Documento de Trabajo
FLACSO - Programa Chile
Serie: Estudios Sociales, Nº 1
Santiago, Octubre de 1990.

S E R I E
Estudios Sociales

MERCADO CAUTIVO O CAUTIVOS DEL MERCADO (La Uva Chilena en el Mercado de los Estados Unidos)*

Sergio Gómez

* Documento presentado al Seminario-Taller sobre "La Uva Chilena en el Mercado de Estados Unidos", realizado en FLACSO-Chile, el día 28 de Agosto de 1990. Esta actividad forma parte del proyecto "Relaciones Comerciales y Cooperación Internacional: la dinámica del comercio exterior Chile-Estados Unidos.

Esta serie de Documentos es editada por el Programa de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), en Santiago de Chile. Las opiniones que en los documentos se presentan, así como los análisis e interpretaciones que en ellos se contienen, son de la exclusividad de sus autores y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Facultad.

RESUMEN

En el texto se analiza la situación que enfrenta la uva de mesa fresca que Chile exporta al mercado norteamericano. Se entregan antecedentes sobre la importancia que ha tenido y tendrá en el futuro y se examinan las condiciones para que la uva chilena se pueda mantener con éxito en dicho mercado.

Se ha estimado oportuno aportar información cuantitativa para respaldar los argumentos que se plantean. Ello justifica la abundancia de cifras que se entregan. Agradezco a Marcelo Gross y a Antonio Yaksic por la información que me facilitaron.

INDICE

Indice de cuadros

PRESENTACION

El trabajo que se presenta trata exclusivamente el tema de las potencialidades y limitaciones que tiene la colocación de uva de mesa fresca en el mercado de los Estados Unidos. Está claro que esta no es la única fruta que Chile exporta ni ese su único mercado, pero si son claves. Otra restricción es que no se considera la situación de producción de la uva a través de una multiplicidad de productores atomizados y una fuerte concentración de complejos agroindustriales que los embalan, exportan y comercializan.

El texto comienza ubicando la importancia que tiene la agricultura en el comercio exterior y la uva de mesa dentro del conjunto de la fruticultura nacional y el mercado norteamericano para ella. Luego se analizan las razones que explican el auge frutícola de los últimos años, intentando ponderar el peso relativo de cada uno de ellos. A continuación se hace un balance de los últimos años destacando los logros y los problemas. Finalmente, se hace un balance de los resultados de la última cosecha.

El método de exposición utilizado consiste en acercarse al objeto de análisis a través de aproximaciones sucesivas, cada vez más focalizadas.

La tesis central que se pretende mostrar en este documento es que la uva de mesa chilena depende estructuralmente del mercado norteamericano y, por lo tanto, su desarrollo exitoso en el futuro pasa por satisfacer a ese mercado con las condiciones que esté dispuesto a exigir.

I. EL CONTEXTO

Con el objeto de ubicar el tema de la producción de uva en el mercado norteamericano se entregan antecedentes sobre el comercio internacional del país para ver el peso relativo que tiene la fruticultura de exportación.

1. Comercio exterior chileno

En primer lugar, conviene situar la dimensión que tiene la producción agrícola en el contexto del total de las exportaciones que realiza el país; sus principales mercados y la significación de la uva en el mercado norteamericano.

Cuadro Nº 1

Embarques de Exportaciones Chile. 1989
Millones de US$ FOB

Cobre - Hierro	4.194,5
Otros minería	1.197,7
Silvicultura	789,4
Agropecuario	702,2
Pesquero	520,7
Otros	778,2
TOTAL	8.192,7

Fuente: Banco Central de Chile. Enero 1990. Los ítemes han sido agrupados a partir de la información desagregada del Banco Central.

Cuadro Nº 2

Destino de las Exportaciones. Chile. 1989
En por ciento

Comunidad Económica Europea	36 %
Estados Unidos	18 %
Japón	14 %
América Latina	12 %
Otros	20 %
TOTAL	100 %

Fuente: Banco Central.

Cuadro Nº 3

Exportaciones de Chile a los Estados Unidos. 1987-88
Millones de US$

	1987	1988
Cobre	340,1	483,7
Uva fresca	215,1	235,0
Otros	558,3	574,5
TOTAL	1.140,5	1.393,2

Fuente: Banco Central

De los antecedentes presentados, interesa que quede en claro:

1) Contrariamente a la imagen que se ha construido, tomando en cuenta la diversificación que se ha impulsado, la economía chilena sigue siendo básicamente minera.

