

Prospección del mercado hortícola argentino para la comercialización de hortalizas de las comunas de Maule y Talca

Fernanda Arenas Vidal, Marcia Herrera Rodríguez
Irma Peña Yáñez, Patricio Sánchez Campos

Antecedentes. El sector hortofrutícola ocupa anualmente unas 120 mil hectáreas del país, con una producción aproximada de 3 millones de toneladas, de las cuales el 30% es destinado a exportaciones, como productos frescos, procesados o semillas, de acuerdo a la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA), 2007. Las condiciones geográficas y climáticas favorables que presenta la Región del Maule han permitido un desarrollo importante en el sector de las hortalizas, junto con el esfuerzo de los grandes y pequeños agricultores. La realidad regional agrupa a grandes y pequeños productores del agro, conformando éstos últimos, la llamada Agricultura Familiar Campesina¹ (AFC), con cultivos de menor extensión territorial y volúmenes de cosecha no muy elevados, lo cual no facilita la comercialización a buenos precios, llegando sólo a ser los proveedores de otros productores de mayor envergadura. La idea es que estos pequeños productores de la AFC se unan, generen un mayor volumen de producción, puedan aumentar su poder de negociación y conseguir mejores precios en mercados extranjeros, logrando así su inserción en mercados internacionales en condiciones competitivas, sostenibles y rentables, pudiendo ser esta situación apoyada por entidades gubernamentales, tales como ProChile e INDAP. Todo ello podrá ser una alternativa más cercana y viable, principalmente para los agricultores regionales, mediante la apertura del Paso Pehuenche, que será un punto de conexión entre el mercado chileno y el argentino, específicamente, se generará una ruta terrestre muy accesible para comunicar la región del Maule con la provincia de Mendoza.

Por otra parte, uno de los proyectos Bicentenario con mayor alcance para la Región del Maule es el Paso Internacional Pehuenche, el cual implica conectar dicha región con la provincia de Mendoza en la República de Argentina, lo que además representa una importante vía de integración para ambos países, unido a la posibilidad futura de comunicar el Océano Pacífico con el Atlántico, mediante los llamados corredores bioceánicos. La ruta tiene alrededor de 160 kilómetros entre la ciudad de Talca y el límite con Argentina. Hasta el año 2008 se trabaja en su penúltima etapa, restando de esta forma 28 kilómetros para el término de la ruta (MOP, 2008). Según antecedentes del SEREMI de Obras Públicas del Maule, recién el 4 de septiembre de 2009 se abrió el periodo de licitación para el último tramo de la ruta, el cual se ejecutaría en no más de 730 días, siendo finalizada la obra a mediados del primer trimestre del año 2012. El retraso de las obras no cambia el sentido de su construcción y motivos de esta investigación, ya que el Paso Pehuenche representa una importante vía de exportación terrestre para los productores chilenos de hortalizas y una oportunidad de acceder a nuevos mercados y mejores condiciones de venta.

¹ De ahora en adelante se utilizará el término AFC para referirse a Agricultura Familiar campesina.

Propuesta de Estudio. Este estudio observa y establece las reales condiciones en que los pequeños agricultores pueden entrar a los mercados de las regiones trasandinas de Malargüe y San Rafael, dadas sus condiciones específicas (políticas, económicas y otras), considerando además que Argentina cuenta con una importante producción de hortalizas destinada en su mayoría a los mercados de Uruguay y Brasil.



El objetivo principal fue “Prospectar el mercado argentino de San Rafael y Malargüe para la comercialización de productos hortícolas provenientes de la Agricultura Familiar Campesina de las comunas de Maule y Talca, pertenecientes a la Región del Maule, mientras que los objetivos específicos fueron 1. Caracterizar la canasta de productos hortícolas producidos por la Agricultura Familiar Campesina de las comunas de Talca y Maule. 2. Describir el mercado hortícola, los productos demandados y potenciales de las localidades de Malargüe y San Rafael, en la provincia de Mendoza. 3. Realizar un análisis comparativo de precios y costos para detectar los productos exportables. 4. Proponer un plan de marketing para la comercialización de productos hortícolas en las localidades en estudio.

La investigación fue de tipo exploratorio, destacando que en lo concerniente al Paso Pehuenche, no existen estudios previos que demuestren los alcances del nuevo paso fronterizo en el mercado hortofrutícola regional.

