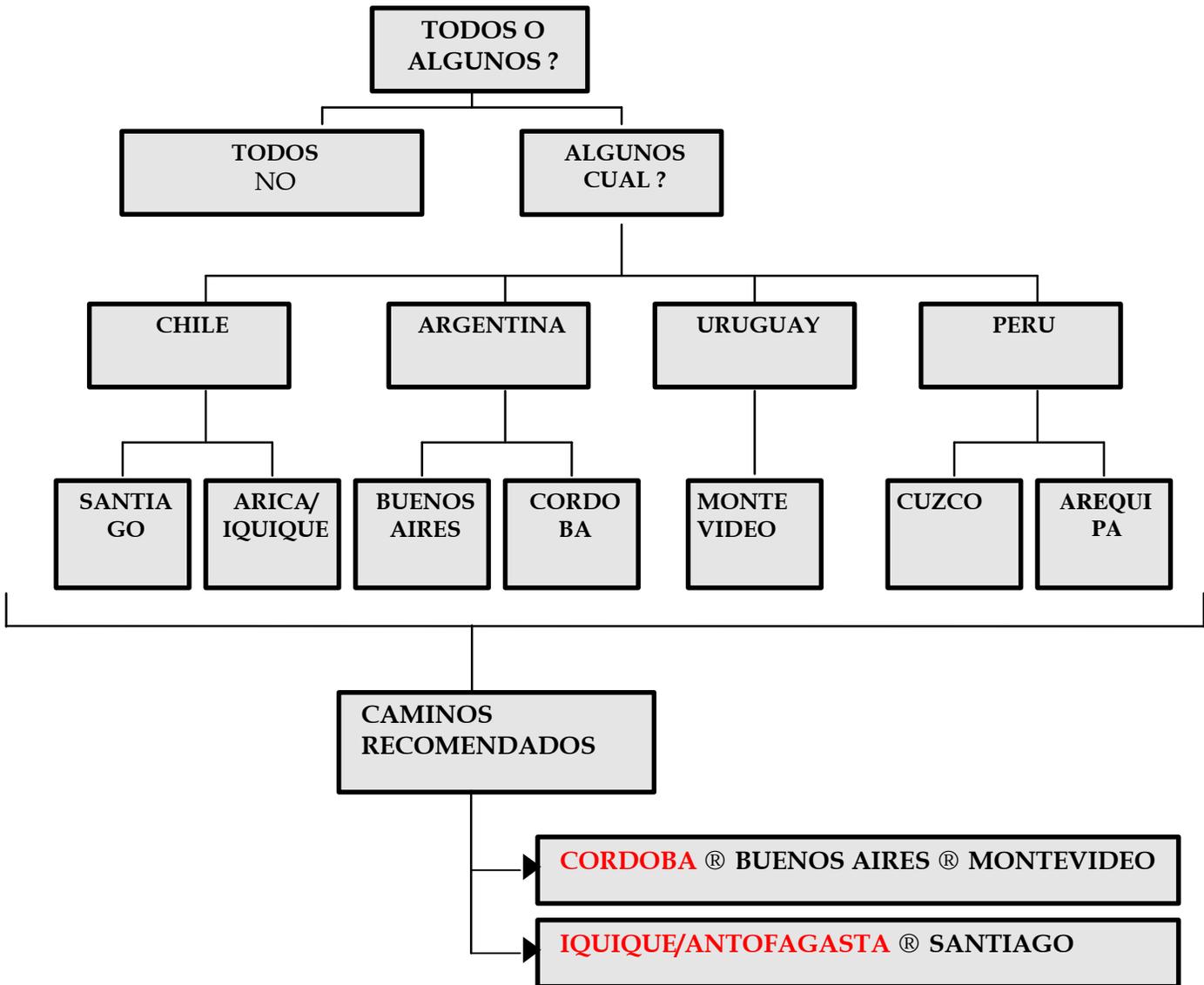
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	TIPO DE MERCADO			
	UNA SOLA MARCA DOMINANTE	UNA MARCA DOMINANTE Y OTRA FUERTE	TRES O CUATRO MARCAS SE DIVIDEN CASI TODO EL MERCADO	TRES A CINCO MARCAS FUERTES
INTRODUCCION				
DESARROLLO				
MADUREZ				
DECLINIO				

17.- CUADRADO DE GILBERT ADAPTADO

ESTA MATRIZ PERMITE IDENTIFICAR EN QUE POSICION SE ENCUENTRAN LOS COMPETIDORES Y LAS ALTERNATIVAS ESTRATEGICAS QUE POSEEN



18.- ESTRATEGIAS DE SEGMENTACIÓN



19.- OBJETIVOS Y ESTRATEGIA

DIMENSION	ESTRATEGIAS
OBJETIVO	ATRAER/CONVERTIR : ATRAER IMPORTADORES O CONVERTIRLOS
MERCADO	CORDOBA/IQUIQUE
PRECIO	ESTABLECER UN PRECIO SIMILAR/SUPERIOR DEL PRODUCTO ECUATORIANO
PRODUCTO	MEJORAR/DESARROLLAR UN SISTEMA DE CERTIFICACION
MARCA	IMPONER LA MARCA DEL CHAPARE
COMUNICACIÓN	“DIGALE SI A LA BANANA Y NO A LA DROGA” IMPONER EL CONCEPTO DE LA LUCHA CONTRA LA DROGA
TRANSPORTE	CONSEGUIR APOYO DEL GOBIERNO PARA MEJORAR VÍAS TERRESTRES Y DESARROLLAR FLOTAS PROPIAS O CONVENIOS CON TRANSPORTISTAS QUE PERMITAN REDUCIR COSTOS. DESARROLLAR LA “CARRETERA DE LA FRUTA”
IMPORTADORES/ EXPORTADORES	LLEGAR A CONVENIOS DURABLES E INCLUIR UN REPRESENTANTE DE LA MARCA CHAPARE QUE AUDITE LAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN



RESULTADOS

1- EL MERCADO MUNDIAL DE LA PIÑA

1.1-CARACTERÍSTICAS

La producción mundial de piñas o ananás en 1998 fue del orden de las 12.6 millones de toneladas, mientras que en 1994 la cifra fue de 12.3 millones.

Para 1998, cifras preliminares de la última información oficial de FAO, la principal zona productora mundial es Asia, con 6.2 millones de toneladas, seguido por Sudamérica con 2,9, luego África, con 1.6.

Al mercado internacional entraron en 1997, 941 mil toneladas, por lo que se observa que un alto porcentaje de la producción mundial se consume en los propios países productores.

La información de la evolución de las exportaciones muestran un incremento constante de las mismas desde 1990 a la fecha.

La principal zona exportadora es la zona de América Latina y el Caribe, con más del 36 % del total, siendo Costa Rica por lejos, seguida por Honduras, República Dominicana y México, los orígenes más importantes.

En Sudamérica, Brasil es el mayor concurrente al mercado internacional, con más del 50 % del total del área.

Cabe señalar que, en Asia, Filipinas es un productor muy importante, casi 10 veces el tamaño de Brasil, con una exportación de 145 mil toneladas en 1997.

1.2 LAS VARIEDADES COMERCIALES

Se han observado cambios significativos en el tipo de ananás que conquistan día a día los mercados más sofisticados.

Mediante procedimientos genéticos han aparecido en el mercado mundial, una serie de variedades nuevas, con atributos muy diferentes a los ananás o piñas convencionales.

Se destacan atributos tales como dulzura, frutas 100 % pulposas y tamaños más pequeños. También se desarrolla un atributo que existe en otras frutas pero el ananá es uno de los principales: las variedades “patentadas”. Estas son de sabor muy dulce y sin corazón hueco, como la variedad Golden de la Empresa Del Monte Fresh. Estas variedades patentadas sólo se pueden comercializar bajo la marca, que en este caso de Del Monte es exclusiva de la empresa y no se vende.

Existe en estos momentos un litigio entre Del Monte y Dole, ya que la primera argumenta que ha existido plagio en el uso de la variedad Golden.

En Europa se están comercializando distintas variedades de tamaño pequeño, sin corazón hueco y muy dulces, básicamente provenientes de Cote d’Ivoire, Camerún y otros orígenes. Incluso en Sudáfrica están cultivando variedades de alrededor de 300 grs. por unidad, mientras las tradicionales pesan más de 1 Kg.

1.3.-PRODUCCION MUNDIAL

La información disponible muestra un incremento de la producción desde 1990 hasta 1998, aunque a partir de 1995, con altibajos, se ha mantenido en el orden de las 12.5 millones de toneladas.

De esa producción total mundial, los principales productores son Tailandia, Filipinas, India en Asia y Brasil en América.

La altísima producción en estos países, no proporcional a sus exportaciones en fresco indican 2 aspectos principales. Por un lado, el alto consumo interno en esos países y por otro, la utilización de la fruta para industria, enlatados y jugos.

Existen actualmente grandes emprendimientos de las empresas multinacionales para expandir el cultivo del ananá. Aunque no se cuenta con datos estadísticos, se sabe de áreas significativas en el nordeste de Brasil, donde se han desarrollado variedades nuevas y donde las condiciones climatológicas son muy aptas para el cultivo de ananás de altísima calidad y dulzura.

**EVOLUCION DE LA PRODUCCION POR AREA
(EN MILES DE TONELADAS)**

PAISES	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1998/ 1994	% MUNDIAL
AMERICA(SUR, CENTRAL Y CARIBE)	2289	2255	2297	2371	2741	2705	2925	3098	2903	1.06	0.23
COLOMBIA	342	346	347	381	378	387	329	329	329	0.87	0.03
COSTA RICA	160	170	180	190	220	250	260	260	260	1.18	0.02
REP. DOMINICANA	70	80	90	81	145	110	109	112	112	0.77	0.01
HONDURAS	61	78	76	96	86	90	69	69	69	0.80	0.01
VENEZUELA	81	82	83	133	161	163	176	190	190	1.18	0.02
BRASIL	1086	1168	1214	1227	1460	1371	1623	1807	1612	1.10	0.13
ECUADOR	34	32	43	51	62	53	58	30	30	0.48	0.00
MEXICO	455	299	264	212	229	281	301	301	301	1.31	0.02
AFRICA	1628	1666	1671	1828	1850	1790	1899	1659	1612	0.87	0.13
CAMERUN	35	37	38	40	42	44	48	48	48	1.14	0.00
COTE D'IVOIRE	233	202	201	203	212	217	251	261	227	1.07	0.02
NIGERIA	763	800	800	800	800	800	800	800	800	1.00	0.06
CONGO	143	145	146	147	148	149	145	140	135	0.91	0.01
KENYA	353	379	383	551	569	475	545	298	300	0.53	0.02
OTROS	101	103	103	87	79	105	110	112	102	1.29	0.01
LEJANO ORIENTE	5202	5105	5455	6270	5987	6273	6184	6278	6235	1.04	0.50
CHINA	697	671	668	732	737	796	854	899	899	1.22	0.07
INDONESIA	390	375	376	459	346	703	501	365	365	1.05	0.03
INDIA	881	768	859	1000	1010	1060	1100	1100	1100	1.09	0.09
TAILANDIA	1865	1931	2180	2589	2370	2088	1987	2083	1971	0.83	0.16
MALASIA	213	242	237	203	200	183	200	200	200	1.00	0.02
FILIPINAS	1156	1118	1135	1287	1324	1443	1542	1631	1700	1.28	0.14
TOTAL ESTUDIADO	9119	9026	9423	10469	10578	10768	11008	11035	10750	1.02	0.86
TOTAL MUNDIAL	11346	11175	11481	12329	12326	12546	12768	12819	12552	1.02	
MUNDIAL-TOTAL	2227	2149	2058	1860	1748	1778	1760	1784	1802	1.03	
TOTAL/MUNDIAL	0.80	0.81	0.82	0.85	0.86	0.86	0.86	0.86	0.86	1.00	

FUENTE: F.A.O., CCP : BA/TF 99/CRS.1

1.4-EXPORTACIONES

Del total producido, sólo el 7.5 % entra al mercado internacional como fruta fresca.

