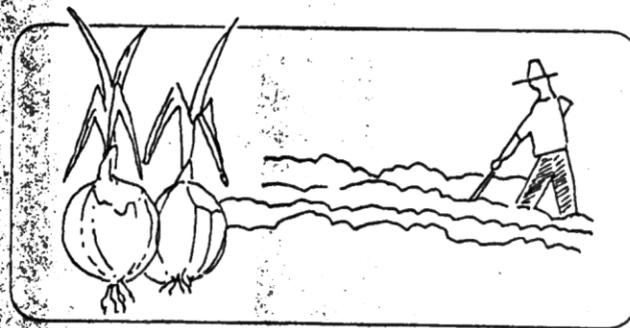


NOCIONES DE COMERCIALIZACION
SOBRE PRODUCTOS AGRICOLAS

3

COMERCIALIZACION DE AJOS Y CEBOLLAS



CUADERNOS DE AGROINDUSTRIA RURAL
SERIE COMERCIALIZACION-ERTEC-CAMPESINO

REDAR / RED DE AGROINDUSTRIA RURAL CON EL PATROCINIO DEL INSTITUTO
INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA I.C.A. (Oficina Chile)
D.A.S. DEPARTAMENTO DE ACCION SOCIAL / OBISPADO DE SAN FELIPE

NOCIONES DE COMERCIALIZACION
SOBRE PRODUCTOS AGRICOLAS

3

COMERCIALIZACION DE AJOS Y CEBOLLAS

DISEÑO:
ISABEL BOBENRIETH

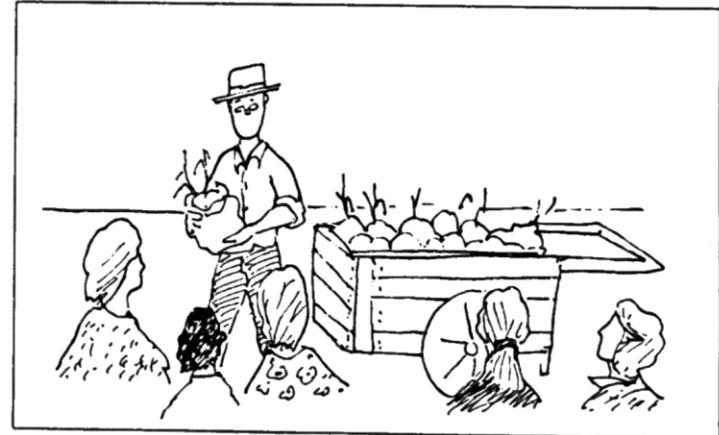
ILUSTRACIONES:
JAIME GONZALEZ

El estudio de mercado es previo a la implementación de todo el cultivo hortícola, con el fin de asegurar los mejores precios y condiciones para la colocación de los productos.

Las fluctuaciones de precios en los productos hortícolas varían entre amplios márgenes de un año a otro, en el curso del año, del mes, de la semana y aún del día, en función de las variedades y del mayor o menor volúmen que fluye a los mercados. El conocimiento de los mercados permite deducir las épocas más adecuadas para la producción de tal o cual especie o variedad.

Las exigencias de los mercados se refieren principalmente a los tipos, variedades, estado de madurez, sanidad, épocas de afluencia, selección y clasificación, envases, etc.

La elección de las variedades no puede hacerse de acuerdo a los gustos y preferencias del horticultor, sino en función de las exigencias de los mercados. En definitiva, es el productor quien debe amoldarse a las preferencias del consumidor.



Hay especies de consumo generalizado y constante, durante todo el año, como es el caso de las cebollas y ajos. Las hay de

épocas más restringidas, por último hay otras de consumo muy limitado.

Resumiendo, el estudio del mercado lleva al conocimiento de modo, costumbres, exigencias y requisitos, precios, lugares de venta, etc. de los cuales el horticultor no puede desentenderse.

ANÁLISIS COMERCIAL DE LA COMUNA DE LLAY-LLAY

Análisis en base a una encuesta
efectuado en noviembre de 1987

Los productores de ajos y cebollas, de la comuna representan el 56% de pequeños campesinos, los cuales poseen menos de 2 hectáreas y el resto entre 2 a 5 hectáreas.

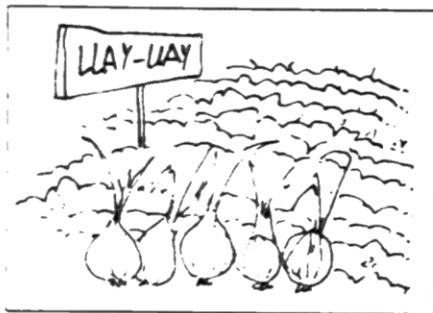
Respecto a asistencia técnica un 54, 24% nunca la ha recibido, el comprador de la última

cosecha fue un intermediario. Solo el 27,1% ha realizado una buena venta, el 52,86% ha tenido malas experiencias en comercialización. No ha habido intento de exportación.

