

ABSTRACT

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal el estudio del sector de uva de mesa en nuestro país implicando ésto el análisis de la estructura de mercado, las estrategias llevadas a cabo, las políticas relacionadas con el fomento del sector y los resultados obtenidos.

Esto se realiza a la luz de las herramientas vistas en la materia Economía Aplicada a la Empresa como: las cinco fuerzas competitivas y la clasificación de estrategias según Michael Porter, el análisis FODA, y los distintos tipos de estructuras de mercados.

Luego de esta investigación para la cual se utilizaron datos recabados de diferentes organismos así como el análisis del mercado, se arriba a conclusiones y recomendaciones enfocadas al sector.

INDICE

1.	INTRODUCCION	
1.1	FUNDAMENTACION DEL TEMA.....	1
1.2	METODOLOGIA PARA REALIZAR EL TRABAJO.....	3
1.3	ANTECEDENTES HISTORICOS.....	4
1.4	RESEÑA DEL SECTOR.....	6
1.4.1	Principales mercados y Países importadores.....	8
1.4.2	Producción Nacional.....	10
1.4.3	Consideraciones.....	11
2.	OFERTA	
2.1	MERCADO INTERNACIONAL.....	15
2.1.1	Principales países productores y exportadores del Hemisferio Norte...15	
2.1.2	Principales países productores y exportadores del Hemisferio Sur.....18	
2.1.2.1	Brasil.....	18
2.1.2.1.1	Producción de uva fina de mesa.....	19
2.1.2.1.2	Exportaciones de uvas.....	20
2.1.2.2	Chile.....	21
2.1.2.2.1	El sector de frutas frescas.....	21
2.1.2.2.2	Uvas de exportación y principales variedades cultivadas.....	22
2.1.2.3	Sudáfrica.....	28
2.1.2.3.1	Regiones productoras y exportaciones.....	28

2.1.2.3.2	Estructura comercial.....	31
2.1.2.4	Argentina.....	32
2.1.2.5	Otros países.....	34
2.1.2.6	Conclusiones.....	35
2.2	LA PRODUCCION VITICOLA EN EL URUGUAY.....	37
2.2.1	Características Generales.....	37
2.2.2	Evolución del rubro.....	40
2.3	CARACTERISTICAS DE LAS EXPLOTACIONES VITICOLAS.....	42
2.3.1	Condiciones ambientales.....	42
2.3.2	Zonas de Producción.....	44
2.3.2.1	Las Zonas.....	44
2.3.2.2	Los departamentos.....	45
2.3.3	La escala de plantación.....	46
2.3.3.1	Superficie.....	46
2.3.3.2	Plantas, producción y productividad.....	47
2.3.3.3	Uva de mesa.....	48
2.3.4	Variedades que se cultivan en el País.....	50
2.3.4.1	Principales Cultivares.....	50
2.3.4.2	Cultivares sin semilla o apirenicos.....	57
2.3.4.3	Cultivares en Evaluación.....	61
2.3.5	Aspectos tecnológicos.....	63
2.3.5.1	Riego.....	64
2.3.5.2	Maquinaria.....	65
2.3.5.2.1	Tractores.....	65

2.3.5.2.2	Pulverizadores y atomizadoras.....	66
2.3.6	Cosecha, empaque y conservación.....	67
2.3.6.1	Selección y Cosecha.....	67
2.3.6.2	Cosecha o Recolección.....	68
2.3.7	Población y Mano de Obra.....	69
2.3.7.1	Población.....	69
2.3.7.2	Mano de obra.....	69
2.4	RELACION CON OTROS RUBROS.....	70
2.5	CARACTERISTICAS DE LOS PRODUCTORES.....	72
2.5.1	Edad, sexo y residencia.....	72
2.5.2	Nivel educativo.....	73
2.5.3	Condición jurídica.....	73
2.5.4	Administración de las Explotaciones.....	74
2.6	PRODUCCION INTEGRADA.....	75
2.6.1	Definición de Producción Integrada.....	75
2.6.2	Implementación del Programa.....	76
2.6.3	Funcionamiento del Programa.....	77
2.6.4	La Certificación del Programa Funcionamiento del Programa.....	80
2.6.5	Composición de la Producción Integrada.....	80

