ANALISIS DE LA POSICION COMERCIAL DE LA PRODUCCION DEL VALLE BONAERENSE DEL RIO COLORADO.

El presente informe es la extracción de una serie de trabajos sobre situación general de los mercados de manzanas, peras, papas, cebollas y ajos en la República Argentina, con el objeto de satisfacer la necesidad de contar con una base de información que permitiera situarse convenientemente en el análisis de las posibilidades comerciales de la región.

Dicha información interrelacionada con el resto de los estudios realizados sobre producción regional del sector hortícola de la región de CORFO y los análisis institucionales y financieros de FOCO S.A. permitió ir arribando a sucesivos modelos de probable aplicación los que fueron comprobados en las entrevistas de campo hasta llegar a la primera propuesta de aplicación de una unidad de comercialización en la región que sirviera como impulsor del desarrollo.

La estructuración del presente esquema tiene por objetivo efectuar un análisis comparativo de la producción de la zona respecto de las demás regiones productoras a fin de obtener un conocimientos cabal de las condiciones de producción que posibiliten la elaboración de una política comercial adecuada a los intereses de los productores de la región.

Para ello se ha considerado necesario describir las actuales condiciones en que se desenvuelve la producción nacional, en especial, en lo referente a los rendimientos actuales alcanzados, las principales variedades cultivadas y la tecnológía empleada.

También se ha considerado conveniente el estudio, dentro de cada zona productora de las posibilidades de absorción de cada producto considerado en el mercada interno, como así también la evaluación de las posibilidades de mayor penetración en los mercados externos.

Asimismo se presenta el desarrollo de los consiguientes canales comerciales para cada uno de los productos analizados junto con la tipología de los participantes en todo el sistema comercial a fin de posibilitar, por medio del estudio comparativo, la identificación del canal comercial más apropiado para el funcionamiento que se desea lograr en FOCO S.A.

Cumplir con estos objetivos en forma total significaría un proceso de acumulación de información y comprobación de la misma que no es tarea de esta investigación sino que será uno de los objetivos a ser cumplidos por la unidad de comercialización en lo concerniente a su división de análisis.

Por lo tanto la tarea se orientó a la selección de información secundaria que permitiera situarse en la problemática a ser encarada en el futuro por los entes comerciales actuantes de la región.

Los resultados a que se ha ido arribando se hallan insertados en las conclusiones en general del presente informe y los estudios que se agregan son anexos de información y bases de análisis para el informe final.

ANALISIS ESPECIAL DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION INTERNA DE MANZANAS Y PERAS

Cont. José María Vernet
y colaboradores

Buenos Aires, agosto de 1979

5.1. LA COMERCIALIZACION DE LA PRODUCCION

Para llevar a cabo el presente estudio de la producción desde el punto de vista comercial, se ha decidido adoptar una metodología propia, que comprende un análisis de tipo funcional, combinado con un enfoque de carácter estructural.

Ello es a los efectos de poder indagar apropiadamente el comportamiento de los intervinientes comerciales en cada uno de los pasos o circunstancias por las cuales atraviesa usualmente el producto, configurando, de tal forma, el canal comercial, a través del cual se define el sistema comercial del producto, así como se perfilan las tendencias del mismo.

Según la definición dada por Chamberlain, la comercialización es un cambio de estado de los bienes, desde el estado productivo al estado de consumo, en los cuales se identifican los siguientes cambios: de estado, de lugar, de lote, de tiempo y de surtido.

A partir de esta definición, se dio inicio al análisis del producto a lo largo del proceso que lo lleva hasta el consumo, considerando a cada una de las funciones de comercialización como un cambio de estado o de situación, y consecuentemente con ello, otorgándole al producto una característica diferencial en cada caso.

Ello indujo a realizar una evaluación del producto según fuera su situación de comercialización, considerándolo en cada una de ellas como si se tratara de un producto diferente, entendiéndose, por lo tanto, que un producto a granel, situado en la finca donde es

producido, difiere del mismo producto una vez empacado y llevado al mercado consumidor.

En tal sentido, se ha considerado a los productos que se encuentran situados en un mismo "estado" (según la definición dada más arriba) como un mercado bien diferenciado, distinto del mismo producto, pero que se encuentra en otro "estado".

Se verá, así, cómo los intervinientes pasarán de uno a otro mercado, desaparecerán o adoptarán una figura distinta, según sean las acciones o funciones que desarrollen en las diferentes etapas, al estar comprendidos dentro de un modelo dinámico, pero dejando bien definida la importancia relativa de cada mercado y el poder o influencia de cada participante.

En lo relativo a los mecanismos de comercialización interna de manzanas y peras, cabe señalar que, en general, se hará referencia al primero de esos productos, por entender que las peras acompañan, desde la producción hasta el consumo, el proceso seguido por las manzanas. Por otra parte, su escasa importancia relativa, unida a la casi total identidad funcional y estructural de ambos productos, no justifica realizar el análisis en forma independiente.

La característica distintiva de la producción argentina de manzanas y peras, es su orientación comercial hacia el mercado externo, para su consumo en estado fresco. Dicho mercado, al actuar como el principal demandante de éstos productos, funciona como un orientador de la actividad productora, siendo los mercados nacionales de fruta fresca, así como el industrial, sólo mercados complementarios

al cual van destinados los sucesivos descartes, producidos por el proceso de selección del producto para la exportación.

Esta situación ha sido esquematizada en el gráfico N° 1, en el que puede observarse que del total de la producción nacional, el 67% es destinado al mercado de fruta fresca, correspondiéndole el 41% del total al mercado externo y el 26% al mercado interno, mientras que el 33% restante es destinado al mercado industrial.

En lo que respecta a las diferentes zonas de producción, cabe señalar que el 80% del total de la producción nacional corresponde a las provincias de Neuquén y Río Negro, el 15% a la provincia de Mendoza y el 5% restante está distribuído en otras provincias.

Ante esta circunstancia, queda claro que la orientación de la oferta argentina estará definida por las provincias de mayor importancia relativa (Neuquén y Río Negro), que son, al mismo tiempo, las que muestran una mayor orientación hacia la exportación(50% del total de la producción), lo cual condiciona a todo el sistema desde su mismo origen, configurando a la vez las expectativas de sus intervinientes.

De la información estadística analizada, queda en evidencia que el comportamiento de las dos Provincias mencionadas, no es coincidente con el de la provincia de Mendoza (ver gráficos 2 y 3), debido a que en este último caso el 60% de la producción es destinado a la industria, mientras que sólo el 40% de la misma es orientado hacia el mercado de fruta fresca.

Surge de esta comprobación que la producción nacional cuen

ta con dos sistemas productivos principales, cada uno de los cuales orientado hacia mercados diferentes, lo que se debe, como se verá más adelante, al manejo de los canales comerciales.

Esta situación de interrelación entre la producción y el destino de la misma,con la existencia de un único sistema nacional de comercialización, aconseja la conveniencia de desarrollar los puntos correspondientes a este subcapítulo (5.1.1. y 5.1.2.) en forma conjunta.

En lo que respecta al mercado de fruta destinada a la industrialización, correspondiente a las provincias de Neuquén y Río Negro, cabe señalar que el mismo es abastecido con un 30% de la producción de esta zona,proveniente: un 20% de la recolección de pre - cosecha y un 10% del descarte originado en el proceso de selección que se lleva a cabo con la fruta que se empaca (ver al respecto gráficos N° 3 y 4).

Debe hacerse notar que este porcentaje varía de uno a otro año, en función de las condiciones climáticas imperantes, que pueden repercutir en la calidad, el tamaño, el grado de maduración, el daño producido por granizo, la presentación, etc. de la fruta, lo cual es capaz de definir un incremento de la oferta a la industria.

De acuerdo con las consultas realizadas a las fábricas de la zona, pudo estimarse que un tercio de la oferta de fruta destinada a la industrialización, proviene de los galpones de empaque, mientras que el resto es abastecido directamente por los productores.

Se debe tener en cuenta que la producción total está com -

puesta por la fruta recogida y apta para la primera venta, más aquella que se desprende del árbol o que no puede ser destinada al consumo en estado fresco. Esta fruta es la que se destina a la oferta industrial, representando el 20% del total de la producción.

Por otro lado, la fruta proveniente del mercado de empaque, representa aproximadamente un 12% del total procesado por éstos; para mayor claridad sobre la composición de la oferta al mercado industrial, (ver gráfico N° 4).

Debe advertirse, sin embargo, que sobre este punto existen divergencias, según sean las fuentes consultadas, en especial sobre las cifras correspondientes a mermas, ya que las mismas son estimadas entre un 5% y un 20% del total procesado. Ello se debe, en primer lugar, al tipo de operaciones que realiza cada uno de los agentes intervinientes y en segundo término, a las condiciones que imponga la demanda del mercado internacional, ya que la merma varía según esté en alza o en baja la demanda externa, debido a que en el primer caso parte de la merma es destinada al mercado interno, mientras que en el caso contrario es derivada a este mercado parte de la fruta seleccionada para la exportación, aumentando, consiguientemente, la oferta a la industria.

El análisis precedente permite observar la existencia de tres mercados, que actúan de manera complementaria.

5.1.1. Análisis descriptivo de las principales modalidades de comercialización de la explotación a fábrica o frigorífico.

5.1.2. Análisis descriptivo de las principales modalidades de co-

mercialización de las exportaciones.

Para efectuar el análisis de la comercialización de la manzana, es preciso distinguir la configuración de cada uno de los mercados, las funciones comerciales existentes, así como el "modus operandi" de los intervinientes. Ello nos permitirá analizar en profundidad la estructura del canal comercial.

Las ventajas de este tipo de análisis es que permiten evitar la deformación en que incurre casi toda la bibliografía existente, al estudiar a los distintos intervinientes. Por ejemplo, esta bibliografía denomina a las grandes empresas como "productores integrados" cuando en realidad, como veremos más adelante, se trata de un grupo de empresas que realizan una función preponderantemente comercial y no productora.

De acuerdo al esquema propuesto, se observan los siguientes mercados:

1) Producción
2) Granel
3) Empacado
4) Industrial
5) Nacional
6) Externo

Mercado de Producción: es el total de la oferta que se produce en el valle.

Mercado a Granel: es aquel en que se vende la fruta para empacar. Es

te volumen no es igual al de la producción debido a la operativa de los intervinientes integrados, es decir de aquello que en función de este mercado poseen su planta de empaque propia.

Mercado de Empaque: Es el mercado de la fruta fresca ya envasada y seleccionada para clasificación y destino entre la exportación y el mercado interno.

Mercado Industrial: Comprende a toda aquella producción cuyo destino final es la industria.

Mercado Nacional: Abarca a toda la fruta destinada al consumo interno.

Mercado Internacional: Es el de toda la fruta destinada a la exportación.

Con referencia a los mercados ya descriptos, deben cumplimentarse las siguientes funciones comerciales:

1) Concentración
2) Empaque
3) Almacenamiento
4) Transporte
5) Distribución

La función de la concentración es la de reunir volumenes de tal magnitud que justifiquen la comercialización del producto.

La función de empaque es una función de adecuación, que per

mita colocar al producto en condiciones de comercialización, por ejemplo permitir la claridad en el acto de compra y seguridad en el de transporte.

Almacenamiento: Significa el posibilitar el traslado del producto en el tiempo, permitiendo satisfacer demandas existentes fuera del período de producción.

La función de Transporte: Consiste en trasladar la mercadería de las zonas productoras a los grandes centros de consumo.

La Distribución consiste en fraccionar los volumenes recibidos en los mercados para su posterior venta minorista y llegar de esta manera a la unidad de consumo.

Seguidamente se analizará a cada uno de los intervinientes en el proceso de comercialización, a partir de la producción, caracterizando a los mismos según su grado de intervención en este proceso.

Productores: (Ver gráficos N° 10 y 14)

a) Productores independientes: Estos son los que únicamente se dedican a la función de producción, con exclusión de toda participación en el proceso comercial, más allá del relativo a la primera venta del producto.

Esta primera venta, que por lo general se realiza a granel, es efectuada a los intermediarios que le ofrecen precios más convenientes o mejores condiciones de venta de su producción.

Es el grupo de oferentes más importante de la región, por cuanto representa el 70% de la producción total y porque además no se encuentran integrados al proceso de comercialización.

b) Productores-empacadores: Son aquellos que realizan el empaque de su producción, adquiriendo eventualmente pequeños volumenes a otros productores independientes, con el objeto de satisfacer determinadas demandas.

Estos productores casi siempre finalizan sus operaciones en la misma zona, vendiendo el producto embalado a los mayoristas introductores, a las empresas exportadoras, o bien a los comerciantes con producción propia.

El grupo está compuesto, en su mayoría, por sociedades familiares o por productores que son propietarios de chacras de superficies consideradas intermedias (15 a 20 hectáreas).

c) Productores cooperativistas: Son los que se encuentran asociados bajo la forma de cooperativa con fines de comercialización (no productiva), a los efectos de lograr su inserción dentro del canal comercial, al estilo de los productores-empacadores, a través de la cooperativa a la que pertenecen.

Cabe señalar, sin embargo, que la vinculación productor-cooperativa no implica, necesariamente, que aquél se vea obligado a vender su producto a ésta, ya que además tiene la posibilidad de optar entre ésta alternativa o bien comercializar directamente su producto con cualquier intermediario que le ofrezca mejores condiciones de venta.

Sin embargo, como podrá verse más adelante, no son numerosos los casos en que el productor cooperativizado se desvía de este canal comercial, representando éstos un porcentaje poco relevante en relación con el total de producto comercializado.

Además de los productores, intervienen en el proceso comercial los siguientes participantes:

Empacadores-acopiadores: Conceptualmente se los puede definir como el grupo de empresas que, dentro del canal comercial, participan exclusivamente con la función de acopio, acondicionamiento y empaque. Para ello, el producto es adquirido a cualquiera de los agentes productores descriptos precedentemente.

Estas empresas representaban, en el pasado, el grupo más importante en cuanto a la comercialización de la producción de la zona, situación que ha variado en la actualidad.

Comerciantes con planta de empaque: Por lo general, son introductores en el mercado nacional de la producción de la región o bien son exportadores que han avanzado en el proceso de integración vertical, con el objeto de asegurarse la provisión y la calidad de los productos, a través del desarrollo de las funciones de acopio y empaque.

Mayoristas introductores: Este grupo está constituído por aquellas empresas cuya función consiste en introducir el producto de la región en los mercados urbanos.

Por lo general, poseen puestos en los mercados nacionales, comprando su mercadería directamente a los productores, o bien adqui

riéndola en subasta o recibiéndola en consignación.

Una vez realizada la tarea de introducción de los productos al mercado, inician la función de distribución de los mismos, que se lleva a cabo, en ciertos casos, mediante la venta a los comerciantes distribuidores de otros mercados (que a su vez cumplen la función de introductores en sus respectivos mercados), y en otros, vendiendo a los comerciantes mayoristas, rematadores o pilaristas, según sea el mercado de que se trate.

El negocio de estos agentes en el mercado nacional, reside en el buen manejo de la oferta regional, siendo su principal función la de lograr la concentración de la producción .

Sin embargo, en el caso de las manzanas y peras, ésta función ya es realizada por las plantas de empaque, lo cual torna poco justificable la importancia que poseen los mayoristas introductores, a diferencia de lo que ocurre con otros productos perecederos, tales como el caso del tomate, en dónde los introductores desempeñan una función relevante, a través de la centralización de las producciones regionales.

Comerciantes Distribuidores - Comerciantes Mayoristas: Se encuadran dentro de este grupo los comerciantes que, luego de efectuar sus compras en los mercados de primera venta o en subastas, llevan la mercadería a los distribuidores menores o bien a poblaciones pequeñas, con el objeto de vender la misma a los comerciantes minoristas.

Exportadores: Son los que adquieren los productos en las condiciones de tipificación, variedad, cantidad, etc., apropiadas para su venta

al mercado externo.

Al igual que en el caso de los mayoristas introductores, este grupo generalmente participa en el mercado con un conjunto de productos, simultáneamente.

Comerciantes con producción propia: En la actualidad constituye el grupo más importante y de mayor influencia en la región objeto del estudio. Pertenecen a él la casi totalidad de las grandes empresas, las cuales concentran la mayor parte de los volumenes comercializados en los distintos mercados (producción, granel, empaque, externo y nacional).

Por lo general, disponen de sus propios locales de venta, ya sea en las mismas salas de remate de los mercados mayoristas metropolitanos, o en las ciudades más importantes del interior del país. Por otra parte, llevan a cabo las operaciones de venta a los mercados externos en forma directa.

Con relación al mercado de empaque, cuentan con comisionistas que adquieren la fruta para empacar y además son propietarios de los mayores y más modernos galpones de empaque que operan en la región.

Otro rasgo relevante de este grupo, es el relativo a la tecnología empleada, ya que utilizan las técnicas más avanzadas de que se dispone, tales como plantaciones de montes compactos, cosecha a granel en cajones bins, uso de productos químicos, etc.

Se ha considerado apropiado denominarlos comerciantes con

producción propia, en lugar de productores integrados como aparecen en la mayoría de la bilbiografía existente, debido a que, si bien reconocen su origen en el sector productivo, han ido adquiriendo, a través del tiempo, cada vez mayor importancia en su actividad comercial. A tal efecto, puede citarse como ejemplo que con sólo poseer un 20% de la producción total, dominan casi el 90% de las exportaciones.

Es por ello que su principal "modus operandi" en los canales comerciales, consiste en el manejo de las demandas internas y externas, para obtener mayores ganancias por medio de la concentración de las operaciones.

Este grupo de empresas se ha ido conformando históricamente a través de un proceso de integración vertical, ya sea hacia adelante como hacia atrás. En el primer caso, han ido avanzando desde la producción hacia el mercado de empaque, instalando sus propias plantas, para luego proyectarse con puestos de venta en las salas de remate, para por último dedicarse a la exportación directa. En el otro caso, han llegado a la producción , partiendo de la función de mayoristas introductores, con el objeto de asegurarse la provisión de la fruta.

De todas maneras, a pesar de las diferencias conceptuales, ambas formas de integración presentan comportamientos homogéneos,permitiendo, de tal forma, su encuadramiento en un solo tipo de participante.

El análisis del mercado productivo, desde el punto de vista comercial, demuestra que el grupo participante de mayor importancia es el de los productores independientes, que interviene con el 50,55% de la producción total. A este grupo le siguen, en orden de

importancia, el de los productores cooperativistas, con el 21,29%. Entre ambos grupos, reúnen el 71,84% de la oferta productiva.

Los comerciantes con producción propia, por su parte, aportan el 19,29% y los productores empacadores el 8,98%.

Es interesante observar que los productores propiamente dichos participan con el 80,71% del total de la oferta y que los comerciantes con producción propia, que es el grupo más importante de todo el canal comercial, representan solamente el 19,29% del total.

Asimismo, del total ofrecido en el mercado productivo, solamente el 54,86% llega al mercado para empacar, ya que el resto no pasa a través de ese canal comercial, sino que continúa su trayecto, directamente a través de circuitos integrados, hacia el mercado de empaque.

Tanto los datos sobre volumenes producidos, como la cantidad de productores, se expresan en los capítulos correspondientes del presente trabajo.

En lo que respecta al mercado a granel, se evidencia claramente que el mismo se conforma principalmente por la oferta de los productores independientes y la demanda de los comerciantes con producción propia, pudiéndose observar, a la vez, la pérdida de importancia relativa de los demás agentes participantes.

Los comerciantes con producción propia concentran el 45,14% del mercado a granel, lo que sumado a un 19,29% de producción propia,

representa casi un 65% de la oferta total de fruta a granel, logrando de esta forma un dominio absoluto de la región productora, como estructura comercial operativa.

El sistema de compra utilizado por estos intervinientes, es el de la visita personal realizada a los productores; ello impide que éstos posean una idea cabal de lo que está sucediendo en esos momentos en el mercado, ya que por lo general tienen conocimiento de la situación de sus vecinos más próximos, pero ignoran lo que ocurre globalmente en el mercado.

Por otra parte, los compradores o galponeros poseen su propia clientela, debido a que existe la tendencia entre los productores a realizar sus operaciones con el mismo galpón. Las rupturas de las relaciones comerciales entre estos intervinientes, sobrevienen por lo general como consecuencia de incumplimientos o debido al regateo en los acuerdos de precios y demás condiciones de la operación.

Se hace evidente que, como consecuencia del grado de concentración de la oferta a granel, los comerciantes con producción propia son los que definen el precio del mercado, por el cual se rige la producción de la región. La continuidad de esta operatoria se encuentra asegurada por la gran dispersión que se observa entre los productores de la región, así como también por la forma de vinculación existente entre los productores y los comerciantes con producción propia, que hace que la mayor parte de las operaciones se realice por el denominado sistema de confianza, sin contrato alguno o bien con contratos que luego no son inscriptos.