Resultados. Como primer paso, se recolectó información acerca de la oferta hortícola de los pequeños agricultores de Talca y Maule, en base a diagnósticos realizados por INDAP en 2008. Con esto se pudo determinar que existen alrededor de veinte especies cultivadas en estas comunas, las que son: acelga; ají, arvejas, arvejón, brócoli, cebolla, coliflor, habas, lechuga, maíz, papa, poroto, pimentón, poroto granado, poroto verde, repollo, sandía, tomate, zapallo y zapallo italiano. De todas ellas se obtuvo la información de hectáreas cultivadas, costos, precios esperados y producción, esta última no fue una limitante para la exportación, pues lo que se espera descubrir son posibles nichos, que de existir, harían enfocar la producción en ese sentido. Por otro lado, y cruzando la cordillera, se analizó el mercado hortícola argentino, descubriendo que ellos son grandes productores de hortalizas, abarcando es sus cultivos grandes extensiones de terreno que se dispersan por todo el territorio, con lo cual es además un importante contribuyente en el desarrollo de las economías regionales. El estudio se centra en las localidades más cercanas a Talca, hacia donde estaría orientado el comercio en un inicio, observamos que Malargüe, produce semilla de papa, ajo, cebolla y otras semillas; mientras que San Rafael produce tomate industrial, zanahoria, pimiento, papa, zapallo, melón, así como ajo y cebolla. Con respecto a la demanda argentina por hortalizas, se descubrió que esta no es muy elevada, pues su consumo diario es de aproximadamente 200 gramos, mientras que lo recomendado por la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Food and Agriculture Organization (FAO) son 400 gramos, siendo las hortalizas más consumidas la papa, el tomate y la lechuga. Por lo tanto, la producción argentina se destina principalmente al mercado interno (94%) y sólo el 6% restante se utiliza para

exportación. Mientras que las importaciones tuvieron un repunte en 2007, destacando la papa, batata, zapallo, tomate, cebolla y garbanzos, cuyos principales proveedores fueron Brasil (73%), Canadá (11%) y Chile (10%).

Es importante mencionar que este trabajo utilizó diversos criterios de selección, antes de hacer la comparación de precios propiamente tal, con la intención de buscar una mayor cantidad de alternativas que permitieran la exportación de la mayor cantidad de especies. Es por esto que se analizó en primera instancia los tiempos de poscosecha de las hortalizas, es decir, la vida útil de estas luego de su cosecha, considerando que deben ser transportadas hacia Argentina y resistir dicho traslado. Obteniendo de esta primera exploración que se debiesen considerar como cultivos exportables: ají, cebollas, papas, pimentón, tomate, arvejas y con algo más de cuidado, también podrían incluirse pepinos, zapallos y zapallo italianos. Como segunda medida, se investigó que ocurría con una comparación simple de los precios promedio pagados en San Rafael y los pagados en la Región del Maule (ambos precios promedios pagados a mayoristas) para concluir sobre una posible diferencia entre los precios de ambos países, obteniendo de esta segunda exploración que los productos tentativos a exportar son: arvejas, brócoli, cebolla, choclo, coliflor, haba y zapallo italiano, pues existe un margen positivo entre los resultados de San Rafael y la región durante casi todos los periodos posibles de comparar. Por último, se detalla el total de costos en los que se incurre al realizar la comercialización internacional, es decir, al costo de producción se adicionan los de transporte, envase, etiquetado, costo de certificados, inspecciones, entre otros el precio al cual es conveniente negociar las hortalizas en el extranjero, considerando un margen del 30%. A partir de esto, se obtienen los márgenes que se podrían generar en dicho lugar y que permiten compararlos a su vez con el margen al que es posible vender en el mercado local, para determinar la conveniencia de llevar los productos al país vecino o al mercado local. Arrojando finalmente que los productos más convenientes de llevar son las arvejas y zapallos italianos, donde existe un diferencial de precios relevante que pudiese justificar la incursión en el mercado de hortalizas argentinas.

Este precio obtenido se contrasta con los precios del mercado hortícola en San Rafael, analizando la real posibilidad de competir en dicho mercado, lo que arrojó como resultado que sólo en el caso de las arvejas y los zapallos italianos, existe un diferencial de precios relevante que pudiese justificar la incursión en el mercado de hortalizas argentinas.

Finalmente, con respecto a una estrategia de marketing, se debe señalar que, en una primera etapa los productos a exportar: arvejas y zapallos italianos, deben presentar condiciones físicas favorables, color y forma típica de estas especies, pues su venta es en estado fresco y cualquier deterioro implica menos posibilidades de venta, aunado a la nula diferenciación de estos productos, teniendo que competir a la par con los productos trasandinos del mismo tipo, por lo que es necesario resaltar los aspectos de calidad, tanto del producto como del envase y embalaje para que éstos cumplan con el propósito de protección del producto. La distribución, se realizará mediante la agrupación de los agricultores, para generar un mayor volumen y así disminuir los costos de la cadena de comercialización internacional, exportando de forma directa, idealmente negociando la carga completa con algún comprador, el cual asuma los costos de importación de las hortalizas. Los precios deben ser similares al precio de la competencia existente en Argentina, que promedian 653 pesos para las arvejas y 326 pesos para el zapallo italiano. Aunque inicialmente, se plantee una estrategia de precios de penetración que permita estimular el crecimiento del volumen de ventas y la participación en el mercado hortícola trasandino, con lo cual los precios debiesen ser un poco inferiores a los ofrecidos en San Rafael, en un inicio, para luego llegar a los promedios antes mencionados.

En las condiciones actuales, sólo es factible exportar hacia Argentina arvejas y zapallos italianos, pues no existe una demanda real por hortalizas de otra especie, ya que ese país es un gran productor hortícola y mayoritariamente se autoabastece de estos cultivos, no teniendo grandes importaciones de ellos, y por ende los pequeños agricultores de Talca y Maule no están en condiciones de competir con los precios transados en el mercado trasandino.