2) El mercado europeo es de lejos el más importante,

duplicando al norteamericano, que es el que le sigue como lugar de destino de nuestras exportaciones.

3) Dentro del mercado norteamericano, el cobre tiene un peso decisivo, seguido de la uva fresca de mesa, tema que será desarrollado más adelante.

2. Fruticultura y comercio exterior

Para comenzar este punto es necesario formular una afirmación categórica: el mercado norteamericano es vital para la uva chilena, siendo esta, a su vez, la más importante especie dentro de la fruticultura chilena.

Además, el crecimiento que ha tenido la exportación de la uva de mesa a dicho mercado ha sido verdaderamente explosivo.

Para demostrar esta afirmación se entregan antecedentes sobre la fruticultura chilena en general y sobre el mercado de la fruta fresca de invierno en los Estados Unidos.

Chile en la actualidad cuenta con 172.000 hás. plantadas con diversas especies frutales. De ellas, las tres principales son: 45.500 hás. con uva de mesa; 24.500 hás. con manzanas y 11.500 hás. con peras. En consecuencia, la superficie destinada a la uva de mesa representa más del 25% del total plantado.

La tasa de crecimiento de la superficie de frutales plantadas para el mercado externo en los últimos años han

sido del orden del 20% anual.

Veamos, en primer lugar, el destino de la fruta chilena en las dos últimas temporadas.

Cuadro Nº 4

Destino de la Fruta Chilena por Mercado (%)

Mercado	1988-89	1989-90
Estados Unidos	49 %	52 %
Europa	36 %	36 %
Lejano Oriente	2 %	2 %
Mediano Oriente	8 %	6 %
América Latina	5 %	4 %

Fuente: Asociación de Exportadores de Frutas.

Como se puede apreciar, la importancia del mercado norteamericano es decisiva y creciente.

A continuación se entrega la información sobre la distribución de la fruta por especies dentro del mercado norteamericano.

Cuadro Nº 5
Diferentes especies de fruta chilena a Estados Unidos
(1989-1990 Miles de cajas)

Uva	42.300
Nectarines	3.580
Ciruelas	3.300
Duraznos	2.930
Peras	1.330
Manzanas	1.230
Otros	1.090

Fuente: Asociación de Exportadores de Frutas.

Las cifras dispensan comentarios: el peso de la uva de mesa del mercado norteamericano es evidente.

Ahora bien, considerando la uva de mesa exportada de acuerdo a diferentes mercados se tiene la siguiente realidad:

Cuadro Nº 6

Exportación de Uva de Mesa Chilena de Acuerdo a Mercados 1983-1990. Miles de Cajas

Temporada	Mercado Estados Unidos	Otros Mercados	Total
1983-1984	17.000	6.600	23.600
1985-1986	21.600	8.700	30.300
1987-1988	32.200	16.300	48.500
1989-1990	42.300	20.900	63.200

Fuente: Panorama Económico de la Agricultura del Departamento de Economía Agraria de la Universidad Católica de Chile, N 70, Santiago, 1990.

Las cifras son elocuentes y muestran un crecimiento de la uva de mesa muy concentrado en el mercado norteamericano. Desde otro punto de vista, se puede demostrar que la demanda norteamericana constituye el principal motor de crecimiento de la uva de mesa chilena.

Las principales variedades plantadas corresponden a las requeridas en ese mercado (Flame y Thompson) y difícilmente pueden ser reemplazadas. En cierto sentido, se puede afirmar que la mayor parte de la producción de

uva de mesa chilena tiene un mercado cautivo en los Estados Unidos.

Analizando las causas que llevan a este crecimiento espectacular y concentrado hacia los países del hemisferio norte de la fruticultura chilena de exportación desde fines de la década de los 70, se pueden mencionar los siguientes factores:

a) La experiencia acumulada en Chile. Se puede afirmar que no se trata de una nueva actividad, sino de su masificación. La primera ley de fomento a la fruticultura es de 1928; en 1930 se crea la Compañía Frutera Sudamericana, empresa líder en el sector hasta 1981 cuando quiebra; en 1968 la CORFO formula el Plan Nacional de Desarrollo Frutícola; etc. Es decir, existía una experiencia en el - país de empresarios y de trabajadores - que permitiría una masificación de la actividad sin mayores problemas.