Debe señalarse que la carencia de contrato en este tipo de

operaciones, resulta en la práctica de interés para ambas partes, ya sea con propósitos de evasión fiscal o como una forma de evitar el cumplimiento riguroso de lo pactado, en situaciones en que los precios del mercado ponen en evidencia la concertación de acuerdos poco favorables para alguna de las partes.

En lo que respecta al mercado de fruta empacada, puede decirse que la característica principal del mismo es que cumple con un doble propósito, puesto que, por una parte, se convierte en el canal introductor a los mercados nacionales, mientras que por otra, es en el que se realiza el proceso de selección y clasificación de la fruta con destino a la exportación.

Otra particularidad de este mercado, consiste en que el mismo es el lugar de descarga de la fruta proveniente de los productores con planta de empaque, de los productores cooperativistas y de los empacadores acopiadores, los cuales, a partir de entonces, desaparecen definitivamente del canal comercial, surgiendo, al mismo tiempo, la figura de los mayoristas introductores y de los exportadores.

Los porcentajes de participación de cada uno de los intervinientes, puede apreciarse acabadamente en el gráfico N° 9.

Un aspecto que merece ser resaltado, es la aparición simultánea, como oferentes y demandantes, de los comerciantes con producción propia, al igual que de los comerciantes empacadores. Ello encuentra su justificación en la circunstancia de que los comerciantes con producción propia se desprenden de la fruta de menor calidad, la que será luego destinada al mercado interno a través de los mayo-

ristas introductores y los comerciantes empacadores. Estos colocarán la fruta de alta calidad en el mercado internacional, a través de los exportadores y de los comerciantes con producción propia.

En este mercado, ya es posible observar la dispersión geográfica existente entre las zonas de producción y los mercados de consumo, tales como el del Gran Buenos Aires.

Se estima que aproximadamente el 30% del total operado por este mercado, se realiza a través de las salas de remate de los mercados concentradores situados en los centros de consumo, y que el 70% restante se comercializa a través de canales diversos. Si bien es cierto que el gran mercado introductor es el de Buenos Aires, existen canales de introducción directa entre la zona productora y otros centros de consumo, tales como los correspondientes a las ciudades de Rosario, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, etc.

El rango de este mercado puede estimarse en el 37% de la producción total, siendo un hecho destacable el que los comerciantes con producción propia llegan a manejar aproximadamente un 73% del mismo, para luego iniciar la etapa de distribución.

Entre el mercado a granel y el mercado de fruta empacada, existe una atemporalidad del producto, lo cual permite advertir claramente el traslado que sufre el producto a través del tiempo, y su paso por las cámaras frigoríficas.

Debido al desarrollo que se ha operado en el mercado de frío, ese traslado a través del tiempo es efectuado en la actualidad tanto por los productores, como por los intermediarios, integrados o no, en busca de un precio superior. El almacenamiento se realiza en

bins, en las cámaras refrigeradas de la zona, sean éstas propias o alquiladas.

Antigüamente, antes de haberse desarrollado el mercado del frío, quien poseía infraestructura frigorífica dominaba el canal comercial, lo que le permitía obtener un sobre precio. Esto fue un fenómeno observado no sólo entre intervinientes en el mercado, sino también entre regiones, puesto que por ejemplo Buenos Aires poseía mayor capacidad frigorífica instalada que la zona del Alto Valle.

Como ya se ha visto, el mercado industrial se abastece en aproximadamente un 66% del sector productivo y un 33% del sector comercial, que le deriva la fruta que se descarta en el proceso de selección. De acuerdo con el manejo de la fruta en el canal y con el resultado de las sucesivas integraciones, se advierte que el abastecimiento indrustrial está compuesto en la forma que se indica en el gráfico N° 11.

En este mercado, compiten los diferentes compradores, quienes en las épocas de cosecha llevan a cabo sus operaciones directamente en las chacras, haciendo ofertas y cerrando el precio en el mismo momento.

El sistema de formación de precios, depende de las estimaciones que realiza cada uno de los rubros industriales y de las interrelaciones existentes entre los mismos. Como ejemplo, puede señalarse que las estimaciones que se realizan con relación al precio de la sidra, afecta la formación de los precios de los jugos y viceversa.

En lo que respecta al mercado nacional, éste está conforma-

do por los participantes que aparecen en el gráfico N° 12. Aquí se advierte el carácter mayoritario de la participación de los mayoristas introductores, con un 49,47% del total del mercado; a ellos le siguen, en orden de importancia, los comerciantes con producción propia, con un 24,85% del total; los productores cooperativistas, con el 16,06% y los comerciantes empacadores, con un 9,62%

Con respecto al mercado externo, cabe observar, tal como aparece en el gráfico N° 13, una alta concentración por el lado de la oferta, especialmente de parte de los comerciantes con producción propia, que dominan en forma directa el 85,78% de ese mercado.

Este fenómeno de la concentración, se observa también desde el punto de vista de la demanda (ver gráfico N° 7), puesto que aproximadamente el 60% de las exportaciones argentinas de los productores considerados, tienen como destino el mercado brasileño, y un 30% el mercado europeo.

En lo que concierne al comercio con el Brasil, éste se realiza en su totalidad mediante transporte terrestre, mientras que las exportaciones a Europa se llevan a cabo por vía marítima, a través del puerto de Bahía Blanca. En consecuencia, las cotizaciones correspondientes se realizan, para el primer caso, en precio FOB Neuquén, y en el segundo caso, en previo FOB Bahía Blanca.

Finalmente, resta describir a los operadores integrados, una de cuyas características relevantes se manifiesta en la deformación que van produciendo con su accionar en los mercados intermedios que han sido analizados hasta ahora. Conviene aquí señalar que si todos los intervinientes se presentaran en el mercado en una forma

técnicamente pura, la producción pasaría a través de los distintos mercados con la presencia de oferentes y demandantes institucionalmente diferenciados entre sí, lo cual no ocurre realmente, ya que es habitual que los intervinientes presenten características que combinan las figuras de dos o más operadores.

A los efectos de perfeccionar el análisis realizado, la concentración de fruta empacada, para ser destinada a la venta, ha sido igualada a 100%, tal como aparece en el gráfico N° 16.

Los grupos de operadores integrados son: el cooperativo, cuya concentración equivale a un 16,96% del total de la oferta de fruta empacada; los productores empacadores, que operan un 13,87%; los comerciantes empacadores, con un 4,18%; y los comerciantes con producción propia -que es el grupo de mayor importancia-, que llegan a dominar un 73%, aproximadamente, del mercado.

Se puede afirmar que el descripto es el sistema principal operante en la región bajo análisis, y que los otros sistemas o canales de comercialización se acomodan al comportamiento del mismo (ver gráficos 14, 15 y 16).

Los operadores integrados cooperativos y los productores empacadores, alcanzan, con su propia producción, a un 95,21% del total, lo cual representa el 176,77% del volumen total concentrado para empaque, siendo éste punto el último al cual arriban dentro del canal comercial en su calidad de operadores integrados (ver gráfico N° 14).

Se observa que estos operadores se han integrado con el ob

jeto de procurar una mejor salida de su producción, a pesar que los productores empacadores aparecen como demandantes del mercado a granel y los cooperativistas como oferentes.

En cambio, los comerciantes con producción propia, que operan un volumen de producción que representa tan sólo el 36,6% del volumen total del mercado de fruta empacada, se abastecen también del mercado a granel y se constituyen en los operadores de mayor importancia de la región, representando esta función de compra la de más gravitación dentro del canal concentrador.

Las compras de fruta empacada que éstos efectúan son meramente selectivas en cuanto a calidades, siendo destinadas tanto al mercado interno como externo. De su propia producción, venden el 84,37% mediante venta directa; del total de esta venta, el 71,39% es destinado al mercado de exportación y el 13,81% al mercado interno, lo cual pone en evidencia, con toda claridad, que su principal función comercial está representada por la exportación, de cuyo volumen total alcanzan a dominar, por otra parte, el 85,78%.

Los comerciantes con producción propia, utilizan a la vez otros canales comerciales como alternativos para la colocación de sus productos (por ejemplo, el canal nacional), verificándose una tendencia cada vez más acentuada a colocar a los mismos a través de los introductores.

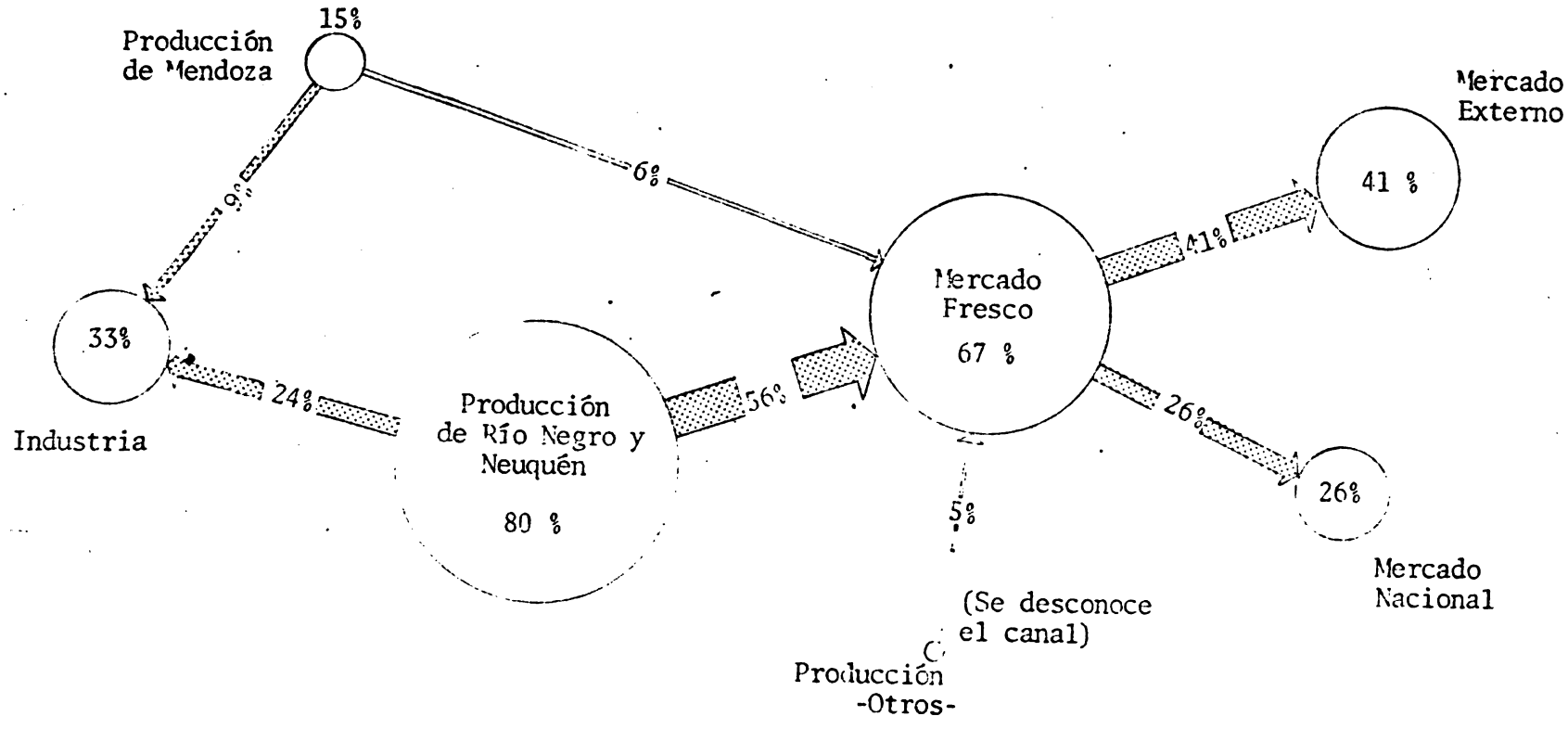
Este grupo, como ya se ha dicho, es esencialmente exportador, con acopio en la región de producción, consolidando su posición en el mercado a través de una participación en el sector productivo. Esta afirmación es coincidente con la expresada al iniciar el presen

te capítulo y al analizarse el comportamiento general del mercado. Además de ello, sus actividades en los mercados auxiliares representan tan sólo un complemento de la función exportadora.

Corresponde comentar que la industria de derivados y en especial la moderna industria juguera, manifiesta una acentuada tendencia a actuar como un elemento compensador de las fluctuaciones observadas en los mercados externos, por cuanto su producción se ve directamente afectada por los cambios operados en los mismos, ya que en épocas de demandas acentuadas, carecen de niveles apropiados de oferta de fruta, mientras que en épocas de retracción, el flujo de oferta se incrementa sustancialmente.

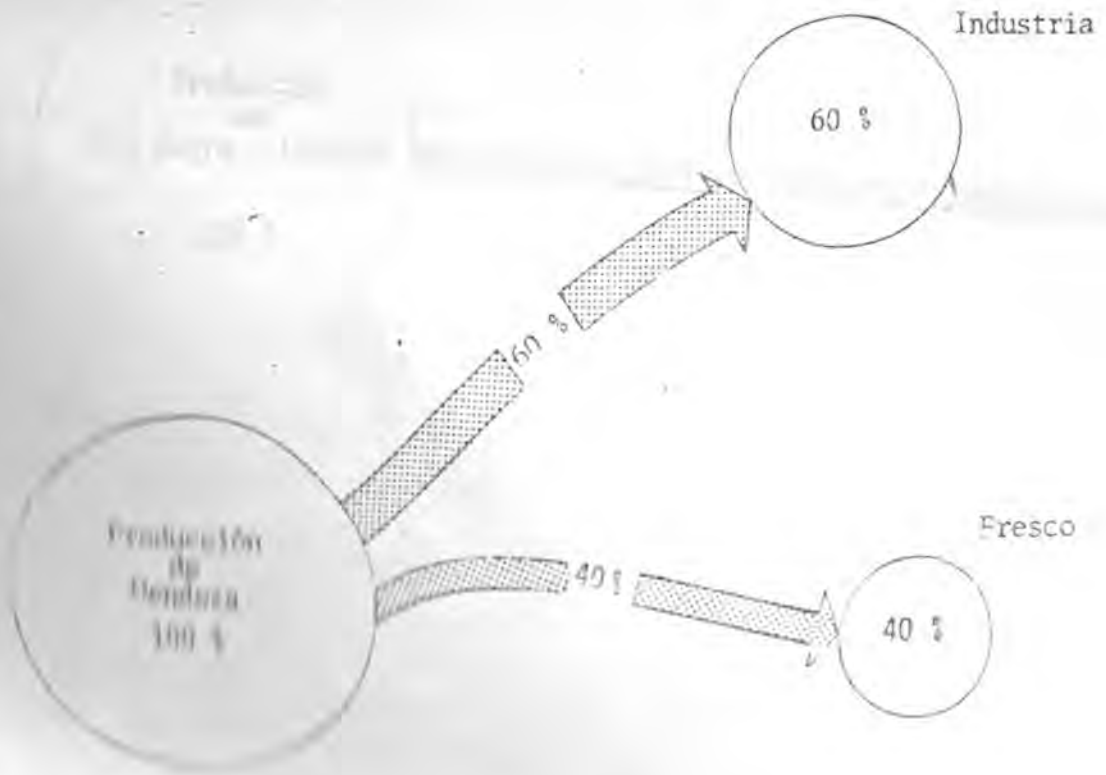
Esta situación hace suponer que, de investigarse en profundidad el origen de los capitales de estas empresas, podría llegar a confirmarse una estrecha vinculación de las mismas con el grupo analizado.

GRAFICO N° 1



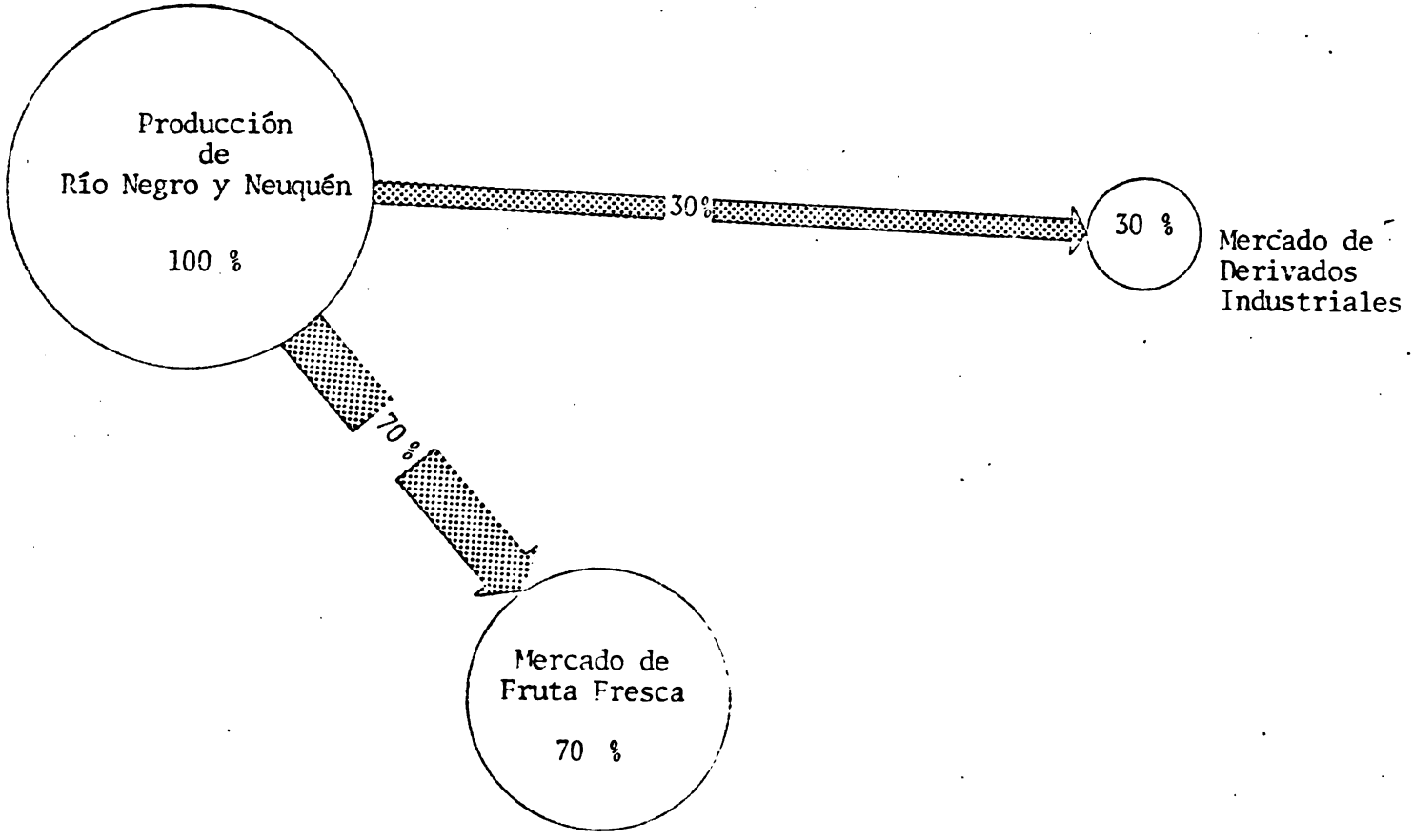
DESTINO DE LA PRODUCCION NACIONAL DE MANZANAS Y PERAS

GRAFICO N° 2



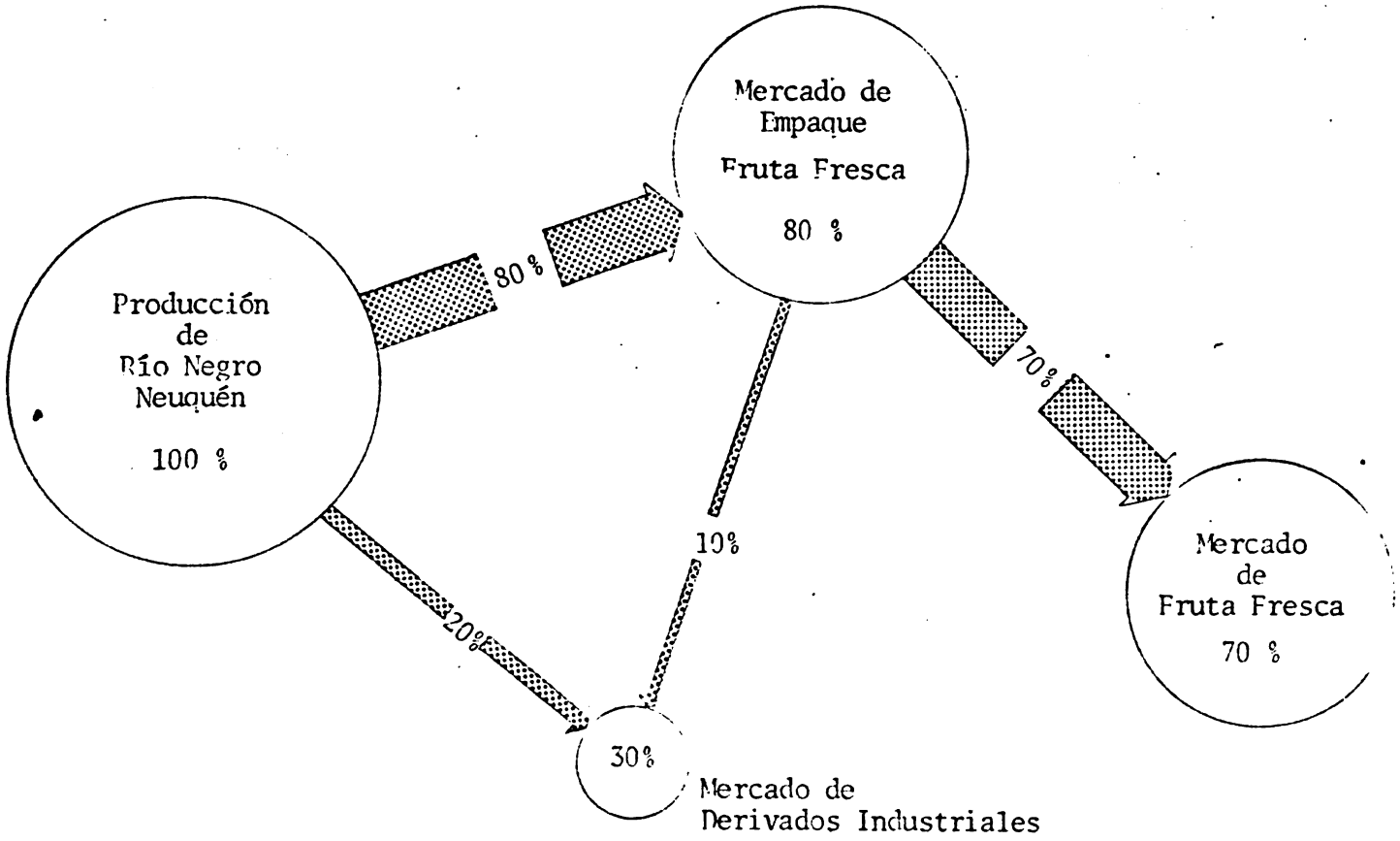
DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

