

## ***caracterización de la producción y comercialización de frutas y hortalizas<sup>1</sup>***

### ***estudios de los canales comerciales, los márgenes, las pérdidas y el transporte de frutas y hortalizas frescas***

*Ing. Agr. Martín Dabezies*

---

#### **INTRODUCCION**

Los objetivos y alcances de la investigación fueron:

- Actualizar el trabajo “Márgenes y canales de comercio de algunos productos agropecuarios-1994” realizado por OPYPA en convenio con el BCU,
- Estimar el % de margen promedio de comercio y el % de margen promedio de transporte para el total del país por producto, para los rubros hortifrutícolas mencionados.
- Los rubros en los cuales se realizó este estudio fueron: frutas de hoja caduca, citrus, papa, tomate, cebolla, zanahoria, lechuga, frutilla, ajo, morrón y zapallo.

La metodología utilizada consistió en la revisión de estadísticas y trabajos existentes y fundamentalmente en numerosas entrevistas a informantes calificados que operan en los distintos puntos de la cadena producción-consumo de los productos fruti-hortícolas bajo estudio. El período de referencia para el análisis comprende los años 2000 y 2001.

#### **DEFINICIONES METODOLOGICAS**

La investigación refiere al período 2000-2001, salvo en los casos en que la información disponible obligó a referirse a algún año anterior.

---

<sup>1</sup> Este estudio se realizó a solicitud del Banco Central del Uruguay (BCU), en el marco de la Carta de Entendimiento C.N. 6 entre el MGAP y el IICA, para apoyo a las acciones de la OPYPA. El equipo técnico se conformó con el Ing. Agr°. Alejandro Pizzolón como investigador principal y el Ing. Agr°. Alberto Viera como investigador asociado; la dirección y coordinación estuvieron a cargo del Ing. Agr°, Economista Agrícola M Sc. Martín J. Dabezies Antía. La supervisión por parte de la OPYPA fue del Ing. Agr°. Dr. Alfredo Picerno, sub-director de OPYPA.

Los autores desean agradecer a todas las personas e instituciones, especialmente al equipo técnico de la OPYPA y del MGAP, que apoyaron permanentemente e hicieron posible la realización del estudio.

Los márgenes se estiman como márgenes brutos, esto es sin considerar las pérdidas físicas y de calidad en la etapa de comercio implicada; sin embargo se realizan estimaciones de las pérdidas referidas, de forma de obtener una aproximación confiable a los márgenes netos.

Los márgenes de comercio se expresan como porcentaje del precio de venta en el canal considerado, en caso contrario se aclara. Dadas las particularidades de algunas producciones involucradas, se presta especial atención a la existencia de cambios de tipo estacional o de procedencia (norte o del sur del país), en las variables investigadas.

Los márgenes de transporte se estimaron en forma indirecta e base a: mapas de producción-consumo, porcentaje de fletes contratados y tarifas de fletes. El resultado obtenido se chequeó con los operadores para verificar si están incluidos o no, en los márgenes estimados cuando la comisión de comercialización incluye el transporte de la mercadería.

A los efectos de la adecuada sistematización e interpretación de los resultados, es clave la identificación precisa de los diferentes productos analizados. Por este motivo, se definieron los siguientes productos y las siguientes categorías:

Manzana:	Tipo red delicia, calibre grande (90 a 100), categoría "1era."
Durazno:	Sin variedad específica, calibre 60 (caja exportación de 8 kg.), categoría "1era"
Pera:	Williams, calibre entre 180 a 200 grs., categoría "1era"
Naranja:	Washington Navel, calibre 88, categoría "1era."
Limón:	Tipo "Lisboa", calibre 100 en caja de exportación de 15 kgs., cat. "1era"
Mandarina:	sin variedad determinada, calibre 96 caja de exportación, cat. "1era"
Ajo :	Tipo colorado, calibre 6, Cat. 1era.
Cebolla:	Tipo sintética 14, calibre MERCOSUR 3 (5 a 7 cm. de diámetro), Cat. "1era"
Frutilla:	Fruta sana, de color rojo intenso, de peso mayor de 25 gramos. Con cáliz de color verde intenso. Apariencia fresca
Lechuga:	Tipo mantecosa, color verde intenso, peso aprox. 250 a 300 gramos. Aspecto fresco

Morrón: Colorado de 4 puntas, largo del fruto mayor de 12 cm., ancho mayor a 5 cm.

Papa: Tipo Rosada, tamaño mediano, sin daños físicos ni sanitarios

Tomate : Tipo Americano, color rojo, calibre grande (8 a 10 cm. de diámetro)

Zanahoria: primera, color naranja con escaso “hombro”, sin “palo”, largo entre 12 y 20 cm, diámetro entre 2 y 3,5 cm. Sin síntomas de deshidratado.

Zapallo Kabutiá, primera, color cáscara verde oscuro, color pulpa amarillo-anaranjado, frutas entre 1,5 a 2,5 kg.

Para cada uno de los productos estudiados, la información obtenida se sistematizó bajo el siguiente esquema:

*a.- caracterización productiva de los principales productos hortifrutícolas.-*

*a.1.- frutas*

*a.2.- hortalizas*

*b.- aproximación a los principales canales de comercialización y su peso relativo.-*

*c.- estimación de las mermas promedio de los comerciantes.-*

*d.- estimación de los márgenes de comercialización.-*

*e.- estimación del % global de margen de comercio por producto, teniendo en cuenta los volúmenes comercializados en cada canal y las respectivas mermas y calidades.-*

*e.1.- frutas*

*e.2.- hortalizas*

*f.- mapa de la producción y comercialización de frutas y hortalizas en uruguay y estimación de transporte involucrado en el mismo.-*

*g.- estimación de las tarifas de fletes.-*

*h.- estimaciones de los porcentajes de fletes contratados.-*