b) La ubicación del país. La posibilidad de producir fruta para mercados del hemisferio norte fuera de temporada debido a la diferencia de las estaciones; disponer de un territorio libre de plagas y con fronteras naturales que no favorecen su contaminación; y la cercanía relativa al mercado de Estados Unidos, son tres factores que han favorecido el desarrollo de la fruticultura chilena. Es cierto, que estos factores siempre existieron. Pero también lo es, el hecho que su existencia favorece el desarrollo frutícola cuando se provoca la demanda. Este es el hecho clave que se trata a continuación.

c) El cambio en los hábitos de consumo en los habitantes del hemisferio norte que valoran el consumo de alimentos frescos, entre ellos la fruta. Este sí que es un hecho nuevo y por eso cuando se plantea que este sector no podía existir con un modelo diferente al que aplicó el régimen militar, no se está apuntando a lo esencial. Sí, es cierto que no se podía aplicar cuando prevalecía la estructura agraria de los años 60. Sobre este punto se volverá más adelante.

El hecho nuevo esencial es el cambio en los hábitos alimenticios de los estratos medios y altos del mundo desarrollado. Valores como frescura, sanidad, nutrición, liviandad, limpieza, gusto+color= buena apariencia, etc., son determinantes en el consumo. Estos factores resultan más importantes que el precio del producto. Ello, explica el altísimo nivel de exigencia que se tiene con esta fruta de invierno que viene de Chile. Veamos algunas cifras. A comienzos de los años 80 en los Estados Unidos el consumo per capita de fruta fresca de invierno era de 1,5 kgrs, mientras ahora es de 4 kgrs; de acuerdo a estimaciones recientes, los norteamericanos que comen esta fruta pasarán del 30 % de la población que la consume en la actualidad al 45 % en la próxima década. Esta tendencia sigue a la de consumo de fruta fresca en general. Cada norteamericano consume en la actualidad un promedio de 40 kgrs. de fruta fresca al año.

d) La existencia de nuevas tecnologías que permiten conservar en buenas condiciones un producto tan perecible como es la uva y trasladar volúmenes significativos a grandes distancias. La tecnología de la "atmósfera controlada" ha permitido aminorar el deterioro poscosecha de la fruta y que llegue a los exigentes mercados en buenas condiciones de calidad.

e) La irrupción de empresas transnacionales que han realizado cuantiosas inversiones en el sector, mediante subsidios a través del uso de pagarés de la deuda externa, según las normas contenidas en el Capítulo XIX del Compendio de Cambios Internacionales del Banco Central. El hecho que estas empresas, entre ellas de origen norteamericano, se hagan cargo del proceso de comercialización en los puntos de destino, facilita las cosas.

También, habría que agregar, como se ha mencionado, el efecto modernizador que tuvo la aplicación de la reforma agraria. En resumen, resulta inpensable el desarrollo frutícola que ha experimentado el país con la permanencia de la hacienda que prevalecía en amplios sectores hasta la década del 60. La reforma, por sus efectos directos e indirectos, sacudió la estructura agraria tradicional y dinamizó el mercado de la tierra.

Veamos ahora el significado que tiene la actividad frutícola en el contexto mundial y dentro de los Estados Unidos.

Cuadro Nº 7

Volúmenes de las Principales Frutas
Transadas en el Mercado Mundial (miles de tons.)

Plátanos	7.500
Naranjas	5.400
Manzanas	3.700
Uvas	1.400
Limones	1.000

Como se puede apreciar, entre las principales frutas transadas en el mercado mundial, las uvas son de lejos el producto más delicado y el que no permite un almacenamiento prolongado. Visto en su conjunto, Chile aporta sólo el 3% de la fruta que se transa en el mercado mundial como volumen global. Pero en el caso de la uva su importancia aumenta.

Dicho de otra manera, en los hechos, Chile optó por una estrategia exportadora de un producto de altísimo riesgo dado su extrema perecibilidad y dificultades de almacenamiento como por la concentración de este, en un mercado que le es vital.

Cuadro Nº 8

Volúmenes de Uva de Mesa Transada en el
Mercado Internacional (1988-89) Tons.

Argentina	7.000
Australia	6.000
Nueva Zelandia	200
Sud Africa	47.500
Otros	2.000
Chile	390.000
TOTAL	452.200

Como se puede apreciar, Chile absorbe el 86% de la uva que se transa en el mercado internacional y, como se ha visto esta se concentra en el mercado norteamericano.