La decisión de cultivo ha sido por dos motivos relevantes: la tradición y las expectativas rentables.

FLUJO DE PRODUCTOS

Las cebollas y ajos son producidas básicamente en las zonas de Llay-Llay y Catemu. La comercialización se realiza a través de mayoristas con precios muy variables de un período a otro.



ANÁLISIS ECONOMICO DE LA CEBOLLA

Según cifras del Censo Agropecuario Nacional, 1975-76, en el país se cultivaban 10.617 hectáreas y actualmente según estimaciones de ODEPA, esta superficie superará las 11.000 hectáreas.

Se estima que alrededor del 70% de la superficie total se destina a cebolla de tipo de guarda y el 30% restante en cebollas tempranas o de media estación.

Entre las cebollas de guarda se puede identificar la Valenciana, Sintética 14 y Valenciana Platina.

Aún cuando la cebolla se cultiva desde la I a la XII región del país, los principales centros de producción se localizan en la zona central.

La cebolla ofrece perspectivas tanto para los mercados externos como internos.

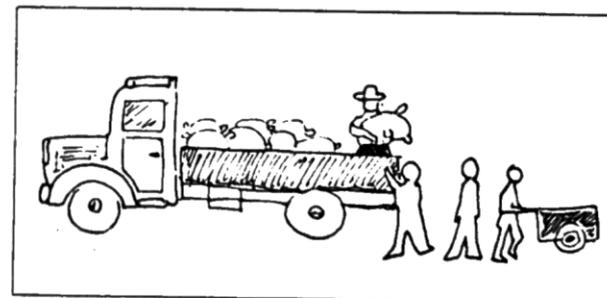


Mercado Interno

Tienen aquí una participación relevante los mercados mayoristas de Santiago, a través de los cuales se transa el mayor volumen de la producción nacional.

La comercialización de cebolla se realiza a nivel mayorista, en los mercados de Lo Valledor, Vega Poniente y Feria Municipal Mapocho, en esta última existe modalidad de venta directa en público. Hacia estos mercados convergen cebollas de varios tipos: Calderanas, Pascuinas y Valencianas.

A nivel mayorista la unidad de comercialización es en base a 100 unidades, mientras que a público se expende en mallas de 20 kilos netos.





CUADRO 1
CEBOLLAS. PRECIOS NOMINALES (1) Y VOLUMENES (2)
MERCADO MAYORISTA. 1986 - 1990

MES	1988		1989		1990	
	VOL.	PRECIO	VOL.	PRECIO	VOL.	PRECIO
ENERO	5,3	12,4	15,3	4,4	18,4	5,7
FEBRERO	4,7	14,0	15,3	4,4	20,7	6,3
MARZO	4,9	13,7	15,8	3,8	21,7	6,6
ABRIL	4,8	9,9	12,5	4,4	13,7	7,4
MAYO	5,1	7,9	12,6	5,3		
JUNIO	5,5	8,3	14,6	8,5		
JULIO	6,3	9,0	14,6	9,3		
AGOSTO	7,1	9,6	16,3	10,0		
SEPTIEM	7,6	8,6	15,1	12,1		
OCTUBRE	6,7	8,7	2,1	9,1		
NOVIEM.	4,0	13,2	4,5	7,4		
DICIEMBRE	2,9	17,9	-	-		

(1) \$ Unidad
(2) Millones Unidades

Mercado externo

En este sobresale la importancia de la demanda de países europeos y EE.UU.

El análisis de la competencia internacional en los principales mercados permite afirmar que el período más apropiado para realizar exportaciones es el comprendido entre marzo y abril, debido a la menor disponibilidad de cebolla almacenada en estos mercados, por una parte, y a la escasa producción de cebolla temprana, por otra.

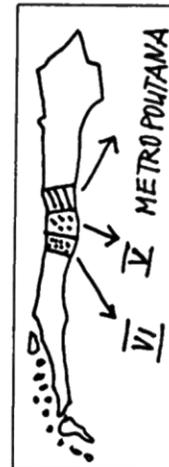
El mercado europeo presenta un potencial para Chile, al igual que EE.UU. el cual es un importante importador de cebollas chilenas.

Los mercados mencionados presentan sus mejores precios poco después que la cosecha chilena se ha realizado, lo que junto con los volúmenes hortícolas de importación descritos, indican un claro potencial que no ha sido adecuadamente explotado por nuestro país.