GRAFICO N° 3



DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 4



DERIVACION DE LA PRODUCCION DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO, HACIA LOS MERCADOS FRESCO E INDUSTRIAL

DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS
DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 5

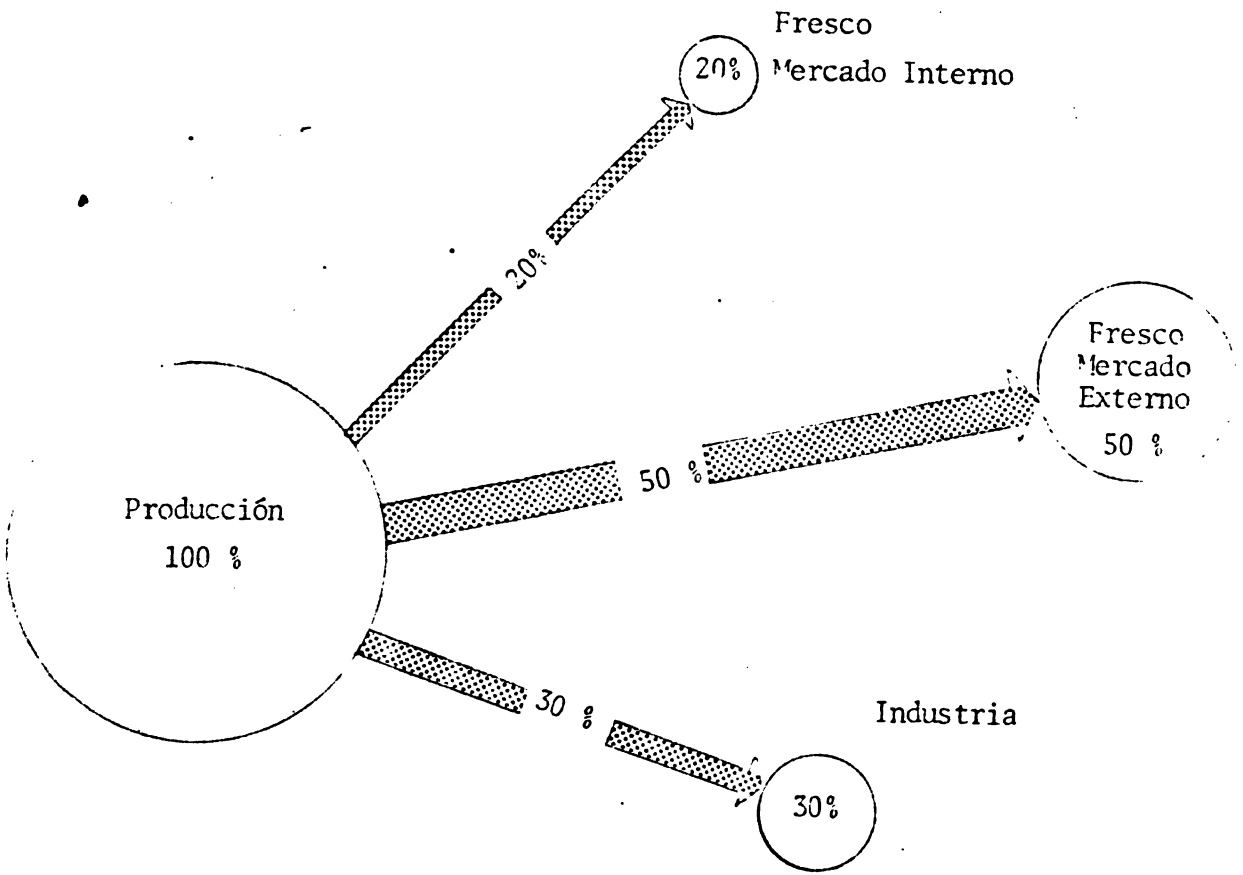
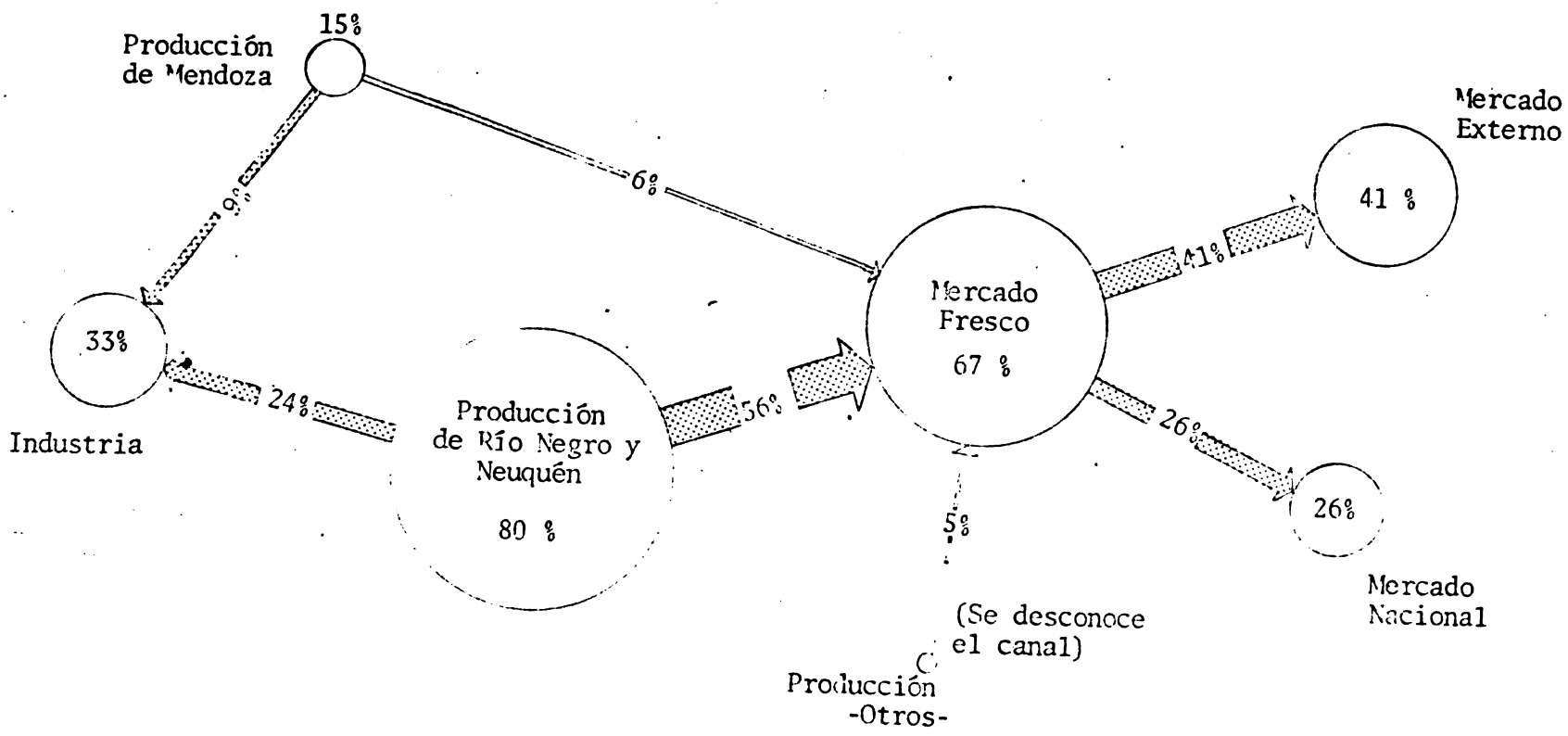
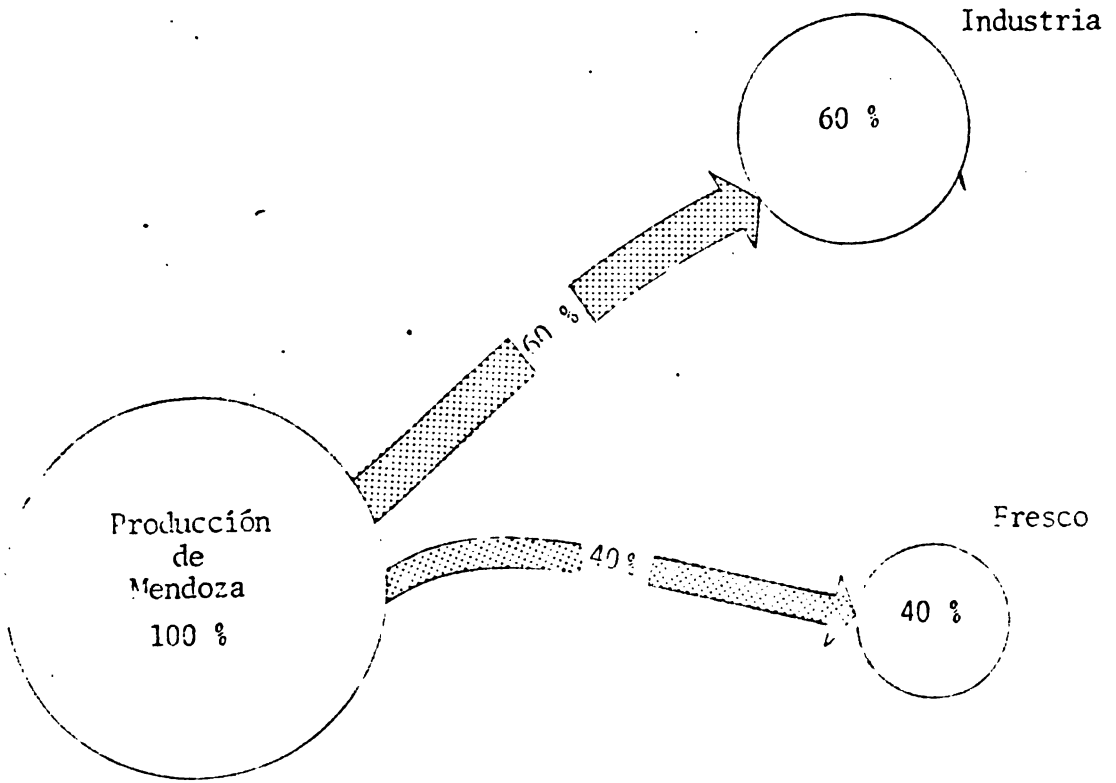


GRAFICO Nº 1



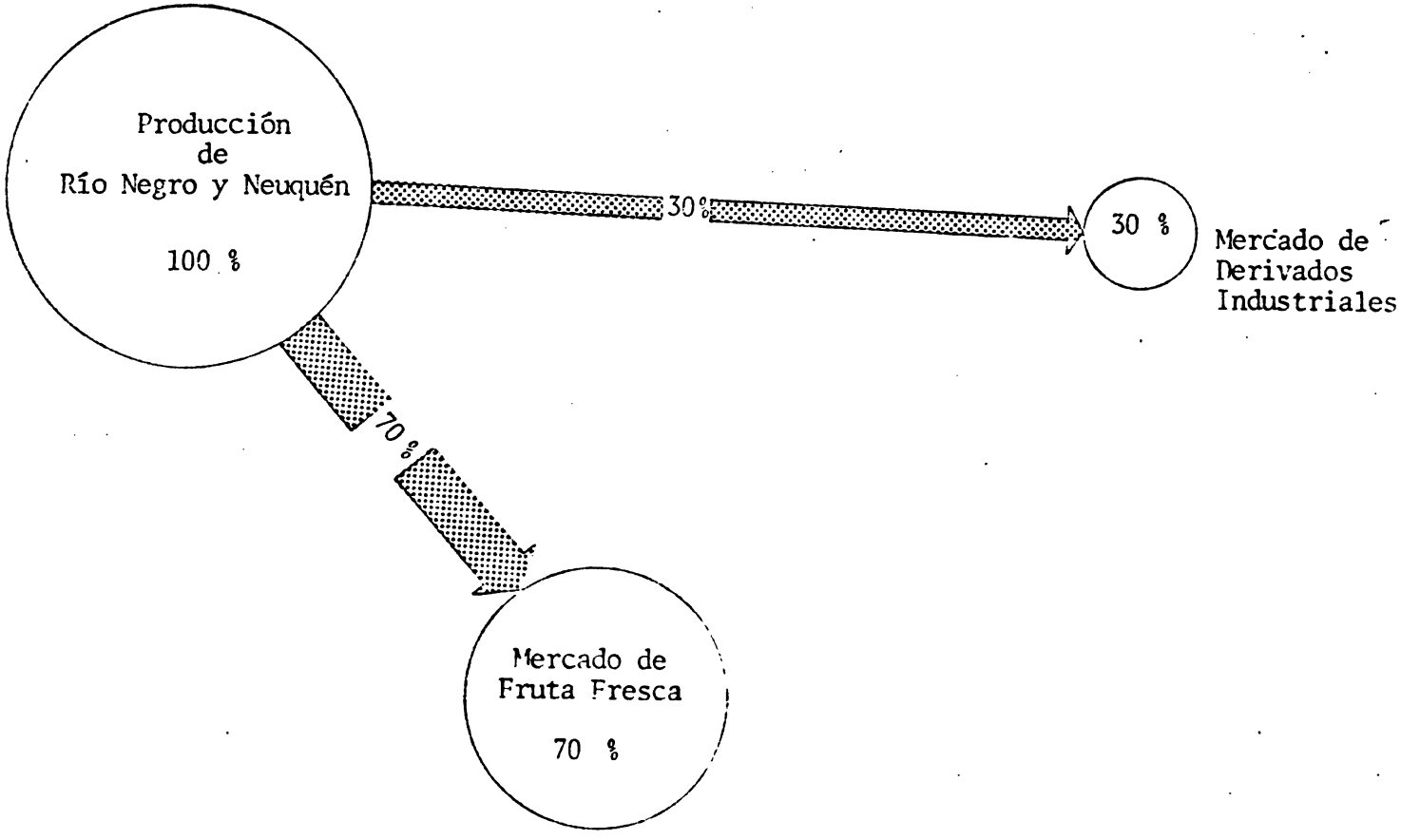
DESTINO DE LA PRODUCCION NACIONAL DE MANZANAS Y PERAS

GRAFICO N° 2



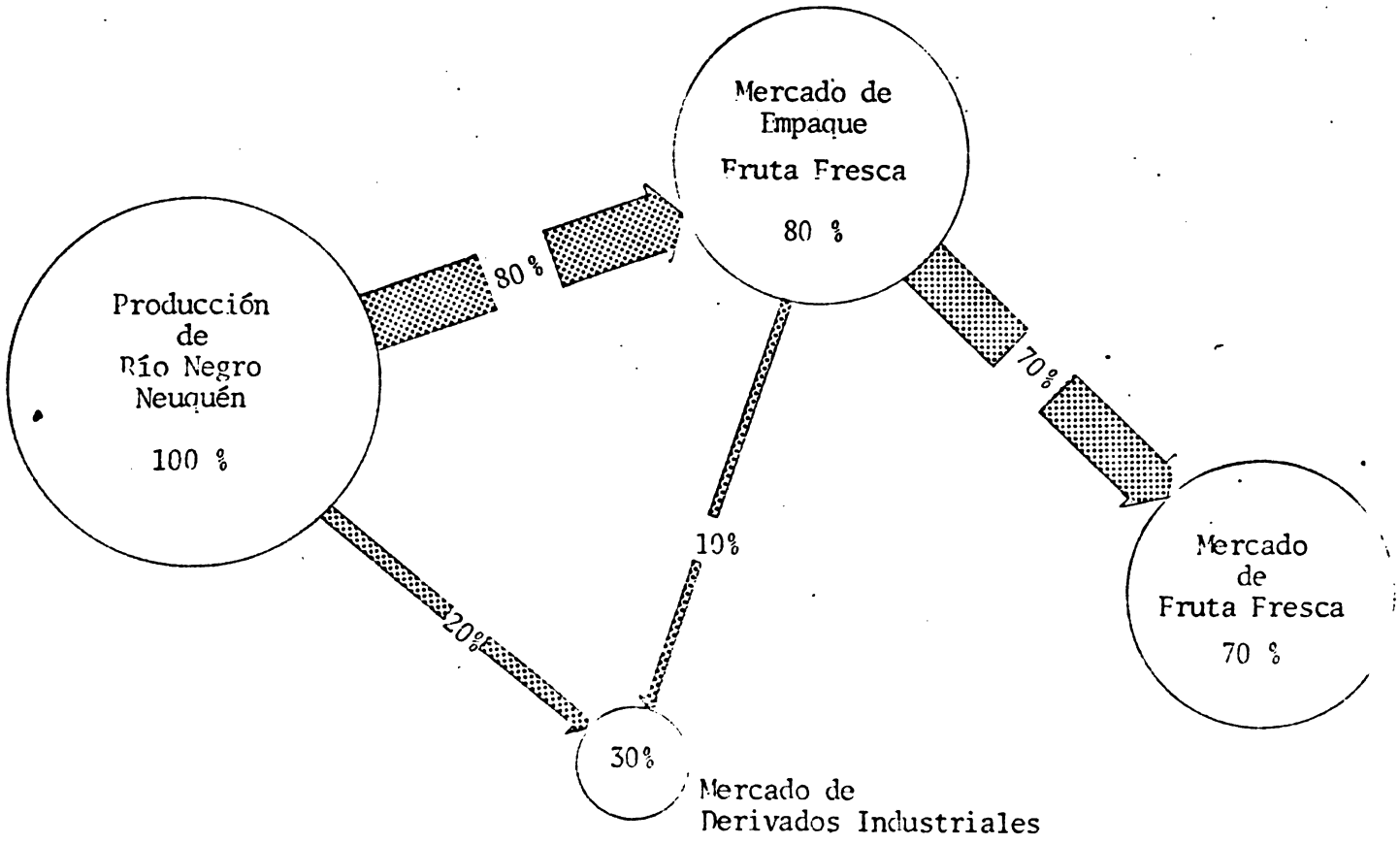
DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS DE LA PROVINCIA DE MENDOZA