Hay un conjunto de razones que explican la concentración de la uva en el mercado norteamericano.

a) El tamaño del mercado. El número de personas que está dispuesto a consumir uva de mesa fresca en invierno, pagando precios que para nosotros resultan elevados, aunque para ellos sean corrientes, es un hecho fundamental. Hay que tener claro que en los volúmenes que actualmente se exportan, lo que se requiere es fruta fresca y no pasas ni jugos, ni uva en conserva. La demanda es por fruta fresca.

b) La distancia. A lo anterior hay que agregar que el otro mercado interesante, Europa, por su tamaño, significa mayores costos de flete y deterioro en la calidad del producto. Esto último, porque el deterioro del producto es función del tiempo entre la cosecha y el la llegada al consumidor. Esta razón es más válida para el caso del Medio y Lejano Oriente. Los países de América Latina constituyen un mercado insignificante dada la distribución del ingreso que prevalece en ellos y la situación económica que atraviesan varios de ellos que les impide ocupar sus escasa divisas en importar este tipo de productos. Además, estos paises son productores de la uva que consumen en la misma temporada en que sale la fruta chilena. El caso de Europa del Este puede ser interesante en el mediano

plazo.

Cuadro Nº 9

Flete Marítimo de la Fruta Chilena
Duración y Costos Aproximados

Destino	Duración (aprox.)	US$ p3
Estados Unidos (Costa Este)	14 días	3.05
Estados Unidos (Costa Oeste)	15 días	3.15
Europa	20 días	4.35
Lejano Oriente	25 días	4.95

Fuente: Exportadora Pocuro SA. Ing. Antonio Yaksic.

La conclusión es que, más que pensar en diversificar productos y mercados, que por cierto hay que intentar, pero reconociendo desde la partida que existe un techo, el mercado norteamericano es fundamental y hay que trabajarlo con rigurosidad. Además, Europa, tiene otros países del hemisferio sur más cercanos que la podrían abastecer.

II. BALANCE GLOBAL

A continuación se hace una descripción de los principales logros y problemas que enfrenta la actividad frutícola, en particular la uva de mesa en los Estados Unidos.

1. Logros

En primer lugar, es necesario destacar el volumen de uva de mesa y de frutas y verduras frescas en general que Chile ha sido capaz de colocar en el mercado norteamericano en un breve plazo. Esto realidad está reflejando una capacidad empresarial y una fuerza de trabajo altamente calificada que son capaces de realizar una operación compleja y delicada en volúmenes que son considerables. Insinuamos que junto a este logro se avecina la posibilidad de saturar el mercado.

En segundo lugar, una parte importante del auge de la industria frutícola chilena se explica por el hecho que la uva chilena no compite con la producción de uva norteamericana, en la medida que la fruta chilena llega al mercado norteamericano en invierno. Cuando esta característica se pierde, los problemas pueden surgir.

En tercer lugar, hay que señalar que el negocio de la exportación de uva comenzó con altísimas tasas de ganancias. En la medida que la oferta ha crecido en la forma que se ha señalado, la actividad ha pasado a ser un negocio rentable en el cuál la ganancia tiende a situarse en la tasa media de la economía. En este sentido, se

asistirá, en el mediano plazo, a un proceso de selección en el que permanecerán en el mercado sólo los productores más eficientes. Ello significará introducir en el negocio frutícola un nivel de concentración mayor al ya existente y, probablemente, con una mayor participación de las empresas transnacionales.

2. Los problemas

Resulta evidente que la uva chilena ha enfrentado crecientes problemas en el mercado de los Estados Unidos que ha repercutido negativamente sobre los directamente involucrados en el negocio -empresarios y trabajadores- y en el país en general. Recordemos el envenenamiento del cianuro en 1989; la mosca de la fruta en el Valle de Aconcagua en 1990. Todo indica que los problemas no disminuirán y se puede señalar más enfáticamente que no se volverá a la situación de comienzos de los 80.

Además como ya lo insinuamos, los logros presentados contienen los gérmenes de los problemas.

El primero, es un derivado de la cantidad de fruta que llega al mercado y las dificultades de mantener niveles de calidad que satisfagan los exigentes estándares. Hasta ahora, por un ideologismo exagerado, muchos empresarios rechazan un control de calidad donde el Estado tenga una intervención preponderante. Y, si no es el Gobierno, quién puede establecer un control ? Es verdad que las grandes empresas exportadoras establecen controles severos de la calidad, pero con que unos pocos empresarios inescrupulosos envíen fruta de dudosa

calidad, perjudican al conjunto de la actividad. Ello ha ocurrido y seguirá ocurriendo cuando los volúmenes que se exportan son tan grandes sin que exista una intervención gubernamental concertada con productores y exportadores.