Costa Rica es por lejos el principal exportador de ananá del mundo, con 253 mil toneladas en 1997, seguido por Cote D'Ivoire con 190 y Filipinas, con 145 mil toneladas.

El desarrollo en Costa Rica se caracteriza por la presencia de grandes multinacionales productoras y comercializadoras de frutas como Del Monte Fresh, Dole, etc. Estos emprendimientos se hacen más significativos desde mediados de la década de los 90.

El lanzamiento para Del Monte del ananá Golden, ha revolucionado el comercio.

Durante 1999, se instaló en Argentina una filial de Del Monte quien comenzó a comercializar banana y también el ananá.

Filipinas tiene un importante mercado en el Lejano Oriente y Europa.

EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES Y POR AREA (EN MILES DE TONELADAS)

PAISES	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1997/ 1994	% MUNDIAL
AMERICA	200.9	231.6	226.8	246.4	261.1	261	256	338.3	1.30	0.36
COLOMBIA	1.1	0.4	2	5.6	0.4	0.3	0.1	0.1	0.25	0.00
COSTA RICA	96	100.3	93.5	97.1	160.5	177.6	179.5	253	1.58	0.27
REP. DOMINICANA	47.8	55.1	53.8	42.4	23.5	14.3	14	14	0.60	0.01
HONDURAS	37.7	48.7	49.1	54.3	42.9	44.2	30.6	30.6	0.71	0.03
VENEZUELA	0.7	0.5	0.7	0.6	0.6	0.3	0.4	0.5	0.83	0.00
BRASIL	7.6	15.2	16.3	35.9	22.6	10.2	11.5	13	0.58	0.01
ECUADOR	1.3	1.6	1.6	2.3	4	5.7	9.7	8.8	2.20	0.01
MEXICO	8.7	9.8	9.8	8.2	6.6	8.4	10.2	18.3	2.77	0.02
AFRICA	149.4	138.3	143	144.3	159	156.6	203	221.8	1.39	0.24
CAMERUN	0.3	0.1	0.7	0.3	0.2	1.1	2.7	2.7	13.50	0.00
COTE D'IVOIRE	135.3	121.4	126.7	125.9	136.1	135.9	170.4	190	1.40	0.20
GHANA	9.4	10.5	9.8	13.2	15	15.5	27	27	1.80	0.03
KENYA	0.7	0.4	0.3	0.3	0.7	0.5	0.4	0.3	0.43	0.00
OTROS	3.7	5.9	5.5	4.6	7	3.6	2.5	1.8	0.26	0.00
LEJANO ORIENTE	173.8	189.3	173.4	179.6	184.2	184.6	164.6	162.7	0.88	0.17
CHINA	0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	1.00	0.00
TAIWAN	3.7	2.5	2	1.3	0.9	0.6	0.3	0.4	0.44	0.00
MALASIA	23.3	18.9	19.1	23.5	21.3	20	17.8	17	0.80	0.02
FILIPINAS	146.3	167.5	151.9	154.3	161.5	163.5	146	144.8	0.90	0.15
TOTAL ESTUDIADO	524.1	559.2	543.2	570.3	604.3	602.2	623.6	722.8	1.20	0.77
TOTAL MUNDIAL	573	608.3	588.7	685.9	755.9	770.5	841.5	941.2		
MUNDIAL-TOTAL	48.9	49.1	45.5	115.6	151.6	168.3	217.9	218.4		
TOTAL/MUNDIAL	0.91	0.92	0.92	0.83	0.80	0.78	0.74	0.77		

FUENTE : FAO CCP : BA/TF 99/CRS.1

1.5 IMPORTACIONES

De acuerdo a esta información, algo menos de la mitad de las importaciones totales mundiales tienen como destino la Unión Europea, si bien parte de este volumen podría ser reexportado a otros países del área. Lejos, pero con un volumen importante aparece la zona de Japón y Nueva Zelanda. América Latina representa menos del 3 % del total importado.

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES POR ÁREA (EN MILES DE TONELADAS)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1997/ 1994	% MUNDIAL
UNION EUROPEA	271.6	283.8	289.5	314.3	335	353.6	421.6	419.4	1.25	0.48
OTROS EUROPA	8.2	9.1	9.1	11.6	19.3	19.3	24.6	25.5	1.32	0.03
JAPON Y NUEVA ZELANDIA	131.1	132.4	141.5	145.5	148.6	141.5	152.9	195.4	1.31	0.23
AMERICA LATINA	19.8	24.5	28.2	32.9	25.1	22.7	26.9	24.2	0.96	0.03
CERCANO ORIENTE	3.2	0.8	1	1.2	1.5	2.5	4.9	4.8	3.20	0.01
LEJANO ORIENTE (*)	25.5	25	25.4	32.7	44.1	55.7	49.4	68.4	1.55	0.08
AFRICA	1.4	1.3	1.6	1.3	1.5	1.9	1.2	1.3	0.87	0.00
TOTAL ESTUDIADO	460.8	476.9	496.3	539.5	575.1	597.2	681.5	739	1.28	0.85
TOTAL MUNDIAL	601.8	625.7	635.2	674.6	712.1	730.1	808.9	865.2	1.21	
MUNDIAL - ESTUDIADO	141	148.8	138.9	135.1	137	132.9	127.4	126.2		
ESTUDIADO/ MUNDIAL	0.77	0.76	0.78	0.80	0.81	0.82	0.84	0.85		

FUENTE: F.A.O. CCP : BA/TF 99/3 99/5

(*) LEJANO ORIENTE INCLUYE CHINA ,HONG KONG, KOREA, SINGAPUR
OTROS EUROPA INCLUYE SUIZA, RUSIA, ESLOVAQUIA Y OTRAS REPUBLICAS

1.6-PERSPECTIVAS

Si bien no existen estimaciones a futuro de la producción y del comercio, de acuerdo a los datos de exportaciones e importaciones, las exportaciones de ananá han crecido entre 1990 y 1997 de 573 a 941 mil toneladas, o sea un 64 %.

La entrada en producción de nuevos oferentes, el desarrollo de grandes empresas dedicadas al cultivo y la entrada al mercado de nuevos productos, ya sean diferenciados por su sabor, tamaño, color, etc, han tenido un efecto positivo.

La oferta en algunos países parece ser muy estacional mientras que las empresas multinacionales que están desarrollando el cultivo en varios países del mundo le ofrecen la posibilidad de obtener una oferta pareja durante el año, con productos de calidad superior.

Se observa por otra parte, que al menos en los países del área del MERCOSUR y otros de América Latina, no existen trabajos de promoción del consumo, mientras que en Europa por ejemplo, se desarrolla el mercado en el ámbito de productos exóticos.

2.- ARGENTINA

2.1-INTRODUCCION

El mercado argentino para ananás es el más grande de la región.

Las características de la demanda son similares a las de Chile y Uruguay, observándose una tendencia constante al mayor consumo a partir de octubre y hasta diciembre.

Existe producción nacional estimada en 4000 toneladas, en 1994.

2.2- IMPORTACIONES

El tamaño del mercado está dado por el volumen importado más la porción de producción nacional.

Llama la atención que el mismo ha experimentado una reducción entre 1994 y 1998.

Mientras en 1994 las importaciones eran de 9.500 toneladas, en 1999 hubo una recuperación de los volúmenes importados con 14.000 toneladas

IMPORTACIONES DE PIÑAS DE ARGENTINA (EN TONELADAS)

ORIGEN	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998**	1999	2000*
BRASIL	15180	16810	17150	7122,8	7568,4	10269,4	13166,2	3777	12491	2583
ECUADOR	150		40	866,6	421,5	591,2	77,3		38	54
CHILE				110,9			30,0			
BOLIVIA	210			938,8	541,4	549,5	257,7	21	36	
EEUU						20,0			6	
PARAGUAY				444,1	357,6	315,7	5565,6		818	
COSTA RICA				20,0	20,0		38,0		400	759
OTROS	320		90					3		
TOTAL	15870	16810	17270	9503,2	8908,9	11746,2	14134,8	3800	13766	3397

• * HASTA 30/08/00

• ** incompleto

FUENTE: VARIAS

La importación proviene mayoritariamente de Brasil, existiendo pequeños volúmenes de otros orígenes como Ecuador, E.E.U.U., Bolivia, Costa Rica (Chile) y Paraguay.