GRAFICO N° 3



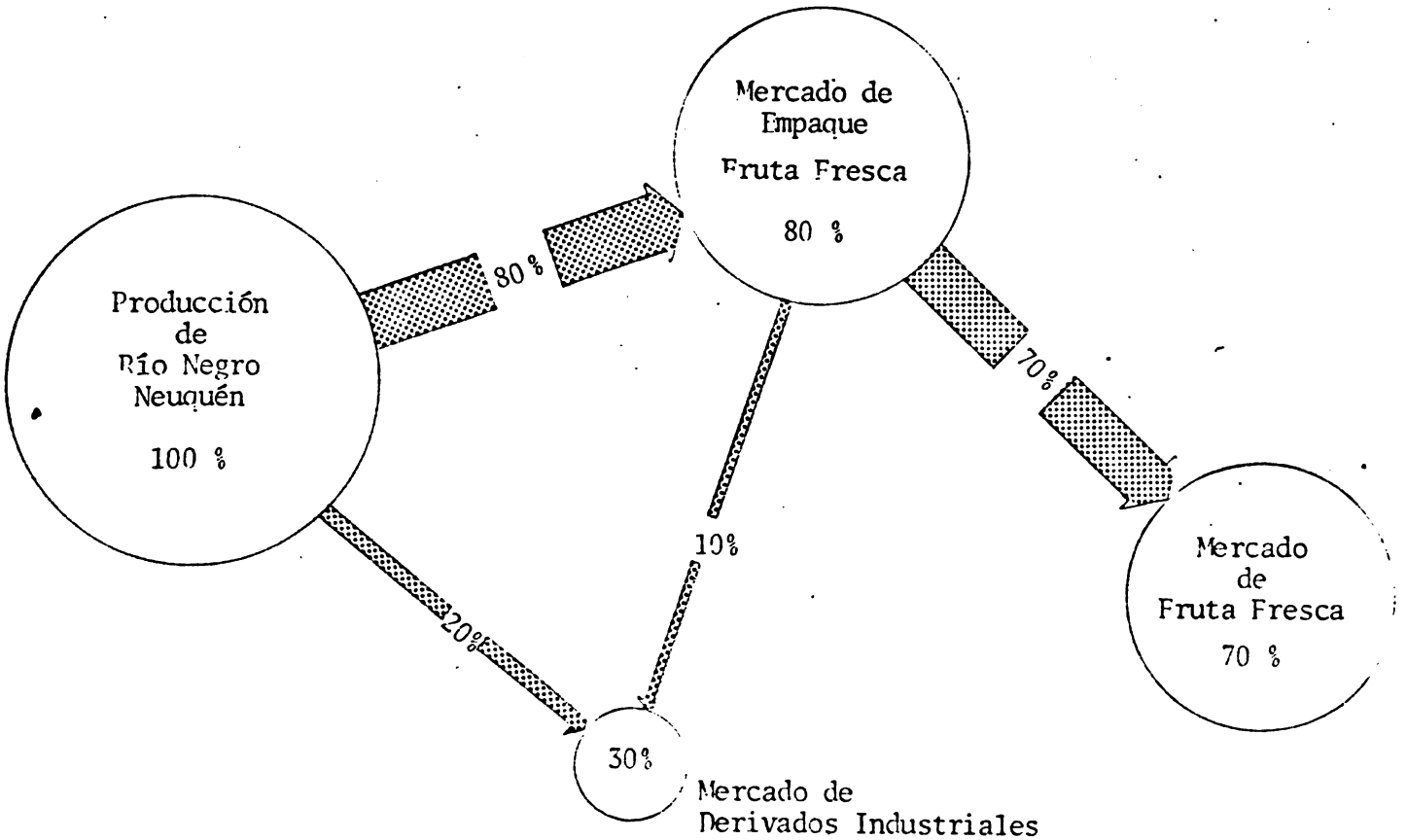
DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 4



DERIVACION DE LA PRODUCCION DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO, HACIA LOS MERCADOS FRESCO E INDUSTRIAL

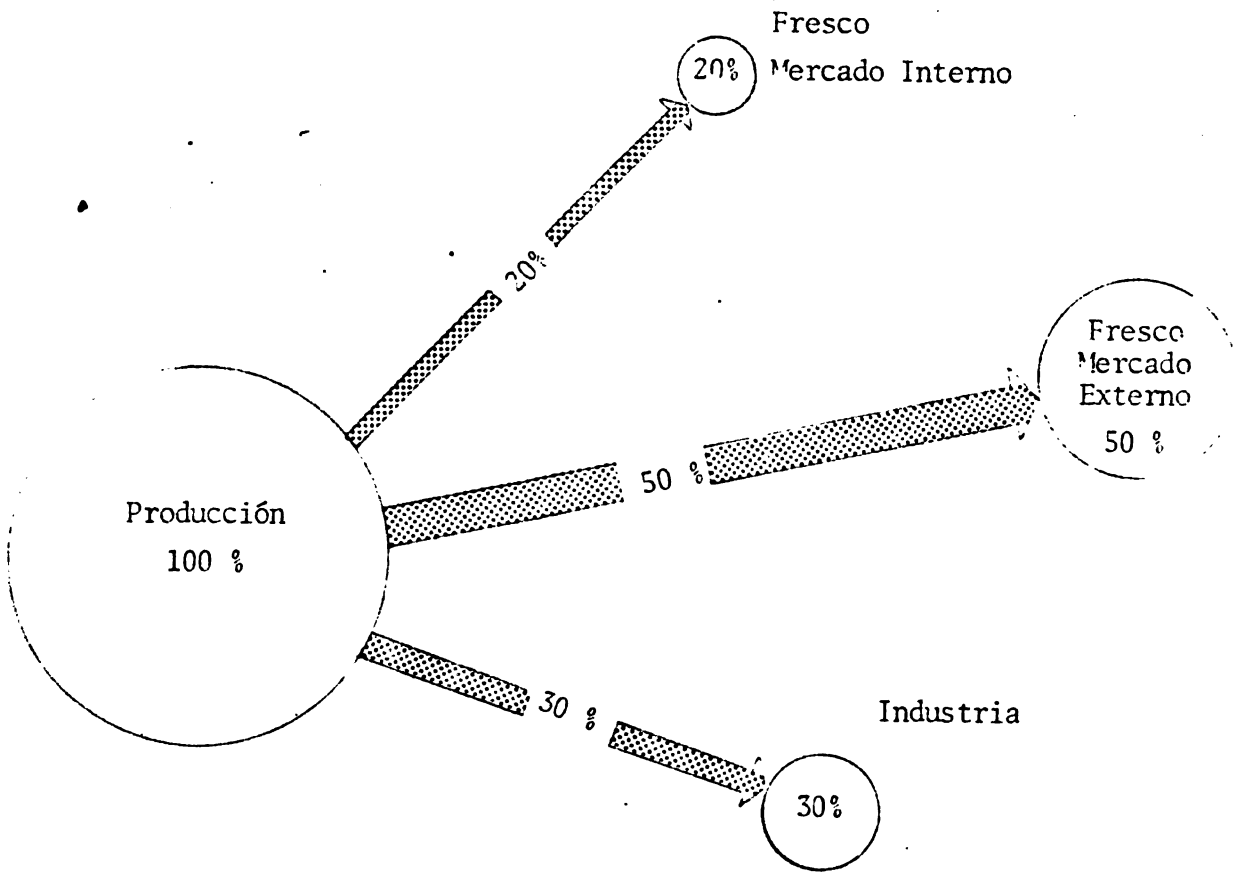
GRAFICO N° 4



DERIVACION DE LA PRODUCCION DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO, HACIA LOS MERCADOS FRESCO E INDUSTRIAL

DESTINO DE LA PRODUCCION DE MANZANAS Y PERAS DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 5



DISTRIBUCION DEL MERCADO DE FRUTA FRESCA
DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 6

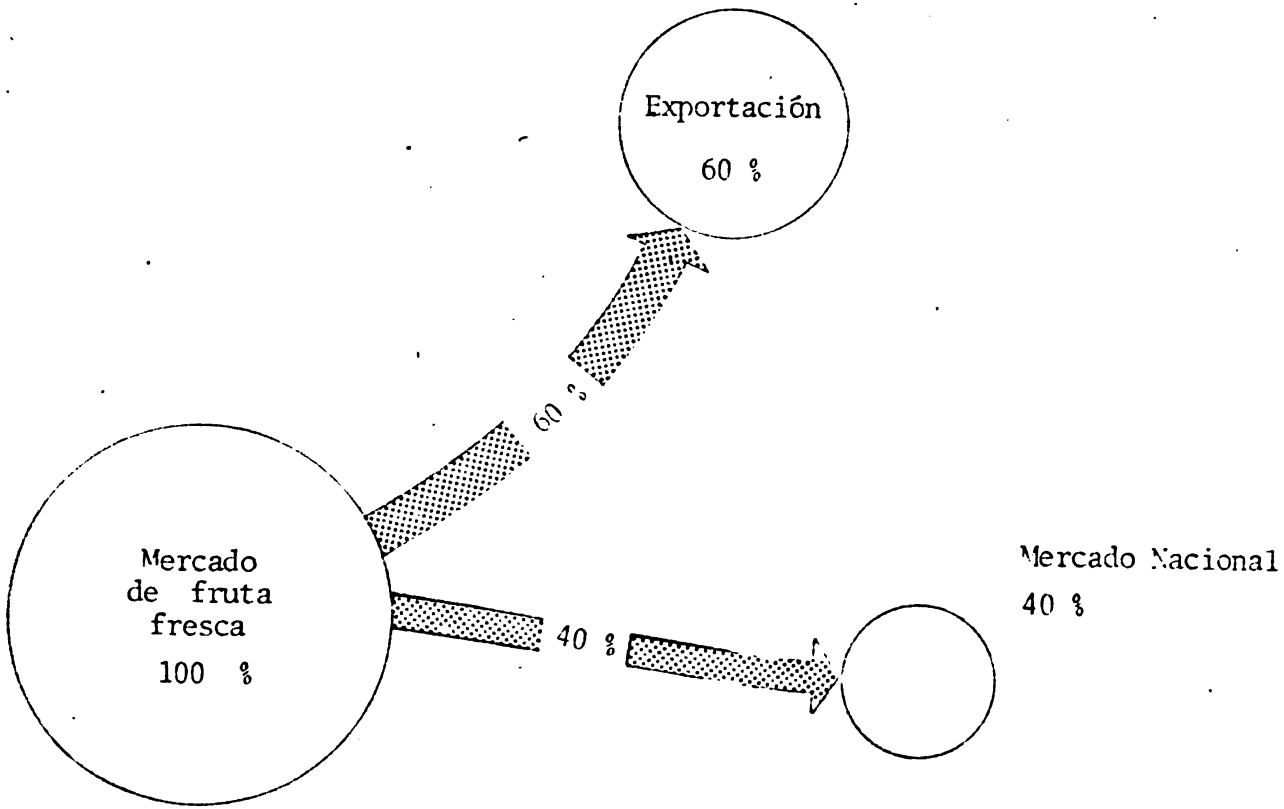
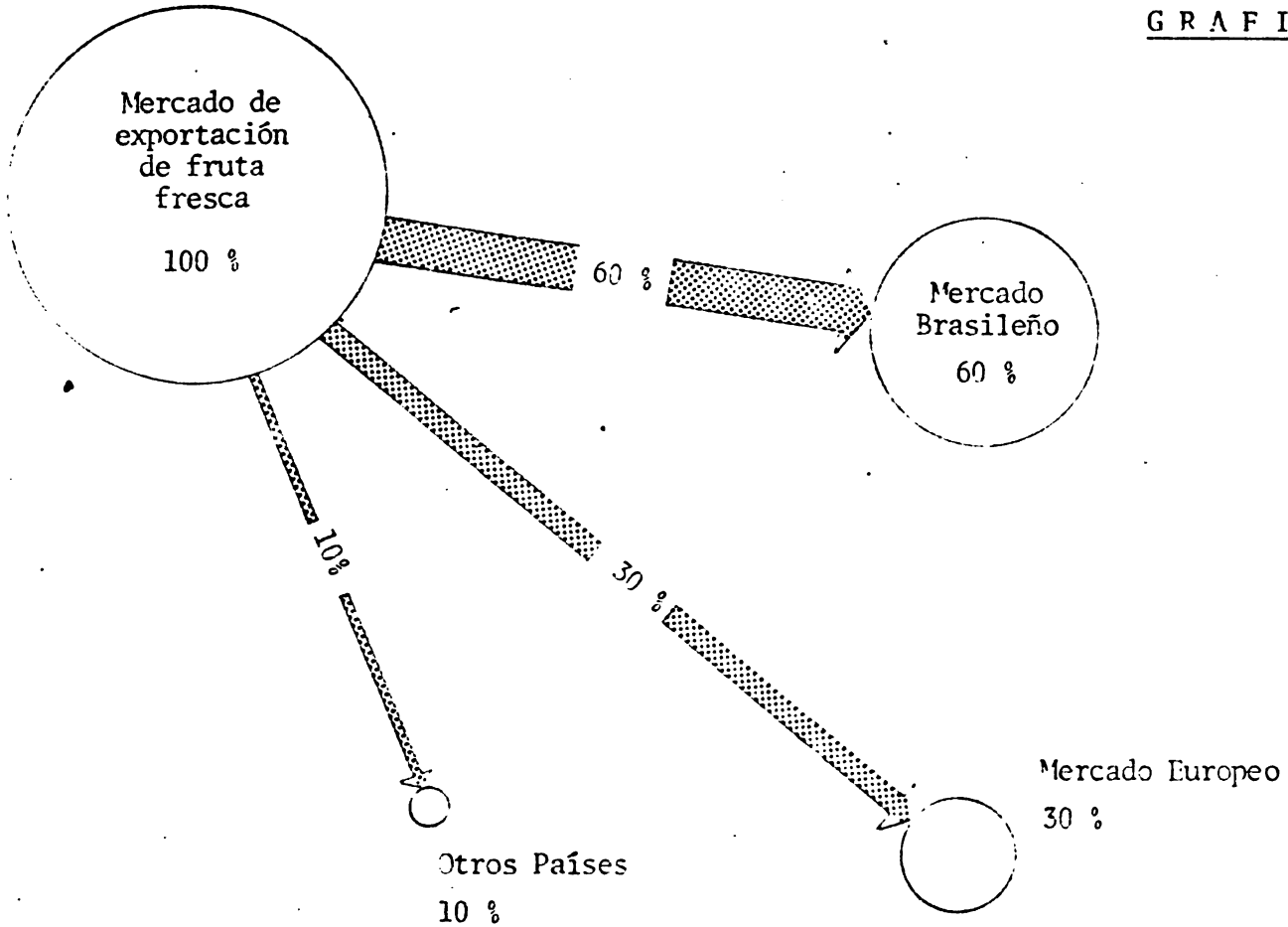
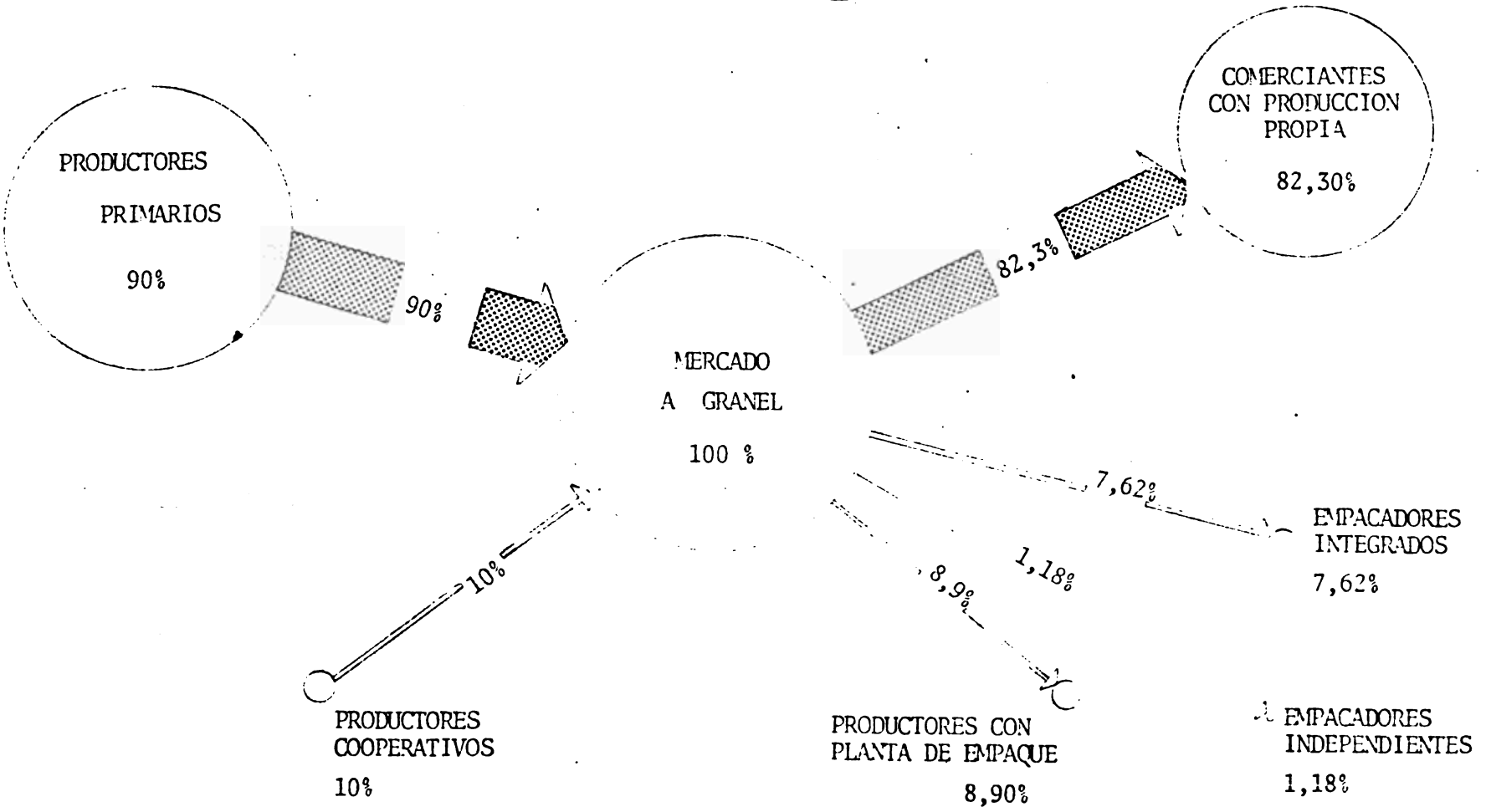


GRAFICO N° 7



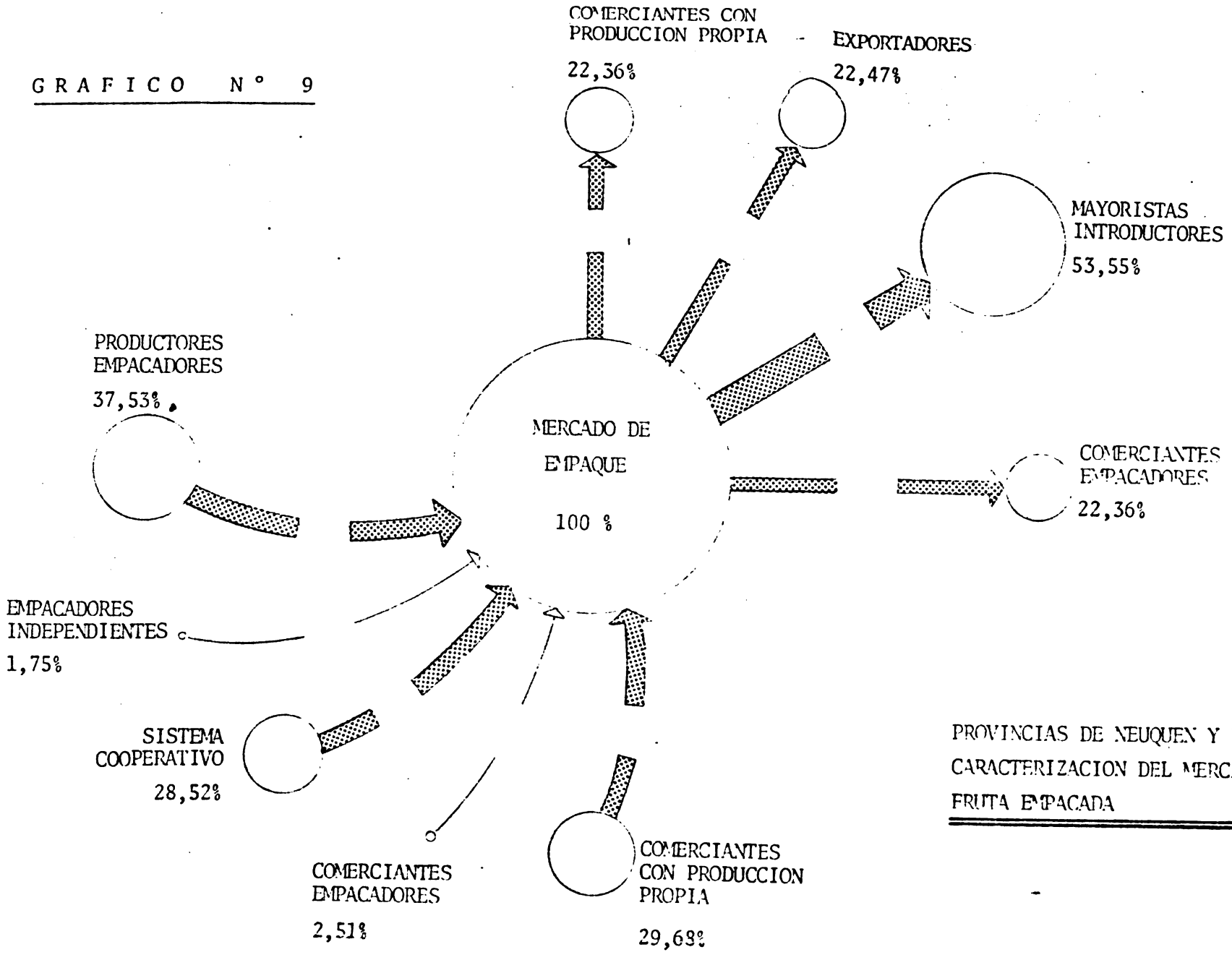
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES ARGENTINAS DE MANZANAS Y PERAS EN ESTADO FRESCO