¿POR QUE CHILE NO TIENE UNA PRESENCIA MAYOR EN ESTOS MERCADOS?

La explicación esta dada principalmente por problemas productivos relativos a variedades, oportunidad de la producción, rendimientos, y también en forma importante por problemas comerciales debido a altos costos de materiales de exportación, costos de fletes, sistema de exportación, falta de orientación de mercados específicos, etc. Lo que queda claro es la necesidad de formular un programa que permita consolidar y aumentar las exportaciones de estas especies.



ANALISIS ECONÓMICO DEL AJO

Producción

Según el Censo Agropecuario en la temporada agrícola 1975-76 en el país se cultivaban 1.840 hectáreas de ajo y en el período 1988-90, según ODEPA se estima que la superficie ha ido aumentando paulatinamente.

Aún cuando se cultiva en todo el país, el ajo se produce principalmente en las Regiones V, VI y Metropolitana.

Ha sido un monocultivo practicado por pequeños y medianos productores que utilizan preferentemente la mano de obra familiar.

Los principales tipos de ajos cultivados en el país corresponden a rosado o morado y blanco.

Los primeros de gran resistencia a la guarda. En cambio los segundos son normalmente de mayor tamaño, pero desuniformes, de poca consistencia y con un escaso período de guarda.

La producción de ajo de buena calidad ofrece enormes perspectivas tanto en el mercado nacional como internacional.



CUADRO Nº 2
CEBOLLAS. VOLUMENES Y PRECIOS DE
LAS EXPORTACIONES CHILENAS

AÑO	VOLUMEN TON.	PRECIO UNIT. (US \$ FOB/KG.)
1978	28.080	0,12
1979	22.510	0,17
1980	26.094	0,17
1981	15.850	0,14
1982	26.700	0,28
1983	2.880	0,22
1984	25.310	0,23
1985	15.621	0,20
1986	15.817	0,15
1987	29.009	0,20
1988	43.070	0,22
1989	44.011	0,19

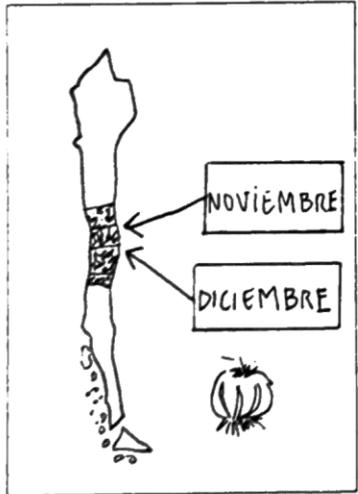
Fuente: ODEPA. Boletines de Comercio Exterior

Mercado Interno

Normalmente el ajo es cultivado en la zona central de Chile, se cosecha en los meses de noviembre-diciembre de cada año, correspondiendo las producciones tempranas a la comercialización de ajo blanco y las tardías a las de ajo rosado y morado.

La comercialización de ajos se realiza a nivel mayorista en los mercados de LoValledor, Vega Poniente y Feria Municipal Mapocho y son transados en mil unidades.

En el mercado interno, se observan cotizaciones de ajo rosado durante todo el año, no ocurre lo mismo para el tipo blanco. Se distinguen a este nivel del mercado las siguientes calidades: primor, flor, primavera, segunda, tercera, cuarta y otras.



CUADRO 3
PRECIOS EXPORTACIONES CHILENAS
SEGUN TIPO DE CEBOLLA (US \$ FOB/KG.)

VARIEDAD	1986	1987	1988	1989
VALENCIANA	0,149	0,203	0,227	0,193
CEBOLLINO	-	-	0,840	1,427
SINTETICA	0,181	0,205	0,220	-
SWEET SPANISH	-	0,191	0,192	-
REINA ELENA	-	-	0,193	-
SIN ESPECIF.	0,130	0,245	0,225	0,154
ROSA	0,219	-	-	-
TORPEDO	0,219	-	-	-
BLANCAS	0,090	-	-	-

Fuente: ODEPA. Boletines de Comercio Exterior



CUADRO 4
EXPORTACIONES DE CEBOLLAS
CHILENAS POR PAIS DE DESTINO
2º SEMESTRE 1989

PAIS	VOLUMEN (Kg.)
U.S.A.	637.358
T. BRITANICO	3.789
TAHITI	23.855
INGLATERRA	68.410
HOLANDA	400.632
BOLIVIA	166.700
	1.300.744

Fuente: ODEPA. Boletín de Comercio Exterior

CUADRO 5
EXPORTACIONES DE AJOS
CHILENOS POR PAIS DE DESTINO
2º SEMESTRE 1989

PAIS	VOLUMEN (Kg.)
TAHITI	3.227
BRASIL	238.200
U.S.A.	7.640
PANAMA	5.040
T. BRITANICO	20

Fuente: ODEPA. Boletín Comercio Exterior.