**IMPORTACIONES DE PIÑAS DE ARGENTINA
(EN MILES DE DOLARES)**

ORIGEN	1991	1992	1993	1994	1995 **	1996	1997 ***	1998 ***	1999	2000 *
ECUADOR	54		11	393	181	185	25		6	15
BRASIL	5230	5331	5132	2476	1493	3430	608	1096	3318	712
BOLIVIA	67			257	130	127		4	6	
PARAGUAY						61	3		110	
EEUU									0.1	
COSTA RICA						7			184	344
OTROS	55	15	33	104	34					
TOTAL	5405	5346	5177	3231	1039	3820	672	1109	3627	1069

• *HASTA 30/08/00

**NO INCLUYE DICIEMBRE

***INCOMPLETOS

FUENTE: VARIAS

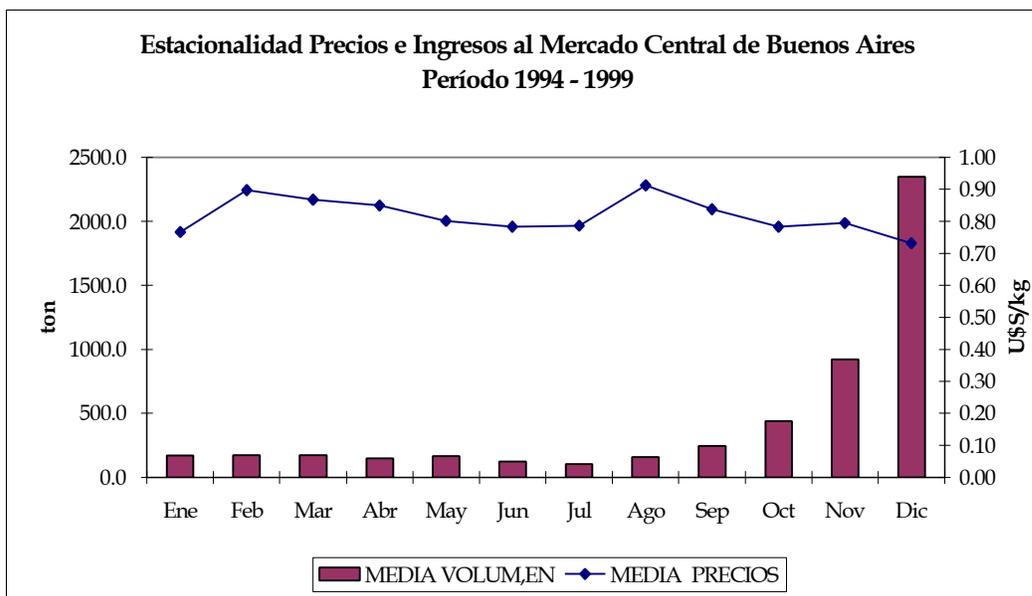
Lo destacado es la evolución de Brasil como país exportador en el periodo 1994-99.

De poseer en 1994, el 75% del mercado de la fruta importada pasó en 1998 a casi el 91%. Si bien en las estadísticas oficiales del SENASA sólo se registra como origen Brasil, otros datos establecen que también se comercializan algunas partidas de fruta de Paraguay y Bolivia.

Según la información recogida, en 1999 también se registro ingresos desde: Chile ,Paraguay , Costa Rica , Bolivia, Ecuador y EEUU .

2.3- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

El cuadro y gráfico adjuntos muestran la estacionalidad durante 1994 y 1999, observándose que más del 60% del total anual ingresado al Mercado Central de Bs.As. corresponde a los meses de noviembre y diciembre.



ESTACIONALIDAD DE ENTRADA AL MERCADO CENTRAL DE BSAS, 1994-2000, EN TONELADAS

ANANA	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1994	199,9	254,9	145,4	162,3	205,9	120,4	63,2	124,2	165,9	219,9	521,5	2249,3
1995	57,4	40,2	48,2	92,2	78,9	87,6	29,4	80,8	216,9	364,0	1083,4	1653,7
1996	142,6	146,7	110,4	159,5	187,0	106,2	98,4	235,2	287,2	556,3	924,7	2899,5
1997	223,7	185,1	173,4	194,5	160,2	137,8	85,6	140,5	291,0	640,0	972,0	2707,7
1998	278,9	172,5	239,1	87,1	172,6	110,8	122,2	162,8	254,7	470,7	982,6	2453,6
1999	128,8	249,4	327,7	204,2	198,4	185,7	213,3	193,4	261,2	392,0	1027,5	2119,3
2000	229,1	249,2	315,9									

Fuente: Mercado Central de Bs.Aires

Para precios, el promedio de 1994-94, muestran una cierta baja luego de los meses de verano, cuando la demanda es mayor, pero que obviamente coincide con la mayor oferta..

2.4- NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS

En Argentina, como en Uruguay, son llamadas ananás siendo las variedades más populares la pérola, la ananá piña, ambas de origen brasileño.

La firma Del Monte importó un tipo de ananá: Gold, de características particulares pues con coloración verde en su cáscara posee el grado de dulzura (grados Brix) adecuado para su consumo. Según opinión recogida no existió una adecuada información al consumidor sobre sus particulares características.

La nomenclatura NALADI es 08043000.

2.5-ESTÁNDARES DE CALIDAD

Los estándares que actualmente están vigentes son aquellos que rigen la mercadería nacional.

La fruta se selecciona en las categorías Superior, Elegido y común, permitiéndose la importación de las dos primeras.

2.6-EMPACADO

Las normas de empaque son también aquellas que rigen la mercadería nacional.

Cuando vienen empacado sin hijuelos o brotes ni brácteas, los ananás deberán acondicionarse en los envases con viruta u otro material inerte similar que evite el deterioro de los mismos por golpes o inadecuado manipuleo.

Es optativo revestir las paredes de los envases, fondo y parte interior de la tapa con papel corrugado.

Como es habitual, la fruta ecuatoriana se empaca en cajas de cartón corrugado del mismo tamaño y calidad que en bananas y la fruta procedente de Brasil lo hace en madera o cartón.

2.7- PRECIOS AL NIVEL DE IMPORTACION

Los precios promedios del fruto a nivel de importación descendieron entre 1998 y el 2000 , en cambio han tenido un pequeño repunte en el 2000

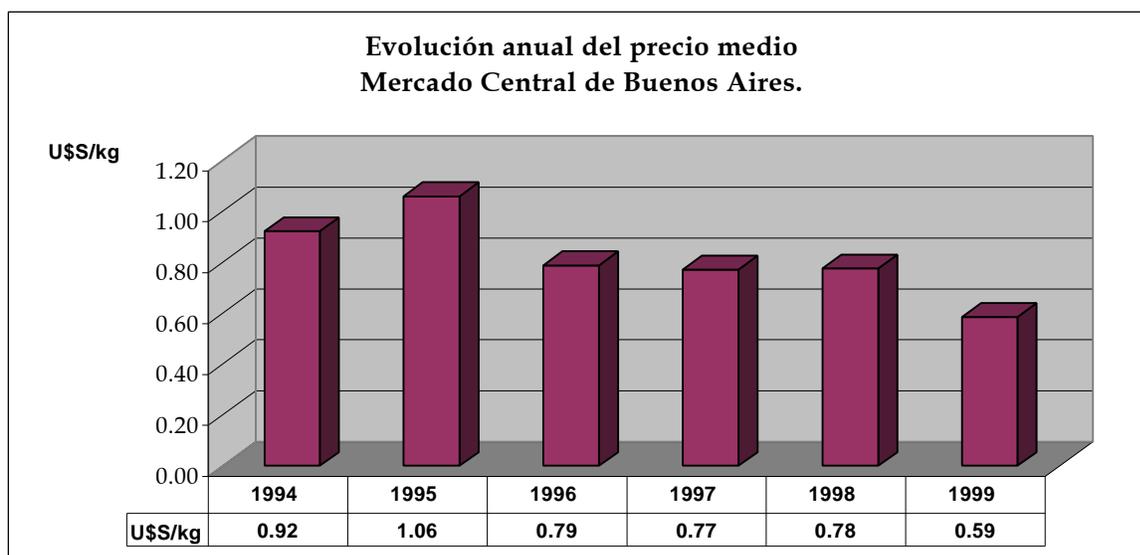
**PRECIOS PROMEDIOS SEGÚN ORIGEN
(EN DOLARES)**

ORIGEN	1998	1999	2000
ECUADOR	453	273	276
BRASIL	348	266	284
BOLIVIA	274	167	
PARAGUAY		135	
EEUU		29	
COSTA RICA		461	451

2.8- PRECIOS AL NIVEL DE MERCADOS MAYORISTAS

La evolución de los precios en el Mercado Central de Buenos Aires muestra que los precios promedios anuales pasaron de 0.92 dólares a 0.59 dólares el kilogramo entre 1994 y 1999 respectivamente marcando, pese al incremento registrado en 1995, una clara tendencia a la baja.

MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES :



Si se analiza la estacionalidad de los mismos en forma mensual y por origen se observa que la fruta de Brasil tiene valores prácticamente siempre mayores que la fruta de Paraguay y de Bolivia.

Además se destaca que la fruta brasileña está presente durante todo el año, mientras que la proveniente de otros orígenes solo lo hace en los meses de Noviembre a Enero.

El cuadro siguiente muestra detalladamente los precios por origen, calidad y variedad, cuando corresponde, destacándose nuevamente que Brasil constituye un abastecedor permanente durante todo el año, mientras que Paraguay, Ecuador y Bolivia aparecen en determinados períodos del año.

A efectos comparativos, se adjuntaron los precios promedios mensuales durante los años 1991, 1992 y 1993.

PRECIOS EN EL MERCADO CENTRAL DE BUENOS AIRES, 1991-93 Y 1997-99
(EN U\$S POR Kg.)

VARIEDAD	ORIG.	GR.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
1999														
PEROLA	BR	PIN	0,75	0,76	0,73	0,7	0,71	0,68	0,65	0,66	0,68	0,68	0,66	0,66
PEROLA	PY	PIN	0,57											0,7
PEROLA	PY	PIN												0,49
PIÑA	BR	MAD	0,42	0,43	0,41									0,46
PIÑA	BR	MAD			0,41	0,37	0,47	0,44	0,41	0,42				0,42
PIÑA	BR	PIN	0,61	0,61	0,62	0,6	0,6	0,59	0,59	0,58	0,59	0,59	0,57	0,61
MEDIA	ESP.		0,59	0,6	0,54	0,57	0,59	0,57	0,55	0,55	0,64	0,64	0,62	0,56
1998														
PEROLA	BR	PIN	0,69			0,95	0,95	0,87	0,89	0,89	0,88	0,89	0,81	0,82
PEROLA	BR	MAD	0,39											
PEROLA	BR	PIN		0,78										
PEROLA	PY	PIN	0,41											0,69
PIÑA	BOL												0,72	
PIÑA	BR	MAD	0,35											
PIÑA	BR	PIN	0,52	0,76	0,83									
PIÑA	BR	PIN	0,52	0,88	1	0,84	0,84	0,77	0,81	0,79	0,75	0,77	0,76	0,7
PIÑA	BR	PIN					0,69	0,51						
PIÑA	BR	MAD										0,58	0,53	0,5
MEDIA	ESP.		0,48	0,81	0,92	0,9	0,83	0,72	0,85	0,84	0,82	0,75	0,71	0,68
1997														
PEROLA	BR	PIN	0,85	0,93	0,82					0,89	0,82	0,8		0,75
PEROLA	BR	PIN				0,96	0,97	0,92	0,89					
PEROLA	BR	PIN										0,66	0,64	0,59
PEROLA	BR	MAD											0,52	0,45
PEROLA	PY	PIN	0,58											0,55
PIÑA	BOL	PIN											0,52	
PIÑA	BR	PIN	0,54											
PIÑA	BR	PIN	0,73	0,87	0,89	0,95	0,85	0,82	0,83	0,82	0,72	0,69		
PIÑA	BR	MAD									0,58	0,59		
PIÑA	BR	MAD										0,43	0,36	0,38
PIÑA	BR	PIN										0,54	0,53	0,52
PIÑA	EC	PIN											0,45	0,43
MEDIA	ESP.		0,68	0,9	0,86	0,96	0,91	0,87	0,86	0,86	0,71	0,62	0,5	0,52
1991	--	--	0,72	0,62	0,87	1,01	0,94	1,03	1,00	0,97	0,93	0,92	0,84	0,65
1992	--	--	0,61	1,02	1,16	1,07	0,99	0,96	0,96	0,93	0,90	0,82	1,15	0,72
1993	--	--	0,72	0,94	0,76	0,77	0,77	0,67	0,84	0,83	0,91	1,02	0,75	0,73

Nota: Pin, significa pintón; mad, madura. Precios para la categoría Especial (Esp) según orígenes.
Variedades: pérola y piña (sin identificar variedad)
Orígenes: Brasil, Paraguay, Bolivia y Ecuador.