El segundo problema surge cuando la uva chilena adelanta su salida y retrasa el final de la temporada y, por lo tanto, de ser un negocio complementario pasa a ser conflictiva ya que las primera uvas chilenas llegan cuando se está acabando la temporada y las últimas cuando comienzan a aparecer los primores de los Estados Unidos. El siguiente gráfico muestra la distribución de llegada de uva de Chile y de los Estados Unidos.

Cuadro Nº 10

Embarques de Uva al Mercado Norteamericano
(Miles de cajas) 1987

	Desde Chile	Desde California
Diciembre	791	5.455
Enero	3.309	
Febrero	8.477	
Marzo	7.945	
Abril	5.136	
Mayo	227	3.109
Junio		5.195
Agosto		11.140
Septiembre		10.123
Octubre		8.386
Noviembre		5.455

Fuente: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Citado en el Seminario de Crisis de la Fruta. Fundación Chile.

Lo interesante de observar es que la uva que procede de Chile llega más rápido al peak, aún cuando el de California es bastante más elevado. Por lo tanto habría espacio para crecer en los meses de invierno.

El adelanto de la salida de la uva chilena se logra con las plantaciones del norte (Copiapó y Ovalle) y el retraso con las de la VI Región al sur.

El tercer problema, dice relación con que el crecimiento de los volúmenes exportables no va acompañado con un incremento de los ingresos. La temporada pasada creció el volumen exportado en un 20% mientras los ingresos generados bajaron en un 10% con respecto a la misma temporada anterior. Ello significa que el negocio

de la exportación tiene sentido para los participantes en el abastecimiento de insumos y en ciertos eslabones de la cadena pero no para el productos. En efecto los fabricantes de cajas, de cartones y papeles, las compañías navieras y las exportadoras de fruta aumentan sus ganancias a medida que crece el volumen. Pero no es el caso de los productores. El desafío es lograr una buena selección de productos de alta calidad que tengan excelentes precios para lograr aumentar los ingresos y no exportar simplemente más cajas.

A este punto hay que agregar la doble tendencia observada en el último tiempo: una baja del precio del dólar (moneda en que reciben el pago) y el alza de los precios internos (sus costos de producción). Baste señalar que la Unidad de Fomento ha tenido un fuerte crecimiento mientras el dólar se ha mantenido estable como consecuencia de las políticas de ajuste que se han implementado en el último tiempo. Para comprobar lo anterior se presentan los siguientes cuadros sobre la evolución de los costos de producción y de los precios de la uva.

Cuadro Nº 11
Indice de Costo de Producción
Uva de Mesa sin Pepa. Chile.

Año	Mano de obra	Pesticidas y fert.	Flete y maquin	Indice Anual costo
1985	42,0	37,3	20,7	100,0
1986	48,3	46,6	21,9	116,8
1987	53,1	52,6	25,1	130,8
1988	59,5	60,4	26,6	146,5
1989	81,3	62,5	29,9	173,7
1990	94,5	73,6	35,6	203,7

Fuente: Marcelo Gross. Resultados Esperados de la Cosecha de Fruta en el Valle del Aconcagua. Informe Preliminar. VIAGRO, Santiago, Mayo de 1990.

Cuadro Nº 12

Indice de Precios de Uva Chilena. Estados Unidos.

Año	Tompson	Flame
1984-85	100,0	100,0
1985-86	90,5	83,0
1986-87	83,4	53,7
1987-88	84,2	54,8
1988-89	95,1	54,1
1989-90	52,5	57,0

Fuente: idem cuadro anterior

Los antecedentes presentados son elocuentes. Interesa que quede en claro es que la época del creciemiento fácil de la exportación de fruta ha

terminado. Hace ya un par de temporadas que se ha iniciado una nueva fase que requiere de un alto grado de profesionalismo para mantenerse en la actividad.

III. LA TEMPORADA 1989 - 1990

Revisemos con detenimiento la reciente temporada de exportación de uva a los Estados Unidos.

1) La temporada de uva de la cosecha producida en los Estados Unidos había tenido muy buenos precios, hecho que influyó en que las primeras uvas que llegaron desde Copiapó y de Ovalle también se acoplaron a la bonanza de precios de la uva norteamericana.