3. DEMANDA

3.1 – MERCADO INTERNACIONAL.....	83
3.1.1 – Mercado Americano. Usa y Canadá.....	85
3.1.2 - Mercado Europeo.....	87
3.1.3 - Mercado Asiático.....	88
3.1.4 - Mercado Regional.....	88
3.1.5 - Calendario de comercialización.....	89
.	
3.2 - MERCADO INTERNO.....	90
3.2.1 – Características exigidas para exportar.....	90
3.2.2 – Técnicas especiales de manejo de uvas de mesa.....	91
3.2.3 - Destino de la producción.....	93
3.3. – EXPORTACIONES.....	93
3.3.1 - Principales exportadores.....	93
3.3.2 - Potencial exportador del Uruguay.....	98
3.3.3 – Situación del Mercado Nacional.....	100
4. – POLITICAS GUBERNAMENTALES	
4.1 REGULACIONES ESTATALES.....	103
4.2 - PROGRAMAS DE APOYO.....	104
4.2.1- PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS Y CADENAS PRODUCTIVAS.....	104

4.3 – TRIBUTOS.....	106
4.3.1 IMPUESTO A LA RENTA DE ACTIVIDADES ECONOMICAS.....	106
4.3.2 IMPUESTO A LA ENAJENACION DE BIENES AGROPECUARIOS (IMEBA).....	106
4.3.3 - IMPUESTO AL PATRIMONIO (IPAT).....	107
4.3.4 - IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA).....	107
4.4 - BENEFICIOS TRIBUTARIOS.....	109
4.4.1 - EXONERACIÓN POR INVERSIONES.....	109
4.4.2 - DEVOLUCION DE TRIBUTOS.....	111
4.5 - CONTROLES.....	112
5. – ESTRUCTURA DE MERCADO	
5.1 MARCO TEÓRICO DE LAS ESTRUCTURAS DE MERCADO.....	114
5.2 NUMERO DE COMPRADORES Y VENDEDORES.....	117
5.3 DIFERENCIACION DEL PRODUCTO.....	118
5.4 DIMENSION.....	120
5.5 BARRERAS DE ENTRADA.....	121
5.6 BARRERAS DE SALIDA.....	122
5.7 ESTRUCTURA DE COSTOS.....	124
5.8 INTEGRACION.....	126
5.9 DIVERSIFICACION.....	127
6. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS	
6.1 LAS ESTRATEGIAS GENERICAS.....	129
6.1.1 EL LIDERADGO EN COSTOS.....	129

6.1.2 LA DIFERENCIACION.....	130
6.1.3 EL ENFOQUE.....	131
6.2 LAS 5 FUERZAS COMPETITIVAS.....	133
6.3 MATRIZ F.O.D.A.....	136
6.3.1 FORTALEZAS DE LA UVA DE MESA EN URUGUAY.....	138
6.3.2 DEBILIDADES DE LA UVA DE MESA EN URUGUAY.....	139
6.3.3 OPORTUNIDADES DE LA UVA DE MESA EN URUGUAY.....	140
6.3.4 AMENAZAS DE LA UVA DE MESA EN URUGUAY.....	140
7. - RESULTADOS DEL SECTOR	
7.1 PRODUCTIVIDAD.....	141
7.2 EFICACIA.....	144
7.3 EFICIENCIA.....	144
7.4 RENTABILIDAD.....	144
7.5 COMPETITIVIDAD.....	144
7.6 CALIDAD DEL PRODUCTO.....	147
7.6.1 FACTORES RELACIONADOS CON LA CALIDAD.....	147
7.7 PROGRESO TÉCNICO.....	149
8. - CONCLUSIONES.....	151

ANEXO 1 – REGULACION ESTATAL DEL SECTOR VITICOLA

1	LEY 13665.....	156
2	DECRETO N° 374/002.....	160
3	LEY N° 17.503. EI FONDO DE RECONSTRUCCION Y FOMENTO DE GRANJA.....	162
4	DECRETO 189/008 PRECIOS UVAS.....	167
5	PERSONAL ZAFRAL EN ACTIVIDAD VITÍCOLA.....	169
	ANEXO 2– ENTREVISTA REALIZADA A ESTABLECIMIENTO MOIZO HNOS...172	
	ANEXO 3–ENTREVISTA REALIZADA A ING.AGR. GIANFRANCA CAMUSSI...185	
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	191