2.9- PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES

El precio promedio al consumidor en el período enero 1993 a mayo 1994, fue de 1.41 U\$S/Kg.

En el mes de marzo/agosto , el precio final al nivel de supermercado es de U\$S 1.2 a U\$ 1.39 el kilogramo y en fruterías de U\$ 1.30 a U\$ 1.80.

2.10-MÁRGENES

De esta forma se pueden calcular los márgenes para la fruta brasilera :

	U\$S/Kg.
Precio importación	0.28
Precio mayorista	0.65
Precio consumidor	1.20 A 1.80

2.11-CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución sigue los mismos pasos que la observada para la banana y que se detalla en el capítulo correspondiente.

2.12-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN

No existen limitantes en este aspecto.

En general todas las empresas importadoras cuentan con diferentes centros de acopio y maduración ubicados en distintas ciudades y/o mercados de Argentina desde donde realizan la distribución del producto.

2.13-VÍAS DE ENTRADA

La fruta importada de Ecuador llega directamente al puerto de Buenos Aires ó vía Chile, descargada en el puerto de Valparaíso.

La fruta brasileña y paraguaya llega en camiones no refrigerados.

La fruta boliviana llega en camiones precintados por el norte argentino .

2.14- PRINCIPALES IMPORTADORES

FIRMAS	%	% ACUMULADO
TATEDETTUTI S.A.	17,82	17,82
PRODUCTORES EMPACADORES ARGENTINOS S.A.	16,02	33,84
DONAFRU COMERCIAL S.R.L.	11,40	45,24
SIAS FRUIT ARGENTINA S.A.	9,41	54,65
TOBAL HNOS	8,71	63,36
MALEI S.A.	8,30	71,66
BALMA GUILLERMO S.R.L.	5,71	77,37
PEREYRA ESTEBAN	5,63	83,00

(*) HASTA 29/02/2000

En el mismo periodo, las única firma que registra importación desde Ecuador es TATEDETTUTI S.A y desde Chile (considerar que en realidad es fruta de Costa Rica) es DEL MONTE FRESH PRODUCE (ARGENTINA) S.R.L.

2.15.-VINCULACIONES CON EMPRESAS MULTINACIONALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los elementos discutidos en banana, corren para el caso de ananá.

Se destaca la empresa TATEDETTUTI S.A. ya mencionada en Argentina y también como marca con que se comercializa banana en Uruguay.

Desde Ecuador destacamos como importador la firma Del Monte Fresh Produce (Argentina) S.R.L. Ya se destacó en el informe sobre banana, la instalación de esta firma en el Mercado Central de Buenos Aires.

Nos ha parecido oportuno detallar información obtenida respecto a una importación de esta firma realizada el 28/02/2000:

País origen: Costa Rica

País Procedencia: Chile.

Precio FOB de la caja: U\$S 5.32

Precio FOB total :U\$S 29.797,60

Peso en kilos: 66.080

Seguro: U\$S 442,20

Flete: U\$S 14.000,00

Precio del Kg. U\$S 0.67

2.15-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO

Los ananás tienen un derecho de importación del 10 % ad valorem y un 3 % de servicio de tasa estadística. Habría que confirmarlo. Estos son datos de ALADI abril 2000

2.16-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Por el acuerdo AAP.CE/19, los productos frescos procedentes de Bolivia tienen un 100 % de preferencia

2.17- PUBLICIDAD

Actualmente no hay trabajos sistemáticos en esta área.

2.18-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO

Como se destacó en estacionalidad de las importaciones, no existe hábito de consumo de esta fruta más que en el período cercano a las fiestas navideñas.

Los ananás compiten con muchas de las frutas de producción nacional, como manzana, peras, cítricos, etc.

3. CHILE

3.1-INTRODUCCION

Existe una distribución geográfica muy buena en todo el país, con una buena flota de camiones que pueden transportar la banana.

3.2-IMPORTACIONES

IMPORTACIONES DE PIÑA DE CHILE (EN TONELADAS)

PAIS	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
ECUADOR	1141	1417	2051	2678	3378	4725	4205	3670	5010	2723
PERU	106	97	690	380	480	21	3			
BOLIVIA			94	72	16				7	
PANAMA	47	6								
BRASIL			2439							
COSTA RICA									364	92
EEUU									0.7	
TAILANDIA									0.5	19
TAIWAN							0.2			
TOTAL	1294	1520	5264	3130	3874	4746	4208	3670	5382	2834

*HASTA 30/08/00

FUENTE: VARIAS

IMPORTACIONES DE PIÑAS DE CHILE (EN MILES DE DOLARES)

PAIS	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000*
ECUADOR	470	679	737	833	1157	1646	1631	1375	1618.4	757
PERU	14	20	99	44	69	3	0.5			
BOLIVIA			14	20	3				1.99	
PANAMA	19	6			1					
BRASIL			744							
COSTA RICA									225.8	50
EEUU									4.3	
TAILANDIA									0.9	3
TAIWAN							1			
TOTAL	503	605	1594	897	1231	1649	1633	1375	1851.4	811

*HASTA 30/08/00

FUENTE: VARIAS

En este período, el crecimiento e importancia relativa de la fruta ecuatoriana ha sido constante.

El otro abastecedor permanente en el mercado es Perú, pero sus volúmenes son insignificantes con respecto al líder y han ido sistemáticamente disminuyendo en el período, aspecto que también se observa en el caso de la banana.

Panamá ha aparecido en años salteados en el período analizado.

La fruta brasileña sólo aparece en el año 1993, según las fuentes consultadas.

Bolivia aparece como abastecedor en 1993, con volúmenes muy pequeños entre 7 y 15 toneladas anuales.

Por lo visto, Ecuador es el abastecedor fuerte y Chile prácticamente un mercado cautivo por los dos motivos principales señalados en el análisis de banana: costo transporte e integración vertical en la exportación-importación de frutas.

Durante 1999 y 1998, la información de Aduanas sólo reconoce a Ecuador y a Costa Rica y Estados Unidos con volúmenes no significativos.

3.4-DEMANDA TOTAL

El mercado de piñas ha experimentado un crecimiento interesante entre 1991 y 1995, pasando de un total de 1.293.5 toneladas en 1991 a 3.874 toneladas en 1995, y 5382 toneladas en 1999.

3.5- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

La estacionalidad de las importaciones marcan la pauta de la mayor demanda en los últimos meses del año, a partir de octubre y hasta enero, tal como sucede en los mercados de Argentina y Uruguay.

3.6- PERSPECTIVAS DE LA DEMANDA

No parece a priori que se puedan producir cambios espectaculares en la demanda, especialmente por la competencia por otras frutas, su alto precio relativo y la falta de trabajos de marketing sistemáticos.

El crecimiento observado, particularmente en lo referente al incremento de la oferta ecuatoriana se debe a la vinculación de empresas fruterías chilenas con ecuatorianas y al estrecho vínculo entre la comercialización de bananas y piñas.

Se ha mencionado la importancia de bajar los altos márgenes utilizados en la cadena de comercialización a efectos de ser más competitivos con otras frutas nacionales.

Existe también un mercado de piñas enlatadas en crecimiento y competidor del de fruta fresca.

3.6-NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS

Los productos de referencia son la especie ANANAS sp., también llamadas piñas, con sus diferentes variedades, principalmente pérola, ananá piña, Red Spanish, Cayenne, etc.

En los últimos años han aparecido nuevas variedades, como la Golden de Del Monte y similares producidas por Dole.

También existen variedades de porte bien pequeño, de alrededor de 400 grs. y hasta 300 grs. Cada una, muy dulces, sin corazón hueco y que tienen mucha aceptación en mercados sofisticados como la Unión Europea y Estados Unidos.

Su procedencia es de la zona de Centroamérica, Filipinas y África.

La nomenclatura NALADI las caracteriza por el código 08043000.

3.7-ESTÁNDARES DE CALIDAD

Las exigencias de calidad son de dos tipos: las del Servicio Agrícola y Ganadero y las impuestas por los importadores para adecuarse a las exigencias del mercado local.

La reglamentación para la internación de ananás a Chile corresponde a la Resolución del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) N° 1795/81..

La misma autoriza la internación de piñas, (al igual que bananas), cuando vengan amparados por un Certificado Fitosanitario Oficial de origen y no presenten problemas fitosanitarios al momento de la inspección.

No se autoriza el ingreso cuando exista la "mosca oriental de la fruta" por lo cual el certificado debe declarar que el país está libre de dicha plaga.

La resolución del 6 de febrero de 1991 modifica la resolución 1795/81, por la cual:

"para internar piñas frescas destinadas al consumo, los importadores deberán presentar al SAGyP por cada partida que ingresa, un Certificado Fitosanitario Oficial del país de origen, en el cual se consigne que la mercadería ha sido sometida a un tratamiento cuarentenario de fumigación con Bromuro de Metilo en dosis de 32 gr. por metro cúbico de cámara, durante un período de exposición de 6 horas, y a temperatura del producto de 21 C o más. Debe además indicar adicionalmente que proceden de países libres de mosca oriental de la fruta (*Dacus dorsalis*)".

La calidad exigida es cada vez mayor para adecuarse al mercado.

Los índices internacionales para determinar madurez a la cosecha de M1, fruta virando de color en hasta un 25 % del largo del fruto a M4, fruta madura en más del 75 %.

Los estadios de color van de 1 a 6 siendo el 1 completamente verde a 6, enteramente oro.

Para el transporte marítimo se recomienda los estadios 2 y 3, mientras que para transporte aéreo se puede incluir estadios 3 y 4.