2) En el mes de Enero de 1990 se produce la invasión del ejercito de los Estados Unidos a Panamá, situación que dificultó el tránsito de barcos por el canal. Se produjo un atochamiento de barcos chilenos con fruta que salieron simultáneamente cuando se normalizó la situación, creando una situación de sobreoferta y, por lo tanto bajando los precios.

3) A este fenómeno hay que agregar la detección de un foco con mosca de la fruta en el Valle de Aconcagua cuando la cosecha se encontraba en pleno apogeo. Esta situación paralizó las exportaciones; encareció los costos (tratamiento a la fruta); y deterioró la calidad del producto. esta situación confirmó la tendencia a la baja de los precios.

Como resultado de lo anterior, la presente temporada terminó como un mal negocio para numerosos productores. Además confirma que este negocio se maneja en los ámbitos de una extrema fragilidad. Cada año tiene un inponderable: sea el cianuro, problemas en el canal de

Panamá, la mosca de la fruta, etc. Ello quiere decir que sin una adecuada concertación para programar la llegada a puertos de destino y controles de calidad, el negocio se volverá cada año más complicado.

IV. NOTA FINAL

Ya hemos visto que el mercado de los Estados Unidos es fundamental para la uva de mesa de Chile. Se trata de un mercado cautivo: el país lo requiere y es difícil reemplazarlo por otro. Si ello es así, el país debe mejorar su desempeño en él, y para eso hay que conocerlo bien. Y, la verdad es que se sabe muy poco sobre su funcionamiento.

De allí la urgente necesidad de realizar investigaciones sobre el tema que considere, entre otros, preguntas como las siguientes:

¿Cuál es el techo real que tiene la oferta de uva en invierno en un nivel de precios que siga siendo un negocio atractivo para el país? Esta pregunta simple no tiene respuesta.

¿Cuáles son las fuerzas sociales que se mueven en el mercado de la fruta en los Estados Unidos, a nivel de productores y de los agentes que participan en la distribución y comercialización del producto?

¿Cuáles son los productos nacionales equivalentes de Estados Unidos que son desplazados por el consumo de fruta de invierno procedente del hemisferio sur?

¿Cuáles son las estrategias que están formulando otros países de América Latina para llegar al mismo mercado, por ejemplo Brasil, Argentina, Venezuela e incluso México?

Son todas preguntas que ameritan un esfuerzo de investigación dado lo que significa esta actividad para el país.

RESUMEN y CONCLUSIONES

1. Conviene partir resaltando que, si bien, la economía chilena se ha diversificado en forma significativa, el peso de la minería y particularmente del cobre es determinante. Dentro de este contexto, el sector agropecuario y especialmente la fruta, ocupan un espacio importante.

2. La uva de mesa es la principal especie plantada dentro de la fruticultura nacional.

3. El principal mercado para la uva de mesa es el de los Estados Unidos de América.

4. Por un conjunto de razones, entre ellas el tamaño del mercado dispuesto a consumir fruta fresca de verano en pleno invierno y a la cercanía con Chile, ese mercado seguirá siendo vital.

5. Mientras la estrategia de diversificar mercados y productos y agregar valor a la producción, parece tener sentido en un mediano plazo y con un techo bastante moderado, parece que el tratamiento esmerado, coordinado y altamente profesionalizado del mercado norteamericano parece ser el más adecuado.

6. Para lograr lo anterior se requiere de una amplia concertación entre todos los sectores involucrados en la cadena y el Estado.

7. También parece urgente tener un conocimiento más acabado sobre el funcionamiento del mercado norteamericano.

En síntesis, la uva chilena se encuentra cautiva en el mercado norteamericano.

BIBLIOGRAFIA

CLEPI. Centro Latinoamericano de Economía y Política Internacional. La Iniciativa para las Américas. Santiago, Julio de 1990.

CEPAL. Los Servicios al Productos en la Fruticultura de Exportación. Santiago, Julio de 1989.

Departamento de Economía Agraria. Universidad Católica de Chile. Panorama Económico de la Agricultura. Publicación periódica.

Embassy of the United States of America. Chile. Sectorial Overlook Report. Chilean Agriculture: Integrating into World Markets. May 1990.

Fundación Chile. Seminario El Proyecto Frutícola Chileno desde la Perspectiva de la Crisis de Marzo. Santiago, Julio de 1989.

Fundación Chile. Informativo Agroeconómico. Revista bimensual.

Marcelo Gross. Resultados Esperados de la Cosecha de Fruta en el Valle de Aconcagua. Santiago Mayo de 1990.