GRAFICO N° 8



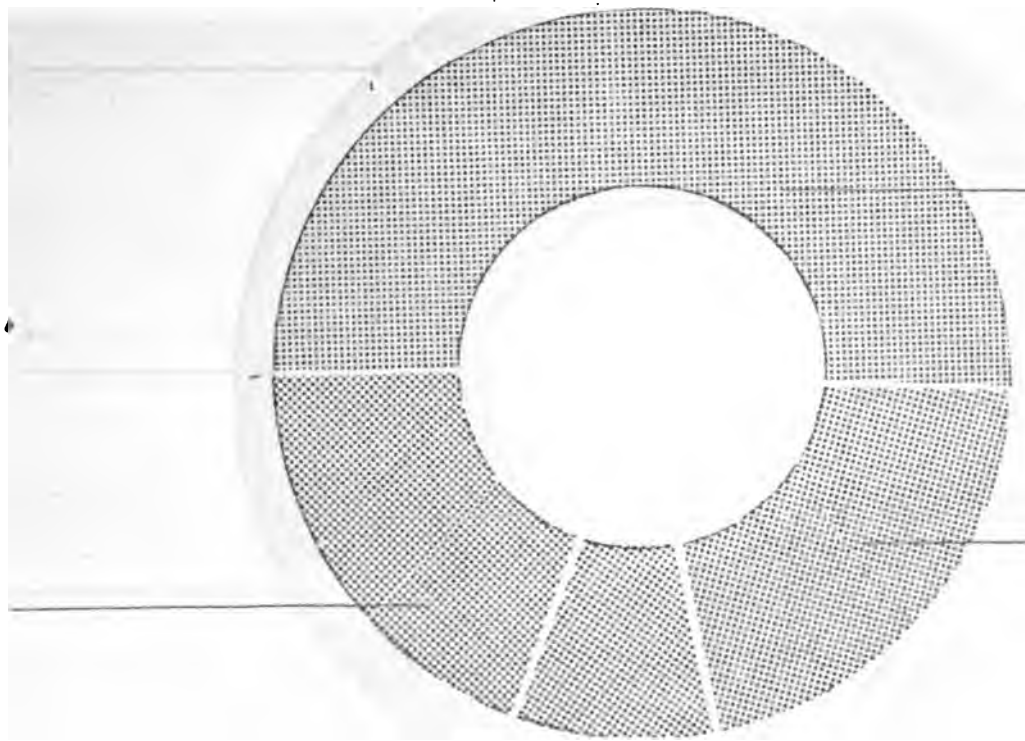
CARACTERIZACION DEL MERCADO A GRANEL DE MANZANAS Y PERAS DE LAS PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO

GRAFICO N° 9



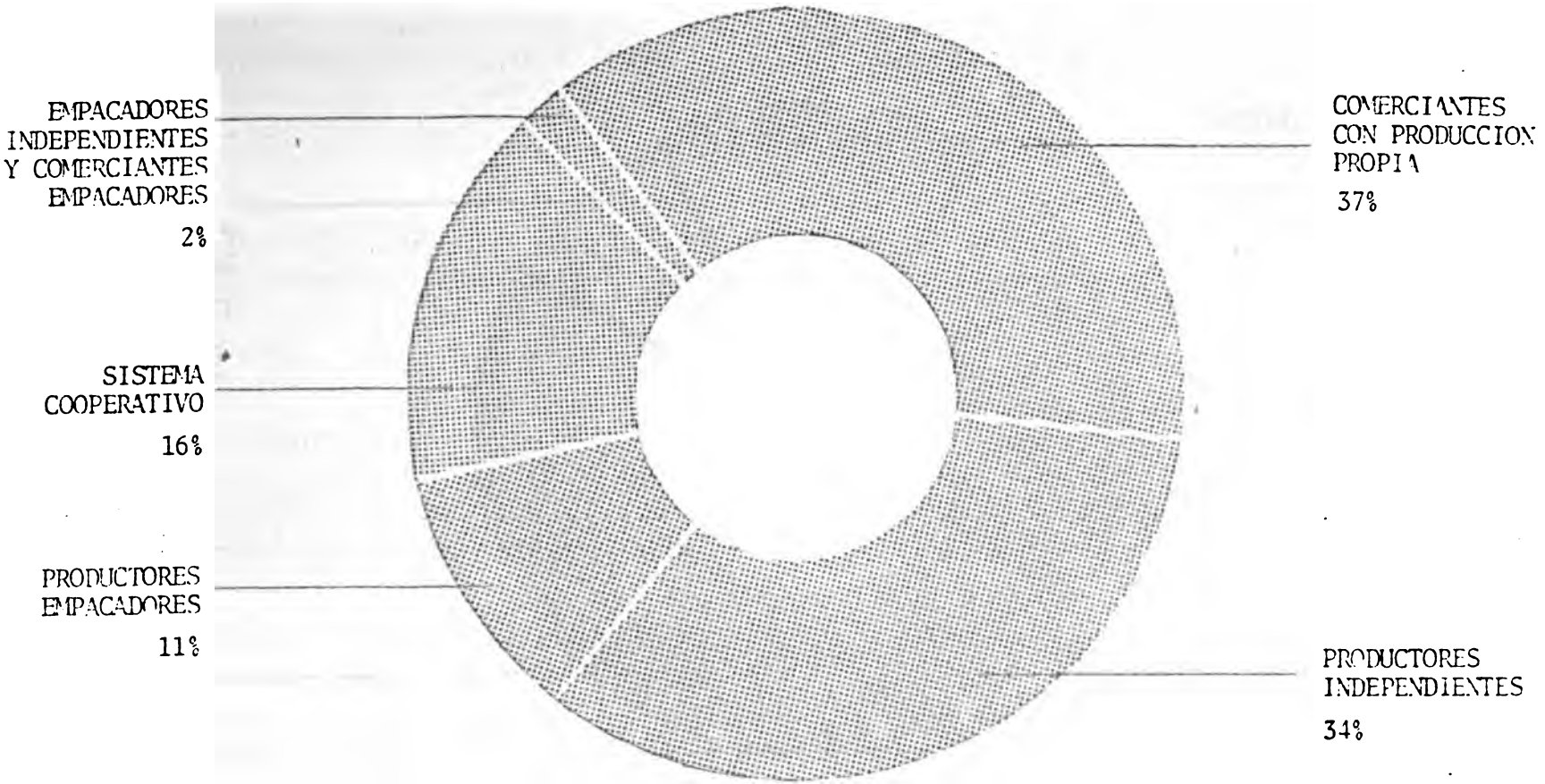
PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO:
CARACTERIZACION DEL MERCADO DE
FRUTA EMPACADA

GRAFICO N° 10



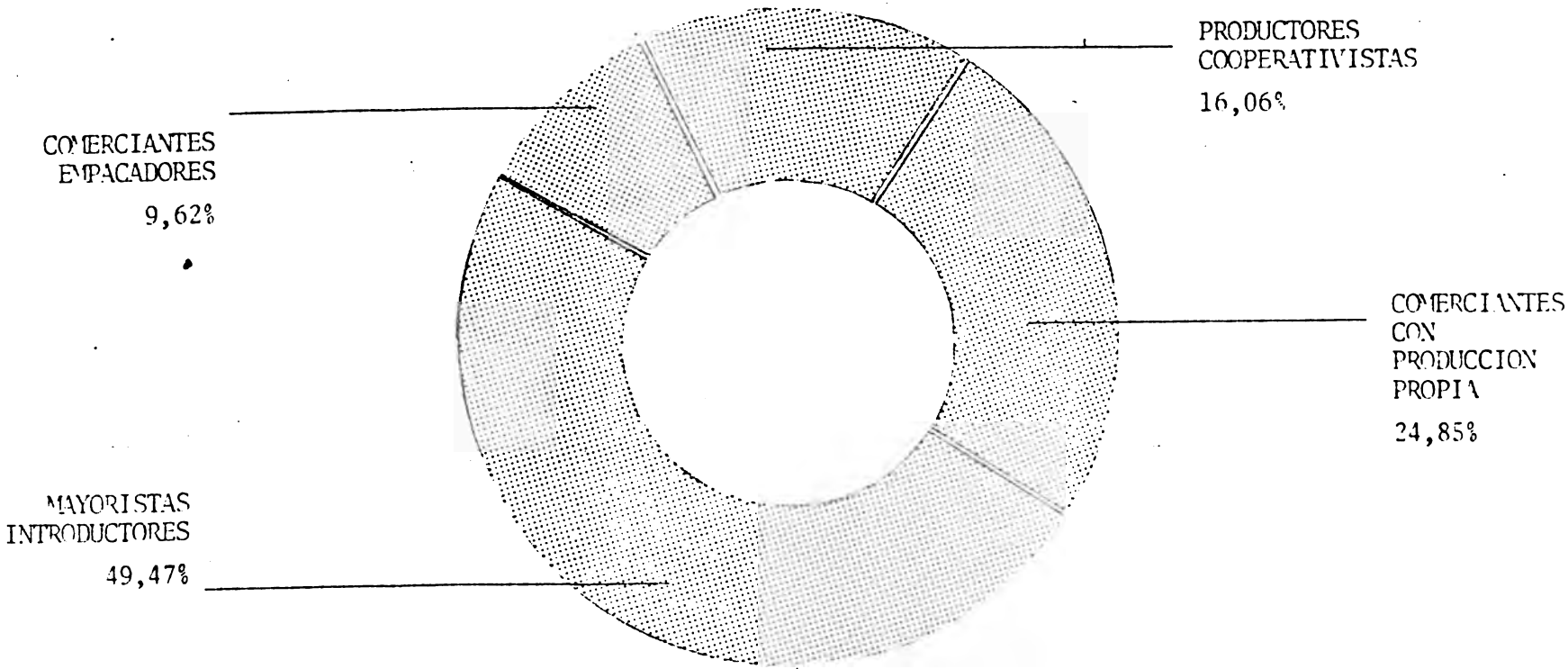
GRADO DE PARTICIPACION DE CADA OFERENTE EN MERCADO DE PRODUCCION

G R A F I C O N° 11



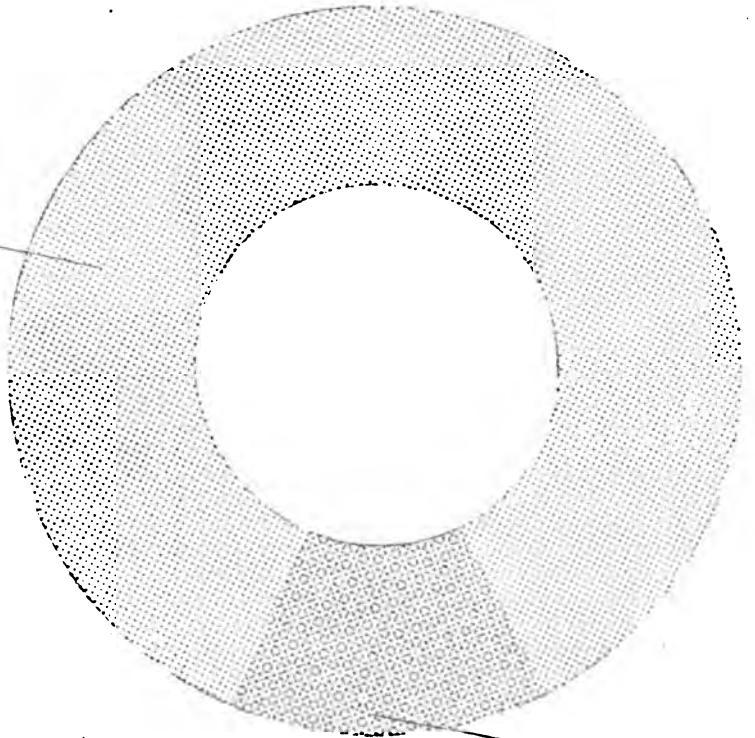
PROVINCIAS DE NEUQUEN Y RIO NEGRO - COMPOSICION PORCENTUAL DEL ABASTECIMIENTO INDUSTRIAL DE MANZANAS Y PERAS

GRAFICO N° 12



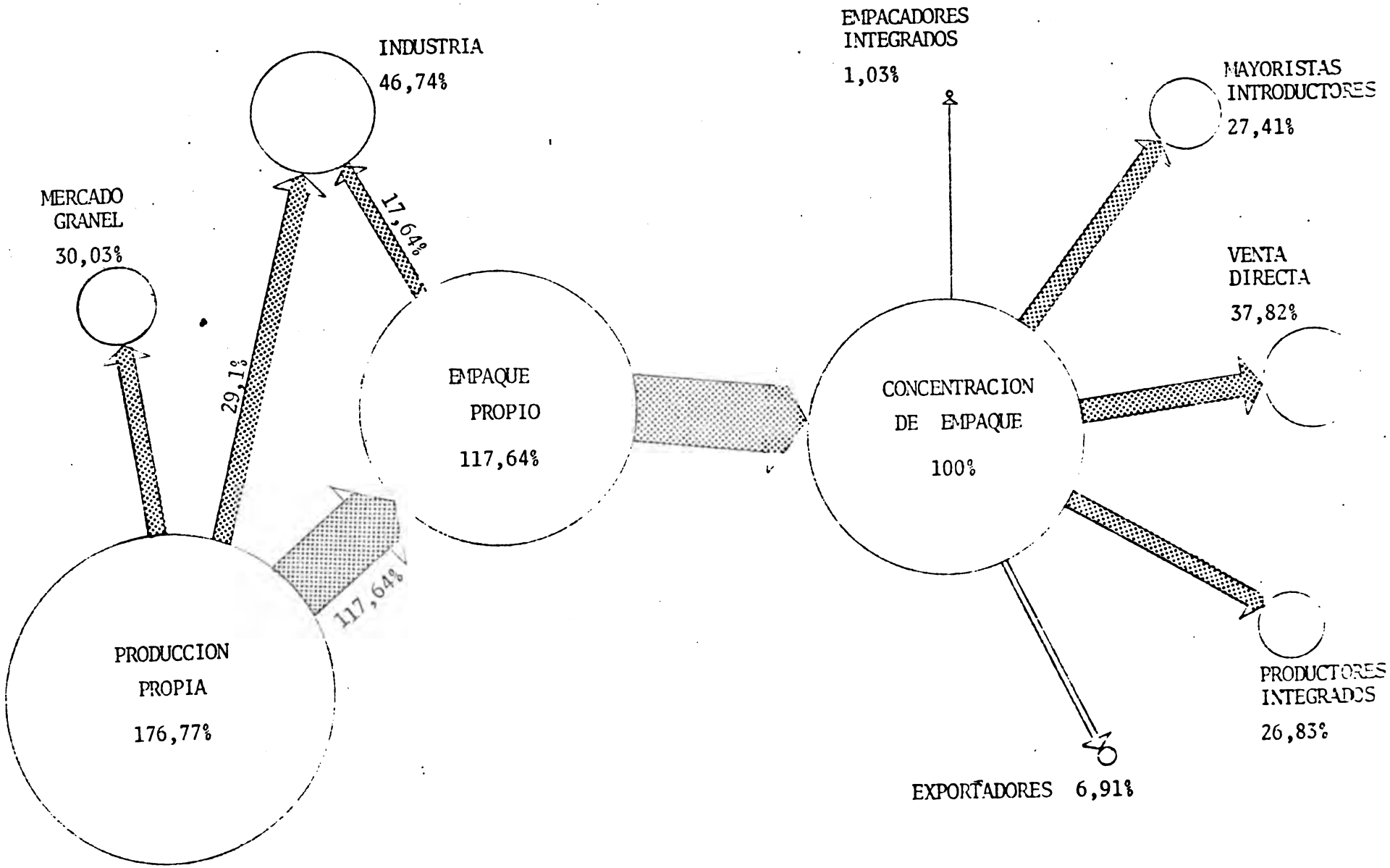
MERCADO NACIONAL

GRAFICO N° 13



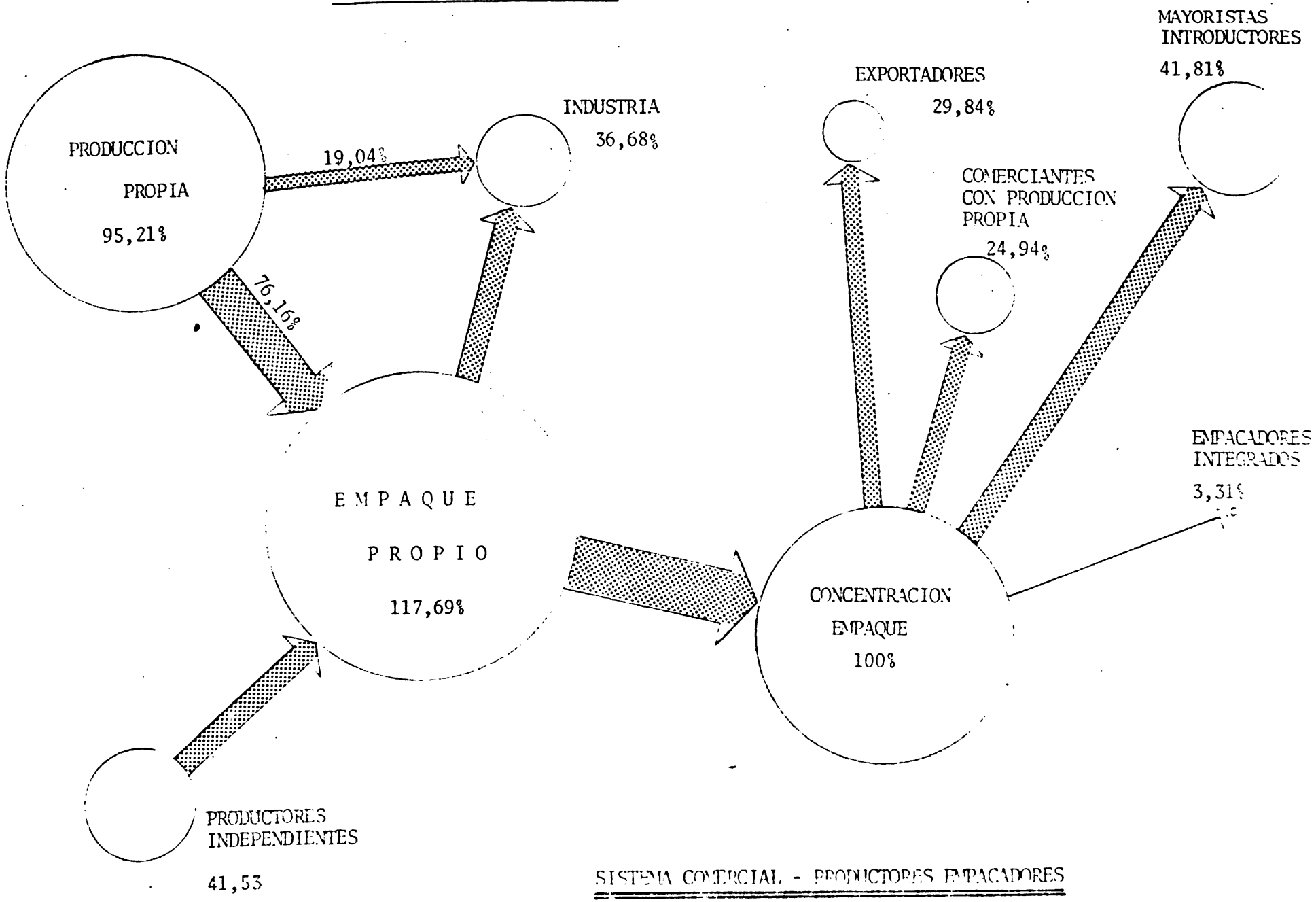
MERCADO EXTERNO

GRAFICO N° 1

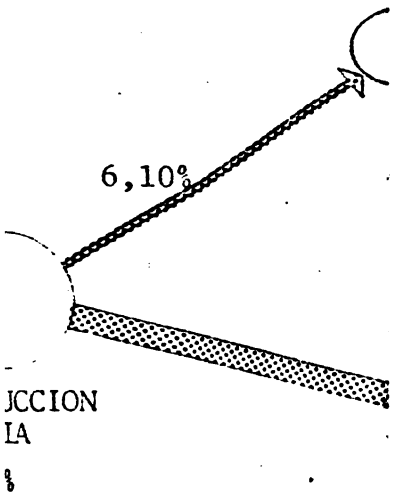


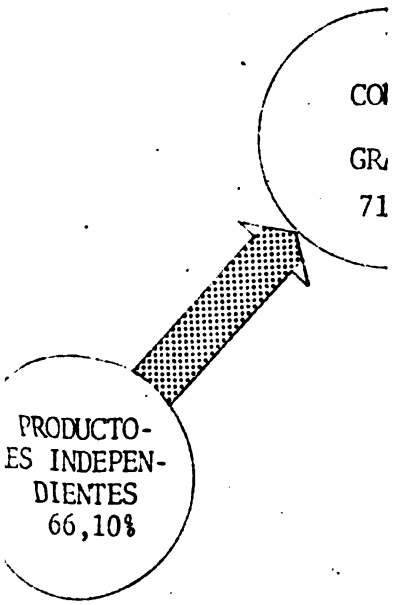
SISTEMA COOPERATIVO

GRAFICO N° 15



SISTEMA COMERCIAL - PRODUCTORES EMPACADORES


6,10%
JCCION
IA
%


CO
GR
71
PRODUCTO-
ES INDEPEN-
DIENTES
66,10%

FUENTE DE LOS GRAFICOS

Los dieciseis gráficos precedentes son de elaboración propia, habiéndose utilizado como base para ello, información extraída de las fuentes que se mencionan a continuación, corroborada durante los trabajos de campo que se llevaron a cabo como parte del presente trabajo:

* Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. "Sistema de información para el plan nacional de abastecimiento de productos e insumos de origen agropecuario. Proceso de comercialización de manzanas y peras para consumo producidas en las provincias de Río Negro y Neuquén". Serie: Informes Regionales, N° 3, febrero de 1978.