3.8-EMPACADO

Las normas de empaque están regidas por las exigencias de las empresas privadas.

Las mismas respetan las normas internacionales de tamaño, peso por unidad y número de unidades por envase.

3.9-PRECIOS A NIVEL DE IMPORTACIÓN

Los precios promedios al nivel de importación permanecieron estables entre 1994.

PRECIOS PROMEDIO POR TONELADA

ORIGEN	1994	1999	2000
ECUADOR	311	323	278
COSTA RICA		621	544
BOLIVIA	278	276	

3.10-PRECIOS A NIVEL DE MERCADO MAYORISTA

Al realizarse el estudio los precios mayoristas oscilaban entre \$ 6.000 y \$ 6.500 la caja de 12 unidades o sea U\$S 11.58 a U\$S 12.55, algunos lugares lo comercializaban a \$900 la unidad.

3.11-PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES

Los precios a nivel minorista oscilaban entre \$ 548 a \$ 800 en supermercados (U\$S 1.05 a U\$S 1.55).

3.12-MARGENES

Los márgenes para la fruta ecuatoriana serían los siguientes:

Precio de importación: U\$S 0.30

Precio de mercado: U\$S 0.97 A 1.05

Precio al consumidor U\$S 1.05 A 1.55

3.13-CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los canales utilizados son comunes a los de otras frutas y cuyo esquema se ha incluido en el capítulo de bananas.

Existe la figura permanente del importador, el que en la mayoría de los casos coincide con el de bananas.

3.13- INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN

Existe suficiente capacidad frigorífica como para manejar este producto.

3.14- CICLO DE VIDA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA A MINORISTA

En general se puede conservar algo más que la banana, pero es considerado un producto sensible a los cambios de temperatura y a la refrigeración a temperaturas y humedades no adecuadas.

3.15- VÍAS DE ENTRADA

La fruta llega por transporte marítimo, frigorífico, vía Valparaíso , San Andrés o San Antonio..

La duración del viaje Guayaquil-Valparaíso, por ejemplo, es de 5 a 6 días.

3.16-PRINCIPALES IMPORTADORES

En 1999 y en el 2000 el listado de empresas que aparece como importador permite concluir que se utilizan como fachada impositiva. A continuación se expone el listado de importadores correspondiente a 1999.

IMPORTADORES CHILENOS (AÑO 1999)

EMPRESA	PAIS	CIF	Kg. NETOS
SALGADO Y CIA LTDA	ECUADOR	797,384	2,696,655
ROBERTO ARMSTRONG Y CIA LTDA	ECUADOR	229,298	590,130
INTERNATIONAL FRUIT IMPORTERS	ECUADOR	228,604	757,304
UNITED TRADING COMPANY DESARRO	COSTA RICA	209,548	343,825
DISTRIBUIDORA BANANDES S A	ECUADOR	156,225	428,038
COML PEDREROS LTDA	ECUADOR	104,033	266,742
96891100	ECUADOR	22,819	56,826
WATT S ALIMENTOS SA	ECUADOR	20,729	18,000
PENDOLA FERRETTO ORLANDO	ECUADOR	18,733	51,498
SOCIEDAD COMERCIAL VINA DEL MA	ECUADOR	18,483	48,294
ALIMENTOS Y FRUTOS SA	COSTA RICA	16,263	20,000
SOC COMERCIAL DE PRODUCTOS ALI	ECUADOR	15,066	79,229
M B THOMSEN LIMITADA	ECUADOR	7,023	17,414
SUCRE DACCARETT Y COMPANIA LIM	EEUU	4,297	705
COMERCIAL JABANA LTDA.	BOLIVIA	1,990	7,200
AGROINDUSTRIAL LAS TRES ERRE L	TAILANDIA	915	500

3.17-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO

El gravamen aduanero general es de 9 % ad valorem (ALADI, marzo 2000).

3.18-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Según acuerdo AAP.CE/22, los ananás frescos tienen una preferencia arancelaria del 100 % para productos provenientes de Bolivia, sin cupo límite.

Para fruta de Ecuador también existe arancel cero.

3.19-BARRERAS NO ARANCELARIAS

El producto es de importación libre.

Existen exigencias muy estrictas por parte del Servicio Agrícola y Ganadero a efectos de proteger las condiciones fitosanitarias de privilegio con que cuenta Chile.

3.21.-COSTOS PARA EL IMPORTADOR

De acuerdo a Información Oficial de Aduanas:

Para fruta proveniente de Ecuador:

Enero 1999

Precio FOB Ecuador: 0.33 U\$S / Kg.

Precio CIF Valparaíso: 0.39 U\$S /Kg.

IVA: 18 %

Costo total: 0.46 U\$S /Kg.

Arancel de entrada: 0

En cajas de cartón de 18 Kg. netos

3.22-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO

No existe un hábito de consumo permanente, utilizándose básicamente en las dietas en los meses de verano, para las fiestas y por los estratos más altos de la población.

Compite con otras muchas frutas de origen nacional las que se ofrecen a precios más competitivos.

4.- URUGUAY

4.1-INTRODUCCION

El mercado uruguayo para piñas o ananás, como se les conoce vulgarmente, es reducido y no existe una demanda continua para esta fruta.

Su consumo está muy concentrado en los meses de verano, particularmente ligado a las fiestas navideñas.

Es considerado como una fruta exótica y de alto valor por lo que es consumida principalmente por los estratos económicamente superiores de la población.

Sus características del sistema de comercialización la ligan estrechamente al mercado de la banana.

Existe una red vial adecuada para el transporte de los productos al interior del país.

El transporte de carga carretero ha incrementado su importancia en los últimos años, debido a la menor actividad del transporte ferroviario, aunque éste aún ocupa un espacio, cobrando en los últimos años importancia para el transporte de madera en rolos, proveniente de áreas forestales que han tenido un fuerte incremento gracias a un decidido apoyo del Estado.

Las frutas y hortalizas se transportan en su totalidad por camión.

Existen en el país 3 puertos que están siendo utilizados para la exportación e importación. Montevideo, sobre el Río de la Plata y Nueva Palmira y Fray Bentos sobre el Río Uruguay.

El puerto de Nueva Palmira, a 320 kms. de Montevideo y 2630 de Corumbá (Bolivia), consta de modernas instalaciones frigoríficas para frutas.

Para el ingreso de mercaderías de Brasil existen varios puntos de entrada, siendo los más utilizados, Chuy y Livramento.

La infraestructura para maduración y conservación parece adecuarse al nivel de actividad actual, contando con cámaras dentro y en las cercanías del mercado central.

El sistema de comercialización de frutas y hortalizas se realiza concentrando un alto porcentaje de la producción e importación en el Mercado Modelo de la ciudad de Montevideo, desde donde distintos agentes se encargan de la distribución al resto del país.

Las instalaciones del Mercado Modelo datan de 1937, existiendo nuevos galpones construidos a posteriori del incendio que afectó a este centro mayorista en diciembre de 1995.

4.2-IMPORTACIONES

Al no existir producción nacional ni restricciones de volúmenes, las importaciones netas representan el 100 % de la oferta y por tanto constituyen el tamaño total del mercado.

No existe producción nacional, por lo que las importaciones netas constituyen una medida del tamaño total del mercado.

El principal y casi único abastecedor ha sido y es Brasil. En 1998 se registra un muy pequeño ingreso desde Paraguay.

Durante 1995, se produjeron importaciones de piñas de Ecuador, con pequeños volúmenes. Estos tuvieron problemas de comercialización ya que el consumidor, no acostumbrado a esta variedad de consumo en verde, se mostró reacio a comprar.

El volumen de importación ha crecido desde 1994 a 1999 en forma constante, mostrando una pequeña disminución en 1998.

Las importaciones se situaron en 1999 en el entorno de las 900 toneladas.

Hay que tener en cuenta que por la estacionalidad de las importaciones, es frecuente que fruta importada en diciembre pueda aparecer en las estadísticas del año siguiente y por tanto enmascarar el volumen real de importación anual.

La mayoría de los importadores de piña son también los importadores de banana.

URUGUAY : IMPORTACIONES (EN TONELADAS)

PAIS	1991	1992	1993	1994	1995*	1996	1997	1998	1999	2000
BRASIL	466	1037	998	907		576	889	1087	951	324
ECUADOR						66				
BOLIVIA	4									
PARAGUAY								54		2
CHILE			5							
TOTAL	470	1037	1003	907		642	889	1141	951	326

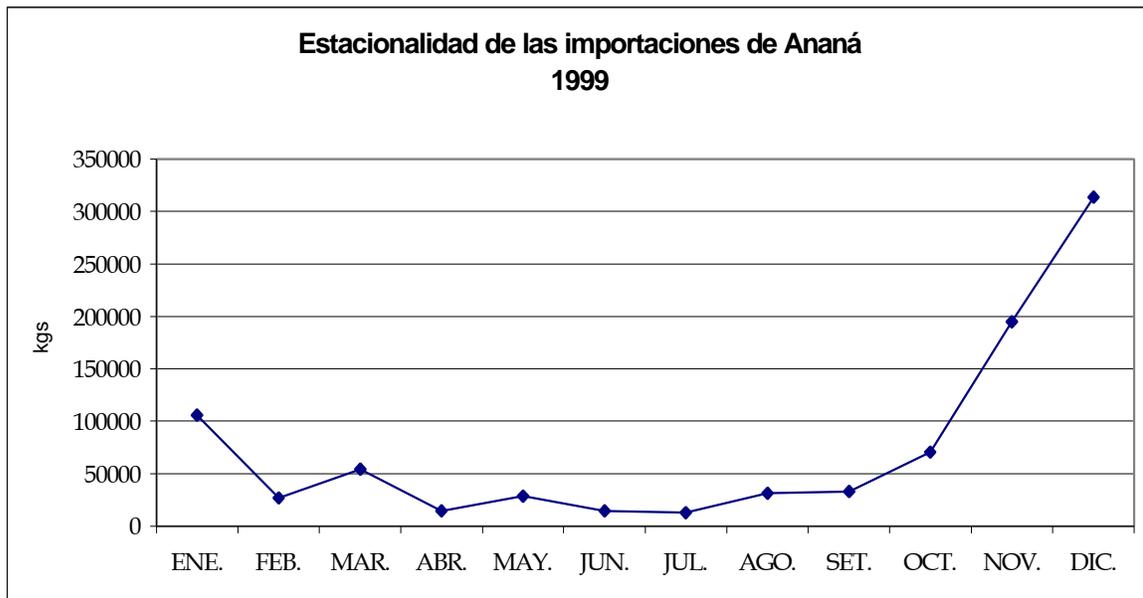
*SIN DATOS

**URUGUAY : IMPORTACIONES
 (EN MILES DE U\$S)**

PAIS	1991	1992	1993	1994	1995*	1996	1997	1998	1999	2000
BRASIL	142	890	293	338		281	360	431	295	105
ECUADOR						32				
BOLIVIA	3									
PARAGUAY								9		1
CHILE			4							
TOTAL	145	890	298	338		313	360	440	295	106

*SIN DATOS

4.5-ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA



Corroborando los antecedentes históricos respecto a estacionalidad, la evolución mensual de las importaciones en 1999 muestra que los meses finales del año, en particular Noviembre y Diciembre, registran los máximos niveles de ingreso al país.