CUADRO 6
SUPERFICIE DE HORTALIZAS POR REGION
Hás. ESTIMADAS TEMPORADA AGRICOLA 88-89

ESPECIE REGION	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	RM
AJO	160	40	2	-	570	160	100	60	150	100	15	4	940
C. G.	93	10	90	10	2.070	980	200	525	140	20	-	-	2.580
C. T./E.	146	10	180	40	640	290	180	18	20	-	8	-	2.070
TOT. H/F	3.590	1.096	1.843	7.990	25.059	12.522	7.720	5.905	3.567	4.750	175	82	39.195

C.G.: Cebolla guarda

C.T./E. Cebolla temprana y media estación

H/F: Hortalizas y flores

Fuente: Elaborado con antecedentes INE, S.R.M. de Agricultura, estudios horticolas y vol. llegados a los mercados mayoristas de Santiago.

Se afirma que el ajo, siendo un producto tradicionalmente de exportación, el comportamiento de los precios internos sigue las fluctuaciones del mercado internacional.

Mercado Externo

Esta especie presenta una duración de más de 6 meses, lo que permite su exportación por vía marítima a cualquier mercado. La producción de ajo se concentra en los países ubicados en el hemisferio norte, principalmente en Asia y Europa. En el hemisferio sur, sólo Sud América ocupa un lugar de importancia en el conjunto de la oferta mundial, destacando Argentina, Brasil, Perú y Chile. De éstos, sólo Argentina posee una presencia significativa a la oferta mundial. Brasil es un país deficitario en ajo, Perú ha perdido su potencial exportador por una fuerte caída de los rendimientos.

Otros países proveedores a Europa son México y España, así también lo es China, Egipto, Taiwan, que cosechan en épocas alternadas con Chile, esto indica que nuestro país podrá pretender suplir una mayor parte de los volúmenes.

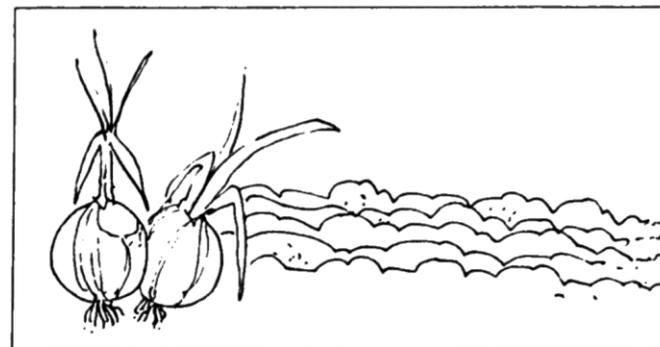
La calidad demandada por los distintos mercados es variable. Sin embargo, la característica común y de mayor relevancia es el tamaño, existiendo un sobreprecio de hasta 100% y más por los calibres mayores, en cuanto a color, el blanco y rosado pálido prevalece en la mayoría de los mercados europeos y de EE.UU. Los colores rojos y morado son más dominantes en los países tropicales y subtropicales.

CUADRO 8
PRECIOS EXPORTACIONES CHILENAS
SEGUN TIPO DE AJOS (US \$ FOB/KG)



VARIEDAD	1986	1987	1988	1989
BLANCO	1,227	1,066	0,970	0,982
MORADO/ROSADO	1,173	1,020	0,681	1,227
BLANDINO	0,990	1,186	1,000	0,963
ELEFHANT.	0,660	1,310	1,000	1,392
CHILENO	-	-	0,940	0,875
ELEFHANT. FEET	-	-	-	0,772
PELETTE	-	-	-	1,500
S/ESPECIFICAR	1,209	0,900	0,717	1,423

Fuente: ODEPA. Boletines de Comercio Exterior



¿EXISTE UN POTENCIAL PARA LAS EXPORTACIONES DE LA ESPECIE!

¿Por qué Chile no tiene una presencia mas importante en los mercados externos?

Hay limitantes en la producción misma, como la concentración del cultivo en un área restringida y el uso de material reproductivo inapropiado, la

presencia de enfermedades y nemátodos y, en general, una escasa tecnología, resultan en bajos rendimientos de bulbos, de calidad insuficiente y se presenta un bajo % exportable.

Otras limitantes, como la variación de los precios internacionales y la variación de la oferta anual, también tienen relevancia, pero sólo con la obtención de altos rendimientos de bulbos, con las características requeridas para la exportación, permitirá consolidar los mercados, por lo que debe ponerse especial énfasis en investigaciones tecnológicas para mejorar el cultivo. Sólo así se podría aprovechar "el potencial considerable".