* Secretaría de Estado de Agicultura y Ganadería - Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. "Sistema de información para el plan nacional de abastecimiento de productos e insumos de origen agropecuario. Peras y manzanas: Estructuras productivas regionales".

* Gabriel y Cía. S.R.L.

* Secretaría de Estado de Comercio y Negociaciones Económicas Internacionales

* Corporación de Productores de Fruta de Río Negro (CORPOFRUT)

* Instituto Nacional de Estadística y Censos

* Dirección de Estadísticas y Censos de la Provincia de Mendoza

* Asociación de Productores de Frutas Argentinas

ANALISIS ESPECIAL DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION INTERNA

DE PAPAS

I. ZONAS DE PRODUCCION

El cultivo de la papa puede ser realizado en la mayor parte de las zonas agrícolas del país, pero existen algunas en las cuales alcanza mayor magnitud debido a sus ventajas comparativas, tanto desde el punto de vista ecológico como del socio-económico.

Las principales provincias productoras de papa son Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Mendoza y Tucumán, que reúnen el 86% de la superficie plantada y el 92% de la producción total. Dentro de ellas se destacan Buenos Aires y Santa Fe, que en conjunto concentran el 70% de la superficie y el 83% de la producción (Cuadro Nº 1 y Gráfico Nº 3).

A los efectos de un análisis detallado se considerará la información referente al calendario de oferta de las siguientes zonas:

1. Sudeste de Buenos Aires
2. Sur de Santa Fé y Norte de Buenos Aires (Zona Rosario)
3. Córdoba
4. Mendoza
5. Tucumán

II. CALENDARIO DE OFERTA POR REGION

II.1 Sudeste de la Provincia de Buenos Aires

II.1.1. Localización de las áreas productoras

En el Sudeste de la provincia de Buenos Aires se produce papa semitardía en los partidos de Balcarce, General Alvarado, Lobería, General Pueyrredón y Tandil y en menor escala en General Madariaga, Necochea y Mar Chiquita.

La producción de papa del área es la de mayor importancia del país por cuanto aporta el 65% de la producción total. La producción es de secano a lo que en los últimos diez años se ha agregado el riego por aspersión utilizando el agua de fuentes subterráneas y la fertilización, lo que ha permitido aumentar considerablemente sus rendimientos.

En el mapa Nº 2 se indica la localización de las áreas productoras.

En el cuadro Nº 2 se observa que en promedio para el período considerado, los partidos más importantes son Balcarce, General Alvarado, que reúnen en conjunto el 57% de la superficie y el 60% de la producción. En orden de importancia siguen Lobería, General Pueyrredón y Tandil. Los partidos de General Madariaga, Necochea y Mar Chiquita tienen poca significación en el total del área considerada.

II.1.2. Variedades cultivadas

Las variedades principales son Huinkul y Kennebec que concentran alrededor del 85% del área plantada (Cuadro Nº3). En los últimos años la variedad Kennebec aumentó su participación en detrimento de la variedad Huinkul, a pesar de lo cual esta última sigue siendo la más difundida.

II.1.3. Volúmen y evolución

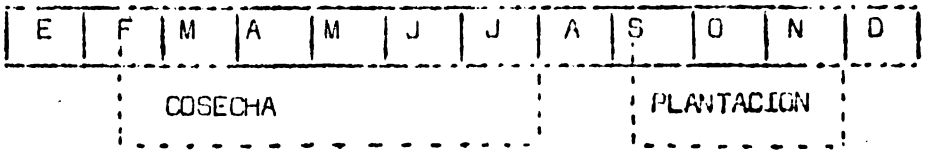
El Sudeste de la provincia de Buenos Aires es la zona productora más importante. En el Cuadro Nº4 puede apreciarse que la producción del Sudeste de la Provincia de Buenos Aires oscila entre el 83% y el 93% del total de la producción semitardía y entre el 57% y el 79% de la producción total de papas del país. El área plantada ha sufrido una tendencia decreciente; por el contrario los rendimientos (Cuadro Nº5) han ido incrementándose debido a la adopción de un conjunto de técnicas, entre las que se destaca el control sanitario, aplicación de fertilizantes y riego complementario por aspersión. Estos incrementos en los rendimientos, las características del producto (demanda inelástica, mínima industrialización y exportación) y los elevados costos de producción por unidad de superficie, han influído para una reducción en el área plantada.

II.1.4. Calendario de producción

La plantación de papa semitardía abarca la segunda quincena de setiembre hasta fines de noviembre (o inclusive hasta fines de diciembre en algunos años).

La cosecha se efectúa desde mediados de febrero hasta mayo-julio, pero la mayor parte de la misma se realiza durante los meses de marzo y abril. Su

comercialización se prolonga hasta octubre-noviembre, dado que las características climáticas de la zona y el largo período de reposo del tubérculo de las variedades cultivadas, permiten un buen almacenamiento a campo, en pilas tapadas con chala o paja. Dichas características permiten al productor elegir el momento en que le conviene comercializar su producción.



En el almacenamiento (a campo) se produce una merma en la producción que se estima, en promedio a lo largo del año, del 5%. Hay que destacar que este porcentaje varía de año a año, dependiendo fundamentalmente de las condiciones climáticas prevalecientes en cada uno de ellos.

II.1.5. Destino de la producción

Se estima que del total de papa destinada al consumo (descartada la merma y la papa para semilla), el 90-94% corresponde al consumo fresco y el resto, 2-6% se industrializa. El Sudeste de la provincia de Buenos Aires abastece de "semilla" a aproximadamente el 80% del área plantada en el resto del país, lo que significa un 10% de la producción de dicha zona. Asímismo destina alrededor del 11-14% para autoabastecerse de semilla.

A los mercados nacionales de Capital Federal y Gran Buenos Aires envía el 25-30% de la producción, concentrando Casa Amarilla el 12% de la misma. Al mercado de Rosario llega alrededor del 3% distribuyéndose el resto de la producción por todo el país.

II.1.6. Evolución futura del área

En el Sudeste de la provincia de Buenos Aires el cultivo de papa entra en rotación con cereales y praderas, lo que permite mantener el nivel de materia orgánica de los suelos que requiere la papa. La incorporación de la fertilización y el riego por aspersión permitirán expandir sin restricciones consi

dobles el área cultivada y actualmente existe superficie apta que potencialmente podría ser asignada al cultivo. Pero las restricciones se encuentran fundamentalmente en la demanda de papas, dado que ésta es de carácter rígido. El aumento en el área plantada conduciría a una crisis de super producción, por lo que no es factible esperar un incremento en el área cultivada.

II.2. Sur de Santa Fe y Norte de Buenos Aires (Zona Rosario)

II.2.1. Localización de las áreas productoras

La producción de papa está localizada principalmente en los Departamentos Rosario, Villa Constitución, San Lorenzo e Iriondo en la Provincia de Santa Fe y en los partidos de San Nicolás, Rumallo, San Pedro, Baradero, Zárate y Campana en la provincia de Buenos Aires.

En los Mapas Nº 2 y 3 se indica la localización de las áreas productoras.

Esta zona es la segunda en importancia en cuanto a área plantada y producción en el país, aunque ello no se refleja en los envíos a los mercados nacionales, dado que abastece casi permanentemente y particularmente en producción tardía, a Rosario, Santa Fe y ciudades del nordeste argentino.

En el área mencionada se obtienen dos tipos de producción, la denominada semitemprana cuya época de plantación es desde mediados de julio hasta setiembre, cosechándose en noviembre y diciembre y la tardía que se planta a partir de mediados de enero y se cosecha en mayo-junio.

En el Cuadro Nº 6 se aprecia que en la provincia de Santa Fe ambas plantaciones son relevantes, mientras que en la provincia de Buenos Aires sólo es de importancia la producción semitemprana.

II.2.2. Variedades cultivadas

La semilla para la producción semitemprana se obtiene del sudeste de Buenos Aires, mientras que la producción tardía se abastece a partir de la importación (variedad Kennebec) o bien del cultivo de la primera época con variedades con período de reposo muy corto (rápida brotación como la Sebago). Eventualmente se conserva en frío la papa Kennebec de la segunda cosecha del año anterior.

Las variedades cultivadas de mayor importancia son Huinkul, Kennebec y Seba

II.2.3. Volúmen y evolución

En el cuadro Nº 7 se indican la evolución de la producción de papa semitemprana y tardía en las provincias de Buenos Aires y Santa Fe y en el total del país. Puede apreciarse que existe una tendencia decreciente en la producción nacional de papa semitemprana y tardía, que mantiene la misma tendencia en las provincias de Santa Fe y Buenos Aires. Ello es atribuible fundamentalmente a una reducción de la superficie plantada.

En la disminución de la superficie plantada, intervienen diferentes factores que merecen destacarse: las dificultades para disminuir los costos unitarios de producción, las presiones de un mercado en baja en los años de su comercialización del Sudeste de la provincia de Buenos Aires, las importaciones posibles que tienen en los meses de noviembre y diciembre, la existencia de otras alternativas de producción como cebolla, legumbres secas, hortalizas de hojas, soja y girasol.

Los rendimientos que tienen una leve tendencia ascendente en la producción de papa tardía, mientras que en la producción semitemprana permanecen estancados (Cuadros Nº 31 y 37). Esto probablemente sea consecuencia de la pérdida de fertilidad de los suelos por el prolongado uso de papa.

II.2.4. Calendario de producción

En el Sur de Santa Fe y norte de Buenos Aires hay dos épocas de plantación: semitemprana y tardía.

La plantación semitemprana es desde mediados de julio hasta principios de septiembre, la cosecha comienza a mediados de noviembre hasta enero. La comercialización se efectúa durante el período de cosecha, dado que el tubérculo no puede ser conservado por las características de la época (altas temperaturas).

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
COSE CHA							PLANTA CION				COSECHA

La producción semitemprana ingresa al mercado como "papa Nueva" en reemplazo de la papa tardía y semitardía del año anterior.

La plantación tardía, que en buena medida es complementaria de la producción semitemprana, se comienza a mediados de enero hasta febrero inclusive. La cosecha se realiza desde mediados de mayo hasta junio. La comercialización se efectúa principalmente durante los meses de junio, julio y agosto, extendiéndose algunos años hasta octubre.

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
PLANTA CION				COSECHA							

II.2.5. Destino de la producción

Esta zona abastece durante casi todo el año, por sus ventajas de localización, a Rosario, Santa Fé y ciudades del Noreste Argentino (especialmente la papa tardía). La producción semitemprana también abastece en forma relevante a los mercados de Buenos Aires particularmente durante los meses de diciembre y enero (en que aproximadamente el 50% y 30%, respectivamente de las entradas corresponden a esta zona). Las entradas anuales al Mercado Nacional de Papas (Casa Amarilla) alcanzan a las 13.882 toneladas en promedio.

II.2.6. Evolución futura del área

La producción de papa en el Norte de la provincia de Buenos Aires se efectúa normalmente en forma complementaria con la ganadería. La papa se planta en los campos de alta fertilidad salidos de praderas. La producción no es muy estable debido a que especialmente en los partidos de Ramallo y San Pedro, hay grandes paperos que arriendan tierras descansadas sólo en los años de buenas expectativas de precios. En el caso de los productores propietarios la papa compite

con el maíz en las tierras fértiles, por lo que la evolución del área depende de las situaciones de precios relativos de ambos cultivos.

La producción en la provincia de Santa Fe en general es realizada por propietarios. Los paperos más importantes alternan la papa con el maíz y ganadería, en cambio los pequeños alternan con legumbres secas u otras hortalizas. En los últimos años la superficie plantada ha disminuído notablemente sustituyéndose a la papa con las otras actividades mencionadas, destacándose entre éstas el cultivo de soja.

Teniendo en cuenta que la producción de papa semitemprana en la actualidad satisface las necesidades de la demanda, solo puede esperarse un reducido incremento en la misma (por crecimiento vegetativo). Si a ello se agregan los problemas ya señalados, no es esperable que se revierta la tendencia decreciente que ha caracterizado al último decenio.

También es de esperar la continuación de la tendencia declinante de la producción tardía, porque además de las causas expuestas anteriormente debe agregarse que compite en desventaja con la producción del Sudeste de la provincia de Buenos Aires y ambas tienen la misma época de comercialización.

II.3. Córdoba

II.3.1. Localización de las áreas productoras

El cultivo de la papa en la provincia de Córdoba se realiza en tres zonas definidas:

a) Zona Oeste: Corresponde a los Departamentos de San Alberto y San Javier. Se riega por medio del sistema del Río Los Sauces (dique Medina Allende), algunos sistemas de riego superficial de menor magnitud y con aguas de perforaciones en la zona sur (Los Cerrillos - Ruta 148).

b) Zona Centro-Noroeste: corresponde a los Departamentos de Capital, Colón, Río Primero, Totoral, Río Segundo, Santa María, General San Martín, Punilla, Cruz del Eje e Ischilín (en esta zona está también incluído el cinturón verde de la ciudad de Córdoba).

Las fuentes de agua para riego son los Ríos Primero, Segundo y Tercero y algunas perforaciones.

c) Zona Sur: corresponde al Departamento de Río Cuarto. El cultivo se efectúa a ambas márgenes del río del mismo nombre, tanto aguas arriba como aguas abajo de la ciudad de Río Cuarto. El río posee tomas libres realizándose el riego por surcos.

En el Mapa Nº 4 se indican las áreas de producción de los Departamentos mencionados.

En los cuadros Nº 9 al 12 se observa que la zona Centro-Noroeste alcanza al 59% del área plantada en la provincia y la Zona Oeste el 34%. La primera de ellas, es también la más importante en cuanto a producción, alcanzando al 53% del total, siguiéndole la zona oeste con el 40%.

II.3.2. Variedades cultivadas

Del cuadro Nº 13 surge que la variedad más importante es Huinkul (58%), siguiéndole en importancia Kennebec (30%). La distribución varietal a nivel provincial se obtuvo partiendo del supuesto de que toda la zona Centro-Noroeste se comporta en forma similar al cinturón verde que rodea a la ciudad de Córdoba por ser ésta la única información disponible para dicha zona, En la zona oeste la participación porcentual de cada variedad es la siguiente: Spunta 25%, Kennebec 70% y White Rose 5%. En la zona Centro-Noroeste hay 90% de Huinkul, 7% de Kennebec y 3% de White Rose.

II.3.3. Volúmen y evolución

La provincia de Córdoba participa con alrededor del 5% de la superficie cultivada y con el 3% de la producción total del país (Cuadro Nº 14).

El área plantada se ha comportado en forma diferente en las distintas zonas (Cuadro Nº 9). La zona sur ha disminuído progresivamente el área, sustituyéndose el cultivo de papa por maíz, sorgo y verduras de hojas, debido a la obtención de mejores resultados económicos con estos cultivos y a la falta de mano de obra para la cosecha. En las dos zonas restantes no se manifiesta una tendencia definida en el área plantada.

Se observa en general un incremento en los rendimientos que es atribuible a la incorporación de nuevas variedades (Kennebec, Spunta) en reemplazo de White Rose desplazada por problemas de virosis y al incremento en el uso de los fertilizantes (Cuadro Nº 15). Estos incrementos en los rendimientos han provocado un aumento en la producción con excepción de la zona sur, donde la acentuada disminución de la superficie plantada ha determinado una reducción en la producción.

II.3.4. Calendario de producción

La mayor parte de la producción de papa de la provincia de Córdoba es tipo semitemprana teniendo como época de plantación los meses de julio-agosto y cosechándose a fines de noviembre, diciembre y enero. La plantación de papa semitardía se efectúa en octubre y se cosecha en marzo y abril, mientras que la de papa tardía se efectúa en enero-febrero y se cosecha en mayo-junio. Estas son normas generales, variando la distribución porcentual según zonas. En la zona Oeste la época de plantación corresponde al mes de agosto. En la zona Centro-Noroeste se planta en julio y en agosto.

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Semitardía			COSECHA							PLANTACION		
Semitemprana							PLANTACION					COSECHA
Tardía	PLANTACION				COSECHA							

II.3.5. Destino de la Producción

De la producción de la zona Oeste el 90-95% se destina a la Capital Federal y aledaños y el resto al consumo provincial. En la zona Centro Noroeste, el 10-15% de la producción se envía a los mercados nacionales, mientras que la producción restante se la destina al consumo regional. El 50% de la producción de la zona Sur va al consumo local y el otro 50% se distribuye en la provincias de San Luis, La Pampa, Tucumán, Santa Fé y Santiago del Estero.

II.3.6. Evolución futura de las áreas

En la zona Oeste se prevé un incremento del área debido a que la producción zonal que es de buena calidad, entra en el mercado en un momento en que no hay demasiada competencia por lo que se obtienen altos precios. En la zona Centro-Noroeste se plantean actualmente inconvenientes por la reducción paulatina en la disponibilidad de agua para riego, ante el incremento del consumo urbano-industrial de Córdoba. Por ello se prevé una gradual reducción de la superficie plantada en dicha área y su migración hacia otros Departamentos que disponen de aguas superficiales (Río Primero, Río Segundo) o subterráneas. En la zona Sur se prevé un estancamiento en el área plantada.

II.4. Mendoza

II.4.1. Localización de las áreas productoras

Comprende a las localidades de General Alvear, San Rafael, San Carlos, Tunuyán, Tupungato, Luján, Junín, Las Heras, Guaymallén, Maipú, Rivadavia, Santa Rosa y San Martín.

En el Mapa Nº 5 se indica la localización de las principales áreas productoras. Se trata exclusivamente de áreas de regadío.

La producción de papa semitardía está localizada en los Departamentos de Tupungato, San Carlos, Tunuyán y San Rafael (Cuadro Nº 16).

La producción de papa tardía está localizada en los Departamentos de Luján, Guaymallén, Junín, Rivadavia y Maipú (Cuadro Nº 17).

II.4.2. Variedades cultivadas

La variedad de mayor difusión es la White Rose cuya calidad es excelente. La cáscara clara y lisa del tubérculo y las tierras sueltas en que se cultiva dan lugar a la "papa blanca mendocina" que es ampliamente reconocida por el público consumidor, lo que se traduce en mayores precios alcanzados a nivel del mercado mayorista. Presenta el inconveniente de la susceptibilidad a las enfermedades virósicas.

Se estima que la producción de las distintas variedades se modificó en los últimos tiempos. Hasta hace dos años la variedad White Rose significaba alrededor del [illegible]% de la producción mendocina, mientras que un 8% lo aportaba la variedad Kennebec y el restante 2% la Up to Date. En los últimos dos años, la White Rose bajó su participación, siendo desplazada fundamentalmente por Kennebec, que pasa a ocupar el primer lugar y también por la variedad Spunta que está en el segundo lugar en importancia.