Ambos meses, en 1999, representaron mas del 50% del total anual.

4.4-PERSPECTIVAS

No parece a priori que se puedan producir cambios espectaculares en la demanda, por la competencia por otras frutas, su alto precio relativo y la falta de trabajos de marketing sistemáticos.

Podría haber un incremento del consumo en fresco a costa del consumo de fruta enlatada.

4.5-NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS

Los productos de referencia son la especie ANANAS sp., también llamadas piñas, con sus diferentes variedades, principalmente Hawaii (Smooth Cayenne) y ocasionalmente Pérola.

En nuestro país no se diferencian ni en la comercialización mayorista ni en la minorista variedades.

La nomenclatura NALADI las caracteriza por el código 08043000.

4.6-ESTÁNDARES DE CALIDAD

Las exigencias de calidad son las impuestas por los importadores para adecuarse a las exigencias del mercado local.

La norma para la internación de ananás a Uruguay está regulada en la Resolución 929/88.

Dicha normativa está siendo revisada por las autoridades nacionales, a nivel MERCOSUR y ahora también a nivel de CODEX, por lo que se deberá estar atento a los cambios que se produzcan en el corto plazo.

La norma actualmente vigente autoriza la internación de ananás, cuando vengam amparados por un Certificado Fitosanitario Oficial de origen y no presenten problemas fitosanitarios al momento de la inspección.

La determinación de los índices de madurez y coloración se rigen por las normas internacionales.

4.7 EMPACADO

Las normas de empaque están regidas por las exigencias de las empresas privadas, las que a su vez están en el marco de la normativa internacional.

Los ananás brasileños vienen normalmente en envases de madera con un peso aproximado a 18 Kg., conteniendo 12 frutas, lo cual determina un peso promedio por fruta de 1.5 Kg.

4.8-CALIDAD SEGÚN ORIGEN

La calidad de la fruta brasileña es relativamente buena y estable.

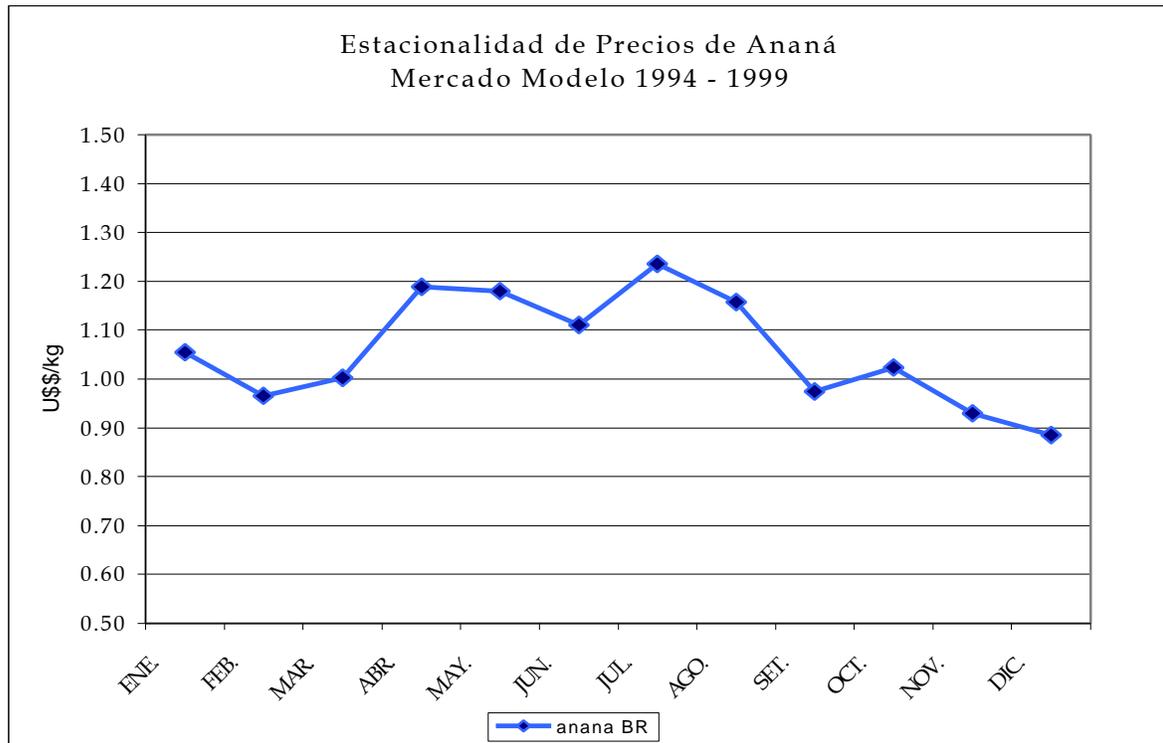
4.9-PRECIOS A NIVEL DE IMPORTACION

Los precios promedios han descendido para entre 1998 y el 2000, aunque en este último año se nota un pequeño repunte en relación al 99.

PRECIOS A NIVEL DE IMPORTACIÓN

PAIS	1994	1999	2000
BRASIL	373	310	341

4.10-A NIVEL DE MAYORISTAS EN EL MERCADO MODELO



PRECIOS A NIVEL DE MERCADO MAYORISTA

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	PROMEDIO
1994	0.79	0.68	0.45	0.79	0.78	0.74	0.80	1.16	1.32	1.14	1.52	1.26	0.95
1995	1.23	1.54		2.24	1.98	1.92	1.72	1.43	1.14	1.35	0.88	0.92	1.49
1996	0.92	1.15	1.44	1.46	1.44	1.13	1.86	1.76	0.97	0.87	0.85	0.84	1.23
1997	0.94	0.92	0.86	0.86	0.90	1.13	1.27	1.00	0.86	1.24	0.88	0.86	0.98
1998	1.63	0.79	1.50	1.12	1.29	1.20	1.15	0.86	0.85	0.88	0.73	0.76	1.06
1999	0.80	0.71	0.75	0.67	0.68	0.55	0.61	0.75	0.71	0.66	0.71	0.67	0.69
Promedio	1.05	0.97	1.00	1.19	1.18	1.11	1.24	1.16	0.97	1.02	0.93	0.89	1.07

Los precios mayoristas mensuales entre 1994 y 1999 muestran:

- Diferencias importantes entre años, con valores extremos en el periodo analizado de U\$S 1.49 en 1995 y U\$S 0.69 en 1999.
- Diferencias importantes entre meses, para un mismo año.
- Para un año, en general, los precios reflejan el volumen de oferta, disminuyendo su valor en los meses de noviembre y diciembre. Si embargo, en 1999, y reflejando lo expresado en los ítems anteriores; Junio fue el mes de menor precio mayorista

En el mes de junio de 2000 los precios en el mercado mayorista de la piña brasilera fue de \$ 5.60 el Kg. o sea U\$S 0.47

4.11-PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES

El precio de la piña a nivel de consumidores en el mes de junio oscilaba en \$ 20 o sea U\$S 1.67 el kilo y medio.

4.12-MARGENES

Una orientación general de márgenes a partir del precio de venta se resume en el siguiente cuadro :

AGENTE	PRECIOS JUNIO 2000
IMPORTADOR	0.34
MAYORISTA	0.47
MINORISTA	1.11

4.13-FORMAS DE COTIZACIÓN

4.14-CONDICIONES DE PAGO

Los negocios son similares a los de banana, cobranza con Brasil.

4.15- CANALES DE DISTRIBUCION

Los volúmenes son muy pequeños, y la temporada de mayor venta está muy restringida en los últimos meses del año, comercializándose junto a otras frutas y dominado por empresas que también comercializan la banana.

El sistema de distribución por tanto es muy similar al de banana.

4.16-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN

Los grandes importadores cuentan con sus propias cámaras para conservación y maduración.

Según datos recogidos existen unas 20 cámaras dentro del recinto del Mercado Modelo y otras 40 fuera del mismo, pero en su área de influencia.

Aquellas empresas que aún no tienen infraestructura propia contratan contenedores refrigerados o contratan servicios en frigoríficos de la zona, como Frigorífico Uruguayo, TERFRUSA, ICSSA.

Por tanto es opinión generalizada que no existen limitaciones para la conservación de la fruta.

4.17-CICLO DE VIDA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA A MINORISTA

El transporte carretero desde Brasil demora entre 48 a 72 horas, dependiendo de dónde viene la mercadería.

Su período de conservación es mayor del de la banana, por lo que, con una tecnología de conservación adecuada, se pueden conservar durante varias semanas.

4.18-VÍAS DE ENTRADA

Actualmente la principal vía de entrada para la fruta brasileña es por la ciudad de Chuy (350 kms. de Montevideo) en el departamento de Rocha, Rio Branco o por la ciudad de Aceguá (430 kms. de Montevideo) en el departamento de Cerro Largo, por vía terrestre, en camiones, en su mayoría sin refrigerar.

4.19-PRINCIPALES IMPORTADORES

Se detallan a continuación las principales empresas importadoras/comercializadoras de piñas.

EMPRESAS IMPORTADORAS, SEGÚN Kg. Y U\$S (AÑO 1999)

EMPRESA	PAIS	CIF	KgS. NETOS
CIRO GENTILE S.A.	BRASIL	60,500	210,600
ADOSAL S.A.	BRASIL	59,685	126,335
VIERA VIERA NELSON MARIA	BRASIL	31,000	81,000
ELAFIR S.A.	BRASIL	29,915	199,990
JOSE FAGIOLI E HIJOS S.R.L.	BRASIL	26,024	74,340
ESPERANZA S.R.L.	BRASIL	24,175	63,421
VIRTACH SRL	BRASIL	18,337	54,540
ATREA S.A.	BRASIL	12,130	36,000
CIA. URUBRASIL DE ALIMENTOS LTDA.	BRASIL	11,514	20,000
MULTIPLE S.A.	BRASIL	6,620	18,000
DI MATTEO VASILE RUBEN DANIEL	BRASIL	4,800	24,000
BATISTA - PAEZ S.R.L.	BRASIL	4,463	12,600
TERINEL S.A.	BRASIL	4,122	28,800
ARYES LTDA.	BRASIL	1,358	110
CARDOSO MESQUITA ENALDO	BRASIL	340	1,451

4.20-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO

El gravamen aduanero general es de 10 % ad valorem.

El 4 % corresponde a código 2 de ALADI (Recargo cambiario) y el 6 % a código 5 (Recargo mínimo).

4.21-RÉGIMEN DE PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Según acuerdo AAP.CE/22, los ananás frescos tienen una preferencia arancelaria del 100 % para productos provenientes de Bolivia, sin cupo límite.

4.22-BARRERAS NO ARANCELARIAS

El producto es de importación libre.

Existe una normativa sanitaria estricta que se adjunta.

4.23-COSTOS DE INTERNACIÓN DE LA MERCADERÍA

Se detallan a continuación los principales costos de internación que deberán sumarse al precio CIF y que son comunes a todos los orígenes:

CONCEPTO	U\$\$/CAJA
Comisión BROU	1.25%
Comisión Despachante	1.50 %
T.S.A. (Impuesto Aduana)	0.02%
Gastos Despacho	1.300 (pesos uruguayos)
Extraordinario (en dólares americanos)	
2.001 a 8.000	48 U\$S
8.001 a 30.000	108 U\$S
30.001 a 100.000	240 U\$S
100.001 en adelante	600 U\$S

SI VIENE EN VAPOR SE PAGA U\$S 10 POR TONELADA.

4.24-PUBLICIDAD

No existen trabajos sistemáticos.

No existe identificación en el consumidor por marcas. Se destaca que una de las principales marcas al nivel de la distribución mayorista, Joraik, es también una de las principales en banana siendo la marca con la que comercializa ambos productos una de las principales firmas en ambos rubros.

Existe buena información de mercado, a nivel de importación y volúmenes y precios en el mercado mayorista de Montevideo.

4.25-HABITOS DE COMPRA Y CONSUMO

Los ananás tienen mucha competencia durante todo el año con otras frutas de menor precio y más adecuadas al paladar del consumidor uruguayo.

Son consideradas frutas exóticas, y se consumen prácticamente ligadas a las fiestas navideñas.

El estudio realizado por IMUR, durante el mes de febrero de 1996, en conjunto con la banana, muestran claramente esta situación.

El 92 % de los encuestados no habían consumido piñas durante los últimos 15 días y los que compraron sólo compraron 1 unidad, siendo en su mayoría personas mayores de 50 años.

No se observó una distinción significativa en cuanto al uso, siendo utilizada sola, en postres o en ensalada de frutas en porcentajes similares.

En cuanto al conocimiento de origen y marca se destaca el alto porcentaje que no conoce el origen, 38 % o no responde, el 18,5 %.

Otro 38 % sin embargo lo asoció a Brasil.

5.PERU

5.1-INTRODUCCION

Perú tiene la particularidad de poseer producción propia y no posee mercados interesantes para las exportaciones bolivianas pues las condiciones de comercialización y producción no favorecen nuestras exportaciones.

5.2- ESTRUCTURA NACIONAL DE PRODUCCIÓN - 1965 A 2000

AÑO	COSECHA (HA.)	PRODUCCIÓN (TON.)	RENDIMIENTO (TON./HA.)
1965	600	8201	13.668
1966	1445	19023	13.165
1967	1710	24577	14.373
1968	2315	37133	16.040
1969	4195	75349	17.962
1970	3920	62121	15.847
1971	3445	52898	15.355
1972	3340	50466	15.110
1973	3345	49984	14.943
1974	3475	51164	14.723
1975	3730	55940	14.997
1976	3680	55280	15.022
1977	3568	50607	14.184
1978	3547	46616	13.142
1979	3569	45729	12.813
1980	4078	57605	14.126
1981	4164	54967	13.201
1982	4368	62011	14.197
1983	4447	62193	13.985
1984	4416	62539	14.162
1985	4574	65383	14.294
1986	4616	67523	14.628
1987	4873	73480	15.079
1988	5403	81740	15.129
1989	4951	88917	17.959
1990	5553	68423	12.322
1991	4949	76175	15.392
1992	5067	77296	15.255
1993	6378	92936	14.571
1994	6039	101908	16.875
1995	5905	106746	18.077
1996	7039	112835	16.030
1997	7417	125542	16.926
1998	8666	127910	14.760
1999	9795	142216	14.519

Perú produce piñas al contrario de Argentina, Chile y Uruguay.

Posee varias zonas productoras, que abastecen el mercado interno y se convierte por su producción en un potencial competidor, siempre que consiga perfeccionar su calidad.

La producción interna ha fluctuado en los últimos años, pasando de 101.000 toneladas en 1994 a 142.000 en 1999.

5.3- IMPORTACIONES

Las importaciones son inexistentes según las informaciones de ADUANAS, esto puede indicar dos cosas :
son verdaderas o existe un ingreso no declarado.

IMPORTACIONES DE PIÑAS DE PERU (EN TONELADAS)

PAIS	1994	1995	1996	1997	1998
ECUADOR	7.6	227.6		20.8	40.8
BOLIVIA	0.5				
EEUU			0.4		
TOTAL	8.1	227.6	0.4	20.8	40.8

FUENTE: ADUANAS

IMPORTACIONES DE PIÑAS DE PERU (EN MILES DE DOLARES)

PAIS	1994	1995	1996	1997	1998
ECUADOR	0.835	36		8.25	16.97
BOLIVIA	0.150				
EEUU			0.538		
TOTAL	0.985	36	0.538	8.25	16.97

FUENTE: ADUANAS

PRECIO PROMEDIO POR TONELADA

PAIS	1997	1998
ECUADOR	397	416

5.4-MARCAS

Son comercializadas sin marcas y si por la región de donde provienen

5.5-DEMANDA TOTAL

Aunque es muy difícil obtener información fidedigna sobre el particular, se la puede calcular según el total de la producción interna

5.6- ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA

No existen informaciones fidedignas para su análisis

5.7- NOMENCLATURA Y VARIEDADES COMERCIALIZADAS

Los productos de referencia son bananas o plátanos de varios tipos y la nomenclatura NALADI las caracteriza por el código 804300000.

5.8-ESTÁNDARES DE CALIDAD

Existe normativa para la importación.

El SENASA, es el organismo oficial de control sanitario y eventualmente de calidad.

5.9-EMPACADO

La producción es cargada en camiones que luego los transportan a los mercados de consumo.

5.10-CALIDAD SEGÚN ORIGEN

Durante la visita a los mercados de CUZCO y AREQUIPA solo se encontró fruta nacional y en un estado calamitoso.

5.11- PRECIOS AL NIVEL DE MERCADOS MAYORISTAS

Las piñas son comercializadas por unidad en CUZCO y se venden a 4 soles o 3 soles la unidad. En AREQUIPA el precio es de 1.5 a 2 soles la unidad.

El peso de la unidad es de aproximadamente 1 Kg. y medio

Si consideramos que la cotización del dólar es de sol 3.5 los precios fluctuaban entre U\$S 0.42 y 1.14 .

5.12- PRECIOS A NIVEL DE CONSUMIDORES

El precio a los consumidores en AREQUIPA es de 1.99 soles la unidad - U\$S 0.54

5.13-CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La distribución de la producción nacional es:

PRODUCTOR ® ACOPIADOR ® DISTRIBUIDOR O MAYORISTA

5.14-INFRAESTRUCTURA DE CONSERVACIÓN Y MADURACIÓN

Los informantes calificados indicaron que no existe una buena infraestructura de maduración y de maduración.

5.15- CICLO DE VIDA DE LA FRUTA ENTRE LA IMPORTACIÓN Y LA VENTA

Los ciclos de vida del producto son similares entre los países analizados, se encuentra en el orden de los 10 días, con un máximo de 15.

5.16-VÍAS DE ENTRADA

El punto fronterizo que fue estudiado fue el de DESAGUADERO por donde creemos que entra fruta boliviana que luego no se ve reflejada en las estadísticas de importaciones.

Por otra parte se nos informo que las rutas que unen este punto con CUZCO y AREQUIPA se encuentran en buen estado.