II.4.3. Volúmen y evolución

El área plantada con papas en la provincia de Mendoza representa el 3-5% de la superficie plantada en el país, mientras que su producción corresponde al 3-5% del total producido (Cuadro N° 18).

El área plantada no presenta una tendencia definida, mientras que la producción muestra una leve tendencia ascendente debido al aumento en los rendimientos, sobre todo en las dos últimas campañas (Cuadro N° 19).

II.4.4. Calendario de producción

En la provincia de Mendoza se produce papa semitemprana, semitardía y tardía. La papa semitemprana es de escasa importancia en volúmen; se planta en agosto-setiembre y se cosecha en diciembre-enero-febrero. La plantación de papa semitardía se efectúa desde octubre hasta noviembre, y la cosecha es realizada en marzo-abril. El período de comercialización se extiende hasta setiembre-octubre. La papa tardía se planta en enero y febrero, cosechándose en mayo-junio. La época de comercialización es similar a la semitardía.-

II.4.5. Destino de la producción

La producción de Mendoza se destina principalmente al mercado local, que absorbe alrededor del 66% de la misma. El resto de la producción es enviada fundamentalmente a los Mercados Nacionales de Papas (aproximadamente el 50% de la misma) y, por orden de importancia, a las provincias de San Juan y Córdoba.

II.4.6. Evolución futura del área

En Mendoza la producción de papa compite en el corto plazo con la de to-

mate, pimiento, ajo y cebolla, por lo que la asignación de superficie varía de acuerdo a la estructura de precios relativos de dichos productos. En general la papa se planta en barbechos de tres años. En algunos casos se alterna con otros cultivos hortícolas. La alfalfa se utiliza como cultivo complementario necesario para mantener la fertilidad de los suelos, dado el gran nivel de extracción de nutrientes por parte del cultivo de papa.

La falta de buena semilla y en algunos casos la alternativa de otros cultivos consociados con los mayores costos de producción que presenta en relación con el Sudeste de la provincia de Buenos Aires con la que tiene que competir por tener similares épocas de comercialización, llevan a pensar que no es de esperar un incremento en la superficie plantada.

II.5. Tucumán

II.5.1. Localización de las áreas productoras

La producción de papa temprana ("papa primicia") está localizada en la zona pedemontana de la provincia, que incluye a los Departamentos de Chicligasta, Río Chico, Famaillá y Monteros. La papa tardía se produce en Trancas, Río Colorado y las localidades La Invernada y Rumi Punco del Departamento de Graneros. Recientemente se ha incorporado al área papera la localidad de Tafí del Valle como futura zona de producción de semilla de la provincia.

En el Mapa Nº 6 se indica la localización de las principales áreas productoras.

En el Cuadro Nº 20 se observa que las principales Departamentos productores de papa temprana son, por orden de importancia, Chicligasta y Río Chico que en conjunto concentran el 79% de la producción aproximadamente.

II.5.2. Variedades cultivadas

Las variedades cultivadas en Tucumán son White Rose (es la más difundida tanto en secano como en regadío), Kennebec, Huinkul y en menor escala Red Pontiac y Kathadin. Pero en las últimas campañas, la variedad Spunta practicamente a desplazado a White Rose.

II.5.3. Volúmen y Evolución

La producción de papa en la provincia de Tucumán es una de las actividades más importantes dentro del panorama agropecuario. Por su carácter de "primicia" se produce en épocas en que la producción nacional sufre una sensible disminución.

En el Cuadro N° 21 puede apreciarse que la superficie plantada en la provincia de Tucumán varía entre el 1-5% del área cultivada en todo el país y que la producción oscila entre el 1-4% de la producción nacional. Esta producción, si bien es de escasa significación en relación al volúmen total, es de gran importancia por la fecha en que ingresa al mercado.

En las últimas campañas se observa una tendencia decreciente tanto en el área plantada como en la producción, alcanzando en la campaña 1974/75 sólo cerca de 2.000 has. Dicha tendencia es consecuencia de la sustitución de la papa por otros cultivos que presentan actualmente mayor rentabilidad y menores riesgos de precios (por ej: caña de azúcar). Por el contrario, los rendimientos muestran una tendencia ascendente para los últimos 10 años (Cuadro N° 22).

II.5.4. Calendario de producción

Se distingue la plantación de papa temprana de la plantación de papa tardía. La primera se realiza entre el 1° de junio y el 15 de julio y se cosecha desde el 10 de octubre hasta el 20 de diciembre. La papa tardía se planta en los meses de enero y febrero y se cosecha desde el 15 de abril hasta fines de mayo.

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Temprana						PLANTACION					COSECHA	
Tardía	PLANTACION				COSECHA							

La producción de papa temprana, la más relevante, se comercializa en el

último período de la cosecha. La producción de papa tardía es poco relevante, ya que sólo alcanza al 4% de la producción de papa temprana.

El desarrollo estimado de la cosecha 1973/74 fue el siguiente: 30% en octubre, 38% en noviembre y 19% en diciembre (plantación temprana); 4% en abril y 9% en mayo (plantación tardía).

II.5.5. Destino de la producción

De la producción de Tucumán, alrededor del 80% es enviada a los mercados de las provincias de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fé y la Capital Federal. Se estima que aproximadamente el 40% del total producido en la provincia se destina a los Mercados Nacionales de Papas en los meses de octubre, noviembre y diciembre. El resto de la producción se envía a Mendoza, San Juan y mercados del noroeste, mientras que en Tucumán se consume el 5% de su producción.

II.5.6. Evolución futura del área

La producción hortícola en la provincia de Tucumán se expande siguiendo estrechamente los ciclos azucareros. Actualmente, la mayor rentabilidad del cultivo de la caña de azúcar y los mayores riesgos de mercado y rendimiento que implica la producción de papa, han determinado una reducción paulatina del área plantada. A ello debe agregarse el hecho de la incorporación de otras zonas productoras del país (Salta, Jujuy y Formosa) que compiten en la producción de papa temprana y los inconvenientes en la obtención de semilla que se lleva del Sudeste de la provincia de Buenos Aires o se importa, lo que implica incrementar los costos.

Por los motivos señalados no es de esperar un incremento en el área plantada si no se modifica la estructura de precios relativos.

III. INTEGRACION: CALENDARIO DE OFERTA NACIONAL

III.1. Zonas productoras

En el cultivo de papa en nuestro país se distinguen cuatro tipos de producción en función de los períodos de plantación y cosecha (Cuadro N°23, Mapa N° 1, Gráfico N°4).

1. Producción temprana
2. Producción semitemprana

3. Producción semitardía

4. Producción tardía

III.1.1. Zonas de producción temprana

Las zonas de producción están localizadas en Tucumán, Salta, Jujuy, Chaco, Formosa, Corrientes y Misiones. Desde el punto de vista de la superficie, la producción temprana representa el 7% del total del país. Si bien su participación en la producción total del país es sólo del 5%, la producción adquiere relevancia porque ingresa a los centros de consumo en los meses de octubre y noviembre en que los mercados se encuentran subabastecidos (Cuadro N°24).

La principal provincia productora es Tucumán (Cuadros N° 25 y 26) con el 44% de la superficie y el 59% de la producción, siguiéndole en importancia Corrientes Salta y Jujuy, que en conjunto reúnen el 29% de la superficie y el 30% de la producción (Gráfico N°5).

La producción en las principales provincias presenta una tendencia negativa, excepto Corrientes, debido a la disminución en la superficie plantada, cuyo efecto supera a la tenue tendencia ascendente en los rendimientos (Cuadro N°27). Se observan grandes fluctuaciones periódicas en la superficie plantada que producen oscilaciones de significación en la producción.

III.1.2. Zonas de producción semitemprana

Las zonas de producción semitemprana están localizadas en Santa Fe, Norte de Buenos Aires, Córdoba y Santiago del Estero. El volúmen de producción es importante, permitiendo en años normales cubrir el abastecimiento de los grandes centros de consumo durante los meses de diciembre, enero y febrero. Corresponde al 25% de la superficie total plantada con papas y al 15% de la producción total del país (Cuadro N°24).

Las provincias más importantes son Santa Fé y Buenos Aires, que en conjunto reúnen el 54% de la superficie y el 56% de la producción de papa semitemprana (Cuadros N° 28 y 29, Gráfico N°6).

Se observa una disminución en la producción atribuible a la persistente reducción del área plantada, dado que los rendimientos se mantienen relativamente estables en cada una de las provincias (Cuadros Nº 30 y 31). La superficie cultivada se ha reducido de manera más acentuada en la provincia de Santa Fé, lo que ha provocado el mismo efecto en la producción.

III.1.3. Zonas de producción semitardía

La producción semitardía está localizada fundamentalmente en el Sudeste de la provincia de Buenos Aires, aunque también se produce en la precordillera de Mendoza (Valle de las Carreras) Río Negro, Chubut y Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, pero en proporciones de escasa significación y cuyo destino es primordialmente el abastecimiento regional. A esta producción se destina el 59% de la superficie plantada con papas con lo que se obtiene el 74% de la producción total del país (Cuadro Nº24). Las características climáticas del sudeste de la provincia de Buenos Aires permiten el almacenamiento a campo de la producción, lo que hace que el período de comercialización abarque desde febrero hasta noviembre.

La principal provincia productora es Buenos Aires a la que le corresponde el 90% de la superficie y el 93% de la producción total de papa semitardía (Gráfico Nº7). Dentro de la provincia se destaca el Sudeste que posee el 80% del área cultivada y el 88% de la producción total de papa semitardía (Cuadros Nº32 33 y 4). Sus rendimientos son superiores a los del resto del país en este tipo de producción (Cuadro Nº34), Con excepción de Río Negro, es la provincia en que la reducción de la superficie cultivada se manifiesta de manera más acentuada a pesar de lo cual mantiene su nivel de producción.

III.1.4. Zonas de producción tardía

Las zonas de producción tardía son, en general, las mismas que las de producción semitemprana dado que se trata de producciones complementarias. Las provincias productoras son Santa Fé, Buenos Aires (Norte), Córdoba, Santiago del Estero y Mendoza. Dicha producción corresponde al 10% del área total plantada

con papas y el 5% de la producción total del país (Cuadro N°24). La comercialización se realiza durante los meses de junio a octubre.

Las provincias más importantes son Santa Fé y Buenos Aires que reúnen tanto el 79% de la superficie plantada como de la producción total de papa tardía (Cuadros N° 35, 36 y Gráfico N°8).

La provincia de Mendoza es la única que presenta rendimientos superiores en todos los años analizados a los rendimientos totales del país en este tipo de producción (Cuadro N°37).

Los rendimientos presentan una leve tendencia ascendente (Cuadro N°37) pero la producción muestra una tendencia negativa como consecuencia de que en todas las provincias se manifiesta una reducción en la superficie cultivada.

III.2. Características de las variedades cultivadas en el país

Las principales características de las variedades cultivadas en nuestro país son:

III.2.1. Variedades argentinas

Huinkul M.A.G.: piel blanca, forma redonda, piel semirugosa, ojos (yemas) superficiales, irregularmente distribuídas, ciclo vegetativo largo, de 130 días (tardía) resistente a sequía, buen comportamiento frente a heladas. Carne o pulpa blanca, largo período de reposo del tubérculo, buena conservación aún en pilas a campo, variedad rústica de alta producción y gran seguridad de cosecha. Contenido de materia seca: 21%, almidón: 12% aceptable para elaborar industrialmente "chips" y puré, baja incidencia de"corazón hueco". Porte semierecto. Planta vigorosa, de buen desarrollo. Follaje verde oscuro. Flores color violáceo, abundante floración. La producción industrial de puré se hace exclusivamente con esta variedad.

Tierra Volcán INTA: tubérculo de piel blanca, forma elíptica-alargada, carne blanca, piel semilisa, ojos numerosos, algo profundos y bien distribuídos, ciclo vegetativo muy largo, de 140 días (muy tardía), la tuberización también es muy tardía. Muy largo período de reposo del tubérculo. Porte semirrastrero,

planta de crecimiento lento, que alcanza gran desarrollo. Floración muy abundante y persistente, flores blancas, folíolos pequeños y algo rugosos. Esta variedad se destaca por su notable adaptación al almacenaje a campo en pilas, durante períodos aún más largos que Huinkul M.A.G.. Es de rápido cocimiento, no se deshace al hervir, muy adecuada para elaborar puré, pero en rendimiento industrial es menor que la de Huinkul M.A.G. por tener menor contenido de sólidos totales. El contenido de materia seca es del 19% y el 10% de almidón.

Buena Vista INTA: planta de desarrollo mediano, follaje abierto, flores blancas muy escasas. Tubérculos alargados, yemas medianamente profundas, abundantes y bien distribuídas, piel y pulpa blanca. Ciclo vegetativo precoz, 90 a 100 días. Rendimiento mediano. El contenido de materia seca es del 19% y de almidón del 10%. Excelente para la producción de "chips" por el buen color que se logra debido a su baja proporción de azúcares reductores.

Bonaverense La Ballenera: Obtenida en la chacra Experimental de Yraizoz del Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires mediante el cruzamiento de las variedades Kennebec y Huinkul. Planta muy vigorosa, de ciclo largo, de alrededor de 130 días. Tubérculos de piel y carne blanca, período de dormición medianamente prolongado, se adapta bastante bien al almacenaje a campo. Es una variedad de muy alto rendimiento, de tubérculos de buen aspecto comercial. El contenido de materia seca es algo inferior al de Huinkul.

III.2.2. Variedades extranjeras:

Kennebec: tubérculos de piel blanca, forma elíptica, yemas superficiales escasas pulpa blanca, piel lisa, ciclo vegetativo semiprecóz, de 110 días. Rendimiento mediano. Tubérculos con corto período de reposo. Planta con porte semierecto, vigorosa, follaje verde oscuro. Flores blancas, con regular floración. Buena calidad culinaria e industrial. El contenido de materia seca es del 20% y de almidón del 12%. Adecuada para fabricación de "chips" y puré. No se adapta al almacenaje en condiciones de campo.

Sebago: Variedad de ciclo largo: 135 días, alto rendimiento. Susceptible a podredumbre seca en almacenamiento; tubérculos lisos, ovales y ojos superficiales, piel y carne blanca. Variedad de amplia adaptación. Brota profusamente en temperaturas superiores a 5°C por ser de muy corto período de dormición. No tolera almacenaje a campo por períodos prolongados.

Red Pontiac : Variedad de ciclo intermedio, 120 días, de alta rendimiento. Tubérculos grandes, redondos a redondeados, piel lisa y ojos medianamente profundos. Piel roja y carne blanca. Tiene algo de resistencia a la sequía. Corto período de dormición de los tubérculos, por lo que no se adapta bien al almacenaje.

Spunta: Variedad holandesa de muy alto rendimiento. Ciclo intermedio (120-125 días). Tubérculos blancos de forma elíptica-alargada, pulpa amarilla pálida. Piel blanca, lisa y ojos superficiales. Variedad muy atractiva por su aspecto, pero de pobre calidad culinaria e industrial.

Up-To Date: Fue liberada al cultivo en Escocia en 1894. Maduración semitardía a tardía. Tubérculos ovoides, apenas chatos, piel blanca, ojos superficiales y carne blanca apenas amarillenta. Es una variedad de rendimiento moderadamente elevado. Produce tubérculos medianos y parejos. Es de amplia adaptación, cultivándose en diferentes continentes. Brotación más temprana que las variedades nacionales. Presenta algunas dificultades de conservación por brotación y susceptibilidad a ciertas pudriciones. Susceptible a sarna común. Los tubérculos son utilizados para consumo fresco. El contenido de materia seca es de 18-19%. No se desintegra al hervir.

White Rose: Obtenida por Rachel Chapman en Estados Unidos mediante autofecundación de la variedad Jakson en 1893. Difundida en la República Argentina en 1936. Planta de porte semierecto, vigoroso. Follaje verde oscuro, flores blancas con regular floración. Tubérculos alargados, yemas marcadas, abundantes y bien distribuídas. Piel y carne blanca, Variedad de ciclo semitemprano (110 días). Produce regulares rendimientos. Corto período de reposo del tubérculo.

III.2.3. Posibilidades potenciales de cada variedad en el país

La evolución futura de las variedades de papa es naturalmente difícil de predecir con certeza por cuanto está sujeta a muchos factores, tales como la posible introducción de nuevos cultivares, incidencia de enfermedades y plagas, cambios en modalidades de comercialización y consumo, industrialización, etc. cuyos efectos e incidencia son imposibles de prever. Sin embargo, las variedades de papa en todo el mundo y también en nuestro país se caracterizan por su relativa estabilidad en el cultivo una vez que han alcanzado amplia difusión. La "tasa de reemplazo" es baja.

Los cultivares Huinkul y Kennebec poseen gran aceptación y todo hace pensar que seguirán dominando el mercado en los próximos años. Sería conveniente obtener un cultivar similar a Kennebec pero con mayor resistencia a virys para reemplazarlo y evitar las actuales importaciones periódicas de "semillas". Este cultivar posee gran aceptación en el mercado por su alta calidad.

En estos años se está presenciando la casi total desaparición del cultivar "White Rose", que alcanzó apreciable difusión en la zona de producción temprana especialmente Tucumán. Menos claro es el panorama en cuanto a qué cultivares reemplazarán a White Rose. El cultivar holandés Spunta está alcanzando difusión y ha ocupado terreno en el cual anteriormente estaba White Rose.

Otro cultivar nuevo es "Bonaerense La Ballenera", cultivar argentino producido en la Chacra Experimental de Miramar (Ex Yraizoz) del Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia de Buenos Aires. Se trata de un cultivar de alto rendimiento, tubérculos de buena presentación, con color de piel y carne blanca, que ha tenido cierta aceptación hasta el presente.

Algo similar ocurre con el cultivar Sierra Volcán INTA, que se viene difundiendo desde hace tres años. En un primer momento los productores y el mercado han respondido favorablemente. Este cultivar tiene la ventaja de adaptarse muy bien al almacenaje prolongado en condiciones de campo, lo cual habilita para comercializarse más tardíamente que los otros, de tal manera que podría llegar a

ampliar el tiempo de abastecimiento al mercado con producción de la zona Sudeste de la provincia de Buenos Aires. La desventaja de este cultivar es poseer un ciclo vegetativo muy largo y tuberizar más tardíamente que Buinkul, lo cual implica mayor riesgo de producción. Es susceptible a virus, pero tiene buen comportamiento a "fusariosis".

III.3. Calendario de producción nacional

La papa temprana se planta durante los meses de junio-julio y se cosecha en octubre y noviembre. La producción semitemprana se planta en julio-setiembre cosechándose en noviembre y diciembre. La producción tardía se planta en enero-febrero y se cosecha en mayo-junio. La producción semitardía se planta durante los meses de setiembre-noviembre y la cosecha se realiza desde mediados de febrero hasta mayo-junio (Gráfico Nº1).

Las producciones tempranas y semitempranas se comercializan inmediatamente después de la cosecha. Las producciones tardía y semitardía se comercializan durante un período mayor, debido a que las condiciones climáticas permiten su conservación a campo sin mayores inconvenientes que las pérdidas lógicas de dicho almacenamiento. De este modo se abastece el período invernal en que no hay cosechas.

Puede apreciarse que no existen, para los años normales, mayores inconvenientes para el abastecimiento de papas durante todo el año. En los meses de octubre y noviembre se cosecha la papa temprana ("nueva") que permite reemplazar a la papa conservada de la cosecha anterior (semitardía y tardía) que en los últimos meses es de menor calidad.

III.4. Destino de la producción nacional

El centro consumidor más importante del país es la Capital Federal y el Gran Buenos Aires debido a que concentran el 36% de la población. Dentro de esta área se encuentran localizados los mercados nacionales de concentración obligatoria (hasta junio del año 1974 era solamente el mercado de Casa Amarilla, en la Capital Federal). Actualmente el Mercado de Casa Amarilla continúa siendo el

más importante, pero en conjunto los mercados de Mataderos, Caseros, Florida y Liedo, localizados en el Gran Buenos Aires, superan en entradas de papa a Casa Amarilla (Cuadro Nº 38).

Las entradas de papas en los mercados nacionales de concentración obligatoria representan alrededor del 30% de la producción total del país para la campaña 1974/75.

En el Gráfico Nº 2 se indica el calendario mensual de envíos de papa de las diferentes zonas de producción al Mercado Nacional de Casa Amarilla, en el que se pueden apreciar que no existen períodos desabastecidos.

En los Cuadros Nº 39, 40 y 41 se observa que en enero la oferta de papa más importante es la de producción semitemprana proveniente de Córdoba, Rosario y Norte de Buenos Aires. En febrero comienza a gravitar el Sudeste de la provincia de Buenos Aires. Durante el período marzo-setiembre el Sudeste de Buenos Aires, es prácticamente el abastecedor exclusivo (más del 84% de la oferta). En los meses de octubre y noviembre se incorpora en forma relevante Tucumán. En diciembre las producciones de Córdoba, Santa Fe y Norte de Buenos Aires son las más importantes.