5.17- PRINCIPALES IMPORTADORES

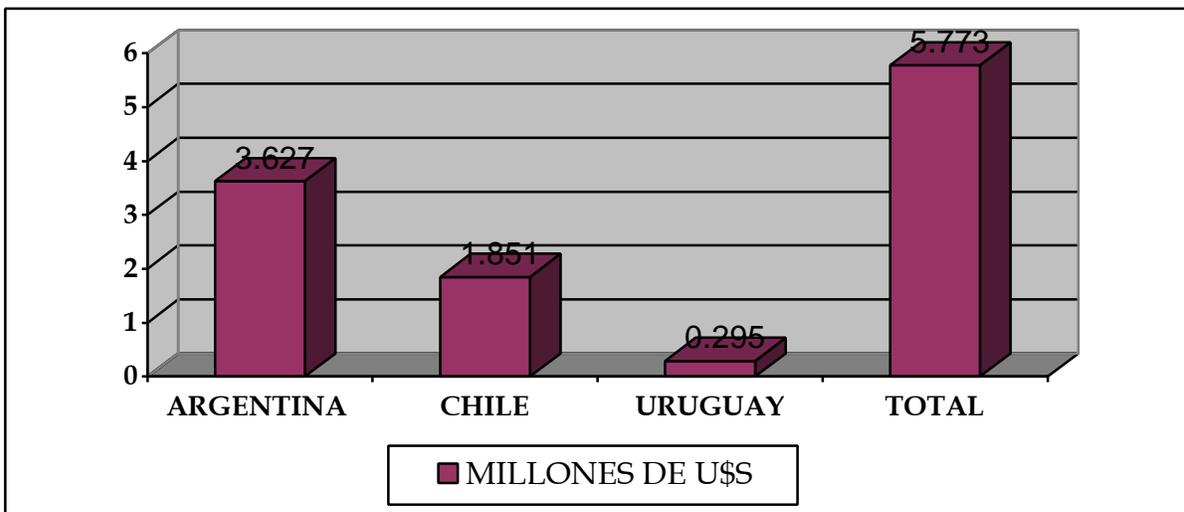
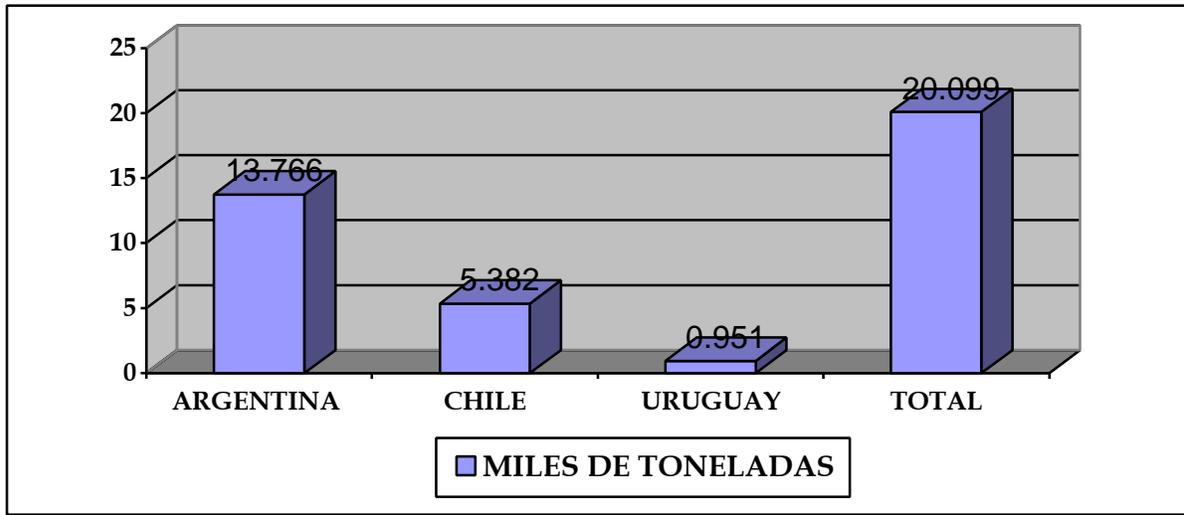
EMPRESA	ORIGEN	U\$S CIF	Kg
DE LA PUENTE OLAVEGOYA PLENGE FERNANDO	ECUADOR	709	6,000
BRUNO BEROLATTI RAMOS	BOLIVIA	150	452
HUARNIZ BERRUD WILFREDO	ECUADOR	79	1,000
RIVAS CHECA MARIA ELVIRA	ECUADOR	47	600
RIVAS CHECA MARIA ELVIRA	ECUADOR	14,079	89,204
ZABULON ABAD GARCIA	ECUADOR	13,225	84,262
HERNAN LOPEZ PALOMINO	ECUADOR	5,715	36,470
MANUEL JUARES ADRIANZEN	ECUADOR	950	3,000
CORDOVA BECERRA MARIA UBALDINA	ECUADOR	657	4,200
HERRERA CARRASCO ALFREDO FELIPE	ECUADOR	323	3,000
DE LA CRUZ GUARNIZ ROMULO	ECUADOR	323	3,000
ALFREDO NEYRA CANALES	ECUADOR	317	2,000
JUAN CALVIN CABRERA	ECUADOR	231	1,500
GREGORIA GUTIERRES HUAMANI	ECUADOR	125	600
X	ECUADOR	62	400
ARQUIMEDES LAZARO R.	EEUU	538	382
NORFRUIT S.A.	ECUADOR	8,253	20,770
CORPORACION WEST S.A.	ECUADOR	16,975	40,760

5.18-RÉGIMEN GENERAL ARANCELARIO

La banana boliviana esta exonerada de impuestos , en cambio la ecuatoriana pagan un arancel ad valorem CIF de 25% y una sobretasa adicional de 5% ad valorem CIF, a su vez están exonerados del impuesto general a las ventas (IGV) y el impuesto selectivo al consumo (ISC).

6 CONCLUSIONES

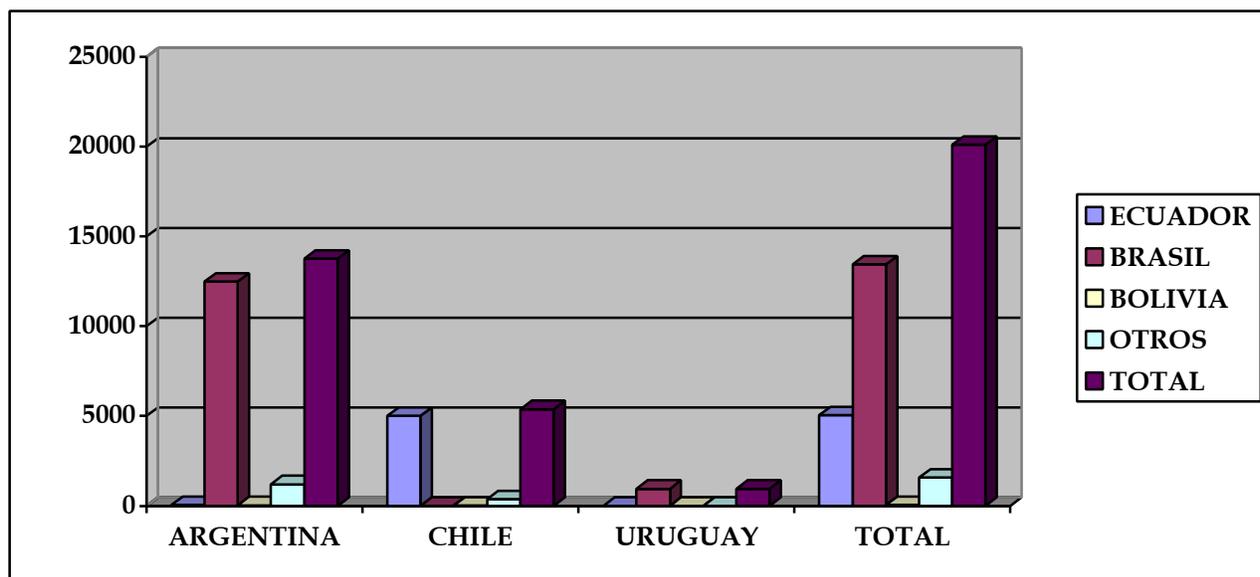
El mercado de piña para el grupo de países estudiados, Argentina, Chile, y Uruguay es de 20.099 toneladas y de 5.773 millones de dólares para 1999, si lo comparamos con los resultados expuestos en 1996 con relación a 1994 -13.540 toneladas y 4.466 millones de dólares CIF, se puede concluir que aumento el volumen en un 48% y los valores en un 29%



MERCADO DE LA PIÑA EN LOS PAISES ESTUDIADOS

PAIS	TONELADAS	U\$S
ARGENTINA	13.766	3.627
CHILE	5.382	1.851
URUGUAY	951	295
TOTAL	20.099	5.773

Los concurrentes al mercado son principalmente Ecuador, Brasil, y Bolivia.



PARTICIPACION DE LOS CONCURRENTES EN 1999
(EN TONELADAS)

PAIS/ORIGEN	ECUADOR	BRASIL	BOLIVIA	OTROS	TOTAL
ARGENTINA	38	12491	36	1201	13766
CHILE	5010	0	7	365	5382
URUGUAY	0	951	0	0	951
TOTAL	5048	13442	43	1566	20099

PARTICIPACION DE LOS CONCURRENTES EN 1999
(%)

PAIS/ORIGEN	ECUADOR	BRASIL	BOLIVIA	OTROS	TOTAL
ARGENTINA	0.3	91.0	0.3	8.4	100
CHILE	93.0	0.0	0.1	6.8	100
URUGUAY	0.0	100.0	0.0	0.0	100
TOTAL	25	67	0.2	7.8	100

Ecuador tiene una participación de más del 25% en los mercados argentino , chileno y uruguayo, Brasil posee el 67% y Bolivia el 0.2% en lo que se refiere al año 1999.

Brasil, principal concurrente en Uruguay, participó con el 100% del mercado en 1999..

Bolivia ha sido un concurrente no permanente o con volúmenes tan menores que lo constituyen en un abastecedor marginal en el área de estudio, como fue dicho en 1996

Se resumen a continuación los principales puntos débiles y puntos fuertes del producto boliviano frente a la situación del mercado regional.

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DEBILES
<ul style="list-style-type: none"> ◆ CERCANIA A LOS MERCADOS DE CORDOBA, IQUIQUE Y ANTOFAGASTA ◆ COSTO DE PRODUCCION QUE PUEDEN SER COMPETITIVOS ◆ CALIDAD DE LA FRUTA ◆ SISTEMA IMPOSITIVO DE DEVOLUCIÓN ◆ BALANZA COMERCIAL CON LOS PAÍSES ESTUDIADOS ◆ CAPACIDAD DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ COMPETENCIA POR PRODUCCIÓN ◆ COSTO DE PRODUCCIÓN DE COCA ◆ COSTO Y CALIDAD DEL TRANSPORTE ◆ MANEJO DE COSECHA Y DE VARIOS IMPUESTOS POST- COSECHA ◆ EMPAQUE DE COSTO ALTO ◆ CAPACIDAD DE EMPRESAS ◆ ESTRUCTURA SOCIAL DE LAS EXPORTADORAS, PRODUCCIÓN CON MUCHAS PLANTACIONES DE PEQUEÑOS PRODUCTORES ◆ AUSENCIA DE CARRETERAS ADECUADAS PARA COMUNICARSE CON ARGENTINA Y URUGUAY ◆ TRANSPORTE REFRIGERADO A COSTO COMPETITIVO ◆ INTERNACIONALIZACIÓN DE CADENAS DE DISTRIBUCIÓN MUY ARRAIGADAS EN EL MERCADO REGIONAL ◆ FUERTE COMPETENCIA DE OTROS CONCURRENTES COMO ECUADOR Y BRASIL ◆ BAJOS VOLUMENES EXPORTABLES ◆ RESTRICCIONES SANITARIAS Y PREVISIBLES NUEVAS NORMATIVAS FITOSANITARIAS

La situación del mercado de la piña de los cuatro países es el que muestra el siguiente cuadro :

	CHILE	URUGUAY	ARGENTINA	PERU
MERCADO DE IMPORTACIÓN AÑO 1999	5.382 TON.	951 TON.	13.766 TON.	0 TON.
HABITO DE CONSUMO	MUY BAJO	MUY BAJO	MUY BAJO	
ESTACIONALIDAD DE DEMANDA	VERANO	VERANO	VERANO	TODO EL AÑO
ABASTECEDORES EXTERNOS	ECUADOR 94%	BRASIL 100%	BRASIL 91%	NACIONAL 100%
IMPORTADORES	POCOS	POCOS	POCOS	
PRECIO CIF 1999 U\$/Kg.	ECUADOR 0.32	BRASIL 0.31	BRASIL 0.27	
PREFERENCIAS ARANCELARIAS	100% PARA BOLIVIA, ECUADOR Y BRASIL	100% PARA BOLIVIA Y BRASIL, 1% ECUADOR	100% PARA BOLIVIA, ECUADOR Y BRASIL	100% PARA BOLIVIA
BARRERAS NO ARANCELARIAS	MUY ESTRICTO CONTROL SANITARIO	ESTRICTO CONTROL SANITARIO	MUY ESTRICTO CONTROL SANITARIO	
EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO	MEDIA	MEDIA	MEDIA	