El abastecimiento de las diferentes variedades, varía para los distintos meses del año de acuerdo a participación en la oferta de las diversas zonas de producción. En los Cuadros Nº 42, 43 y 44 puede apreciarse que durante el período de enero - octubre la variedad más importante es Huinkul, siguiéndole en importancia Kennebec y White Rose. En noviembre-diciembre la variedad White Rose adquiere preminencia sobre Huinkul y Kennebec (Gráfico Nº 9), aunque últimamente aquella variedad está perdiendo importancia.

III.5. Evolución futura del área

En el total del país, como así también a nivel de cada una de las zonas de producción, la superficie destinada al cultivo de la papa está disminuyendo. La intensidad de esta producción es distinta en cada zona, presentándose en forma más acentuada en las zonas de producción semitemprana y tardía (Cuadro Nº 23).

Pero esta reducción en la superficie total no ha provocado una tendencia negativa en la producción, por cuanto se ha visto compensada por el aumento de los rendimientos sobre todo en la zona sudeste de la provincia de Buenos Aires.

Los límites impuestos por la rigidéz de la demanda interna para consumo fresco y por la poca relevancia de la exportación, hacen presumir que no se van a producir incrementos significativos en el área plantada, tanto a nivel del país como de cada una de las zonas de producción.

A P E N D I C E I

CUADROS ESTADISTICOS

CUADRO Nº 1: Participación de cada provincia en la superficie plantada y producción total de papa del país. Promedio del período 1965/66-1974/75.

PROVINCIA	SUPERFICIE		PRODUCCION	
	Valores absolutos (en ha.)	%	Valores absolutos (en tn)	%
Total País	166.124	100,0	1.827.525	100,0
Buenos Aires	98.621	59,3	1.362.101	74,5
Santa Fe	22.308	13,4	153.290	8,4
Córdoba	10.685	6,4	69.910	3,8
Mendoza	6.140	3,7	56.422	3,1
Tucumán	5.388	3,2	45.765	2,5
Chaco	1.767	1,1	8.576	0,5
Río Negro	1.465	0,9	15.430	0,9
Chubut	1.489	0,9	8.686	0,5
Corrientes	1.323	0,8	8.514	0,5
Misiones	1.116	0,7	3.563	0,2
Salta	1.051	0,6	8.197	0,5
Jujuy	991	0,6	7.963	0,4
Santiago del Estero	712	0,4	4.508	0,2
Otras Provincias	13.068	8,0	73.600	4,0

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 2: Superficie plantada y producción total de papa por partido en el Sudeste de la Pcia. de Buenos Aires. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	BALCARCE		GRAL. ALVARADO		LOBERIA		GRAL. PUEYRREDON		TANDIL		MAR CHIQUITA		NECOCHEA		GRAL. MADARIAGA	
	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)
1965/66	27.200	313.000	16.300	182.000	10.800	116.000	10.400	117.000	6.800	73.000	1.080	10.800	820	8.200	2.100	[illegible]
1966/67	25.000	403.000	14.500	229.000	10.900	152.400	9.500	144.400	7.000	95.000	900	10.800	1.000	12.800	2.100	[illegible]
1967/68	37.382	541.082	18.355	182.457	14.173	126.691	12.265	198.112	10.970	70.040	1.160	11.020	1.100	11.000	2.400	[illegible]
1968/69	37.600	633.200	17.000	221.000	14.500	203.000	13.000	171.600	12.500	150.000	1.200	14.400	1.000	11.000	2.500	[illegible]
1969/70	32.050	633.610	13.000	222.950	17.000	282.200	9.550	150.412	13.700	231.530	1.100	13.200	1.000	9.600	2.300	[illegible]
1970/71	32.000	480.000	13.000	188.500	16.000	226.000	10.000	150.000	11.500	156.375	1.100	13.200	800	8.000	2.500	[illegible]
1971/72	27.890	314.373	10.770	147.101	9.700	130.770	8.745	117.934	5.680	49.785	500	4.250	800	8.000	2.000	[illegible]
1972/73	23.500	491.160	8.500	187.000	8.300	132.620	6.500	141.380	3.900	63.320	400	10.000	600	8.400	1.000	[illegible]
1973/74	31.200	741.437	14.400	354.441	7.900	176.675	11.500	261.211	2.750	54.481	900	18.900	500	9.500	850	[illegible]
1974/75	26.452	392.612	9.639	133.810	9.316	124.634	9.424	139.004	2.965	46.296	825	7.425	503	5.785	700	[illegible]
Promedio	30.025	494.986	13.566	204.627	11.661	167.339	10.088	159.105	7.777	96.983	917	11.400	832	9.249	1.845	[illegible]
% respecto al SEBA (1)	39,1	42,5	17,7	17,6	15,2	14,4	13,2	13,7	10,1	8,5	1,2	1,0	1,0	0,8	2,4	[illegible]

(1) SEBA= Sudeste de la Pcia. de Buenos Aires

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 3: Superficie plantada en el Sudeste de la Provincia de Buenos Aires -Distribución según variedad- (1).

VARIEDAD	CAMPAÑA 1964/65		CAMPAÑA 1974/75	
	Superficie ha.	%	Superficie ha.	%
Superficie total	87.500	100,0	57.596	100,0
Huinkul	64.455	73,7	37.726	65,5
Kennebec	9.641	11,0	11.960	20 8
Otras variedades	13.404	15,3	7.890	13 7

(1) Corresponde a los partidos de: Balcarce, Gral. Alvarado, Lobería, Gral. Pueyrredón y Tandil.

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 4 : Cuadro comparativo de superficie plantada y producción de papa para el total del país, total sembrada y Sud-Este de la provincia de Buenos Aires. Período 1965/66 - 1974/75.

AÑOS	TOTAL DEL PAIS				TOTAL SEMBRADA				TOTAL SUDESTE DE LA PCIA. DE BUENOS AIRES					
	SUPERFICIE		PRODUCCION		SUPERFICIE		PRODUCCION		SUPERFICIE			PRODUCCION		
	has.	%	tn.	%	has.	%	tn.	%	has.	% del total	% de sembr.	tn.	% del total	% de la sembr.
1965/66	174.000	100	1.464.300	100	94.000	50	934.200	66	76.550	44	81	840.000	57	85
1966/67	168.500	100	1.797.500	106	87.000	52	1.228.300	68	70.000	42	80	1.075.000	60	88
1967/68	210.050	100	1.955.550	100	116.000	50	1.451.200	74	97.800	46	84	1.305.000	66	89
1968/69	208.350	100	2.330.700	100	121.000	58	1.679.700	69	99.300	48	82	1.440.000	62	88
1969/70	194.700	100	2.330.400	100	110.900	57	1.904.000	77	89.700	46	81	1.581.000	68	83
1970/71	185.700	100	1.950.400	100	104.700	56	1.405.600	72	80.200	45	80	1.253.000	64	89
1971/72	155.250	100	1.330.900	100	84.800	55	930.000	69	66.100	43	80	780.217	59	85
1972/73	128.300	100	1.534.600	100	66.400	56	1.119.000	73	50.900	41	73	1.041.750	68	90
1973/74	128.500	100	2.172.400	100	87.200	68	1.814.400	84	70.000	54	80	1.031.000	75	89
1974/75	112.500	100	1.347.500	100	75.700	66	1.000.972	80	60.024	52	79	883.794	66	83

FUENTE: Elaboración propia en base a información del Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 5 : Cuadro Comparativo entre rendimientos promedios correspondientes a la producción total del país, producción total de papa semitardía y producción del Sudeste de la Provincia de Buenos Aires. Período 1965/66 - 1974/75.

AÑOS	TOTAL DEL PAIS		TOTAL SEMITARDIA		TOTAL SUDESTE DE LA PCIA. DE BS. AS.	
	Kg/ha.	BOLSAS (1)	Kg/ha.	BOLSAS (1)	Kg/ha.	BOLSAS (1)
1965/66	8.530	171	10.470	209	10.973	219
1966/67	10.667	213	14.090	282	15.357	307
1967/68	9.362	187	12.378	248	13.334	267
1968/69	11.230	225	13.380	268	14.503	290
1969/70	12.000	240	16.269	[illegible]	17.620	352
1970/71	10.546	211	13.427	269	14.540	291
1971/72	8.630	173	10.943	219	11.954	139
1972/73	12.446	249	16.124	322	20.467	409
1973/74	16.906	338	20.917	418	23.301	466
1974/75	11.968	239	14.015	280	14.671	293
PROMEDIO	11.220	225	14.201	284	15.672	313

(1) Bolsas de 50 Kg.

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 6: Producción de papa semitemprana y tardía en el Sur de la Pcia. de Santa Fe y Norte de la Pcia. de Buenos Aires. Período 1965/66-1974/75 (en toneladas).

CAMPAÑA	PROVINCIA DE SANTA FE				PROVINCIA DE BUENOS AIRES									
	ROSARIO		VILLA CONSTITUCION		RAMALLO		SAN NICOLAS		SAN PEDRO		ZARATE		BARADERO	
	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía	Semi temprana	Tardía
1965/66	110.200	27.500	31.500	7.700	11.857	3.560	5.609	4.760	5.609	1.425	3.500	896	3.500	944
1966/67	94.760	64.800	29.700	23.760	10.880	3.520	5.500	4.560	5.500	1.440	4.760	1.103	4.080	93[illegible]
1967/68	40.460	44.000	12.420	14.500	9.250	889	7.680	1.120	11.040	365	5.750	360	3.600	2[illegible]
1968/69	94.000	57.000	30.000	20.000	33.800	2.100	24.700	2.700	37.800	1.080	16.850	840	12.350	58[illegible]
1969/70	76.000	52.000	23.000	18.000	16.300	2.485	15.000	3.300	21.200	1.120	10.000	840	8.200	66[illegible]
1970/71	85.450	23.000	25.000	6.900	14.312	2.250	13.355	2.300	20.390	900	17.550	770	7.565	-
1971/72	48.000	35.000	16.000	11.500	9.000	2.450	6.300	2.600	10.455	1.210	13.000	900	4.800	-
1972/73	37.000	24.000	6.100	6.500	7.500	1.611	5.400	1.720	10.067	640	10.500	1.050	3.850	-
1973/74	40.800	14.175	8.500	3.450	4.481	3.000	3.735	3.900	2.985	1.500	12.000	1.050	1.492	775
1974/75	15.280	37.800	3.900	9.225	4.550	1.808	3.850	2.500	3.750	810	12.000	854	1.750	405

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 7: Superficie plantada y producción de papa en el país y en el Sur de la Provincia de Santa Fe y Norte de la Provincia de Buenos Aires. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS				SANTA FE				BUENOS AIRES			
	Superficie		Producción		Superficie		Producción		Superficie		Producción	
	ha.	%	tn.	%	ha.	%	tn.	%	ha.	%	tn.	%
1965/66	174.000	100	1.434.300	100	31.400	18,0	196.900	13,3	10.830	6,2	70.500	5,2
1966/67	168.500	100	1.787.500	100	27.450	16,3	257.500	14,3	11.950	7,1	79.000	4,4
1967/68	210.000	100	1.995.550	100	26.345	12,5	124.570	6,3	16.035	7,6	64.800	3,2
1968/69	208.350	100	2.331.700	100	28.260	13,6	222.800	9,5	18.900	8,1	177.600	7,8
1969/70	194.700	100	2.331.400	100	27.530	14,1	191.000	8,2	15.300	7,9	131.400	5,6
1970/71	185.700	100	1.953.400	100	[illegible]	[illegible]	184.000	9,4	14.580	7,8	131.500	6,7
1971/72	155.250	100	1.331.600	100	[illegible]	13,6	134.000	10,0	13.500	8,7	90.900	6,8
1972/73	1[illegible]3.900	100	1.534.000	100	[illegible]	12,3	[illegible]	6,6	14.900	11,7	74.800	4,9
1973/74	1[illegible].500	100	2.172.400	100	[illegible]	[illegible],2	87.[illegible]	4,0	8.010	6,2	65.750	3,0
1974/75	112.590	100	1.347.500	100	8.300	8,0	81.500	6,0	7.730	6,9	56.000	4,2

FUENTE. Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 8. Rendimiento por [illegible] de papa en el país y en el Sur de la Provincia de [illegible] Norte de la Provincia de Buenos Aires Período 1965/ a 1974/75

CAMPAÑA	TOTAL PAIS	[illegible]	[illegible]
	KG/HA	KG/HA	KG/HA
1965/66	8.530	6.271	7.101
1966/67	10.668	[illegible]	6.662
1967/68	9.362	4.326	6.941
1968/69	11.230	7.884	10.571
1969/70	12.000	[illegible]	7.935
1970/71	10.540	6.308	8.333
1971/72	8.630	[illegible]	5.993
1972/73	12.440	[illegible]	5.202
1973/74	16.906	8.[illegible]	8.204
1974/75	11.968	9.101	7.245

FUENTE Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº: Superficie plantada, producción y rendimiento por hectárea de papa, por zonas en la Provincia de Córdoba. Período 1969/70-197[illegible]/74.

CAMPAÑA	ZONA OESTE			ZONA CENTRO-NOROESTE			ZONA SUR		
	Superficie (ha)	Produc. (tn)	Rendim. (kg/ha)	Superficie (ha)	Produc. (tn)	Rendim. (kg/ha)	Superficie (ha)	Produc. (tn)	Rendim. (kg/ha)
1969/79	2.600	14.751	[illegible]	4.005	17.4[illegible]	4.344	1.300	7.800	6.000
1970/71	2.700	21.600	8.000	4.99[illegible]	29.218	5.855	530	5.182	9.777
1971/72	2.750	2[illegible].650	7.509	5.540	31.050	5.605	[illegible]	1.810	6.000
1972/73	1.700	13.340	7.847	2.530	13.580	5.360	150	1.600	10.000
1973/74	1.600	[illegible]	12.981	[illegible]	[illegible]	11.427	120	[illegible]	[illegible]

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 10: Producción de maní confitería en la Zona Oeste de la Provincia de Córdoba. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DE LA ZONA (en tn.)	LA ALBERTO (en tn.)	SAN JAVIER (en tn.)
1965/66	9.200	3.600	5.600
1966/67	16.300	5.400	10.900
1967/68	18.400	10.135	8.265
1968/69	27.880	13.120	14.760
1969/70	14.791	6.840	7.951
1970/71	21.600	10.000	11.600
1971/72	20.650	9.400	11.250
1972/73	13.340	6.320	7.020
1973/74	33.750	12.750	21.000
1974/75	21.600	8.600	13.000

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Estado de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 11: Producción de papa semitemprana en la zona Centro-Noroeste de la Provincia de Córdoba. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DE LA ZONA tn.	CAPITAL	COLON	RIO PRIMERO	TOTORAL	RIO SEGUNDO	SANTA MARIA	Gral. SAN MARTIN	PUNILLA	CRUZ DEL EJE	ISCHILIN
1965/66	30.700	15.200	3.750	1.900	3.750	2.100	1.390	720	280	1.000	350
1966/67	29.703	12.933	4.950	1.600	3.850	2.300	1.600	800	250	1.000	420
1967/68	44.960	21.000	7.000	2.600	6.300	2.905	1.400	845	450	1.875	585
1968/69	46.220	24.700	7.200	1.600	6.400	1.750	1.570	900	350	1.400	350
1969/70	17.409	12.000	1.116	850	840	850	1.040	360	84	135	114
1970/71	29.218	13.500	3.150	5.325	2.025	2.137	1.235	572	750	262	252
1971/72	31.050	16.170	3.900	1.540	2.340	2.230	1.000	660	800	135	275
1972/73	13.560	8.400	1.950	720	105	944	677	290	251	95	125
1973/74	47.310	27.200	3.570	5.500	3.000	3.300	2.200	500	1.000	600	440
1974/75	33.700	20.000	2.300	3.800	2.200	2.250	1.400	350	700	400	300

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 12 **Producción de papa** semilla grana en la Zona Sur de la Provincia de Córdoba. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	RIO CUARTO (en tn.)
1965/66	26.400
1966/67	14.400
1967/68	9.750
1968/69	11.200
1969/70	7.800
1970/71	5.182
1971/72	1.800
1972/73	1.600
1973/74	1.440
1974/75	1.700

FUENTE: Servicio de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 13: Distribución de la superficie plantada según variedades en la Provincia de Córdoba (en porcentaje).

ZONA / VARIEDAD	TOTAL PROVINCIA	OESTE	ZONA CENTRO NOROESTE		SUR
			Cinturón verde	Resto	
Huinkul	58	-	90	S/D*	70
Kennebec	30	70	7	S/D	23
Spunta	9	25	-	S/D	-
White Rose	3	3	3	S/D	.
Red Pontiac	-	-	-	S/D	2

* S/D= Sin dato

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 14: Superficie plantada y producción de papa en el país de la Provincia de Córdoba, Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS				CORDOBA			
	SUPERFICIE		PRODUCCION		SUPERFICIE		PRODUCCION	
	ha.	%	tn.	%	ha.	%	tn.	%
1965/66	174.000	100,0	1,484 [illegible]	100,0	9 050	5,2	67.200	4,5
1966/67	168.[illegible]	100,0	1.7[illegible].[illegible]	100,0	9 200	5,5	61.200	3,4
1967/68	210.[illegible]	100,0	1 [illegible]66.550	100,0	10 140	4,8	73.500	3,7
1968/69	208.[illegible]	100,0	2.[illegible]	100,0	11 400	5,5	85.300	3,6
1969/70	1[illegible]	100,0	[illegible]	100,0	7.900	4,1	40.000	1,7
1970/71	185.700	100,0	1 [illegible]	100,0	8.[illegible]	4,4	56.000	2,9
1971/72	[illegible]	100,0	1 339 [illegible]	100,0	8.600	5,5	53.500	4,0
1972/73	[illegible]	[illegible]	1.53[illegible]	[illegible]	4 400	3,6	28.600	1,9
1973/74	128.5[illegible]	[illegible]	2 17[illegible]	[illegible]	[illegible]	5,3	82.500	3,8
1974/75	112.590	100,0	1 347 [illegible]	100,0	7 400	6,6	57.000	4,2

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 15: Rendimiento por hectárea de papa en el país y en la Provincia de Córdoba. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS	CORDOBA
	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	8.550	7.425
1966/67	10.668	6.652
1967/68	9.362	7.249
1968/69	11.230	7.483
1969/70	12.060	5.963
1970/71	10.346	6.829
1971/72	8.630	6.221
1972/73	1[illegible].440	6.500
1973/74	16.900	12.026
1974/75	11.968	7.703

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 15: Rendimiento por hectárea de papa en el país y en la Provincia de Córdoba. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS	CORDOBA
	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	8.5[illegible]0	7.425
1966/67	10.668	6.652
1967/68	9.362	7.249
1968/69	11.230	7.483
1969/70	12.06[illegible]	5.963
1970/71	10.346	6.829
1971/72	8.630	6.221
1972/73	7[illegible].440	6.500
1973/74	16.900	12.026
1974/75	11.968	7.703

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 16: Producción de papa semitardía en Departamentos de la Provincia de Mendoza. Período 1965/66-1974/75.

Dpt. / CAMPAÑA	TOTAL tn.	TUPUNGATO tn.	SAN CARLOS tn.	TUNUYAN tn.	SAN RAFAEL tn.
1965/66	45.570	17.600	12.650	7.820	7.500
1966/67	40.460	13.260	12.750	7.850	6.600
1967/68	S/D*	S/D	S/D	S/D	5.850
1968/69	S/D	S/D	S/D	S/D	6.070
1969/70	S/D	S/D	S/D	S/D	5.835
1970/71	46.140	20.700	1[illegible].000	7.200	5.640
1971/72	44.720	21.150	12.750	7.220	3.600
1972/73	51.480	23.400	1[illegible].300	7.980	4.800
1973/74	52.075	22.440	17.600	8.400	3.635
1974/75	48.750	20.950	17.250	7.700	2.850

* S/D= Sin dato.

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 17: Producción de papa tardía en Departamentos de la Provincia de Mendoza. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA / DPTO.	TOTAL (tn)	LUJAN (tn)	TUNUYAN (tn)	GUAYMALLEN (tn)	JUNIN	MAIPU (tn)
1965/66	5.270	1.500	1.300	945	1.000	525
1966/67	4.870	1.400	1.160	886	930	494
1967/68	5.070	1.510	1.200	905	940	515
1968/69	4.433	1.447	960	810	741	475
1969/70	4.400	1.370	950	836	750	494
1970/71	3.326	1.102	640	640	560	384
1971/72	3.851	1.500	731	638	600	382
1972/73	4.045	1.581	720	630	630	484
1973/74	5.658	2.268	1.078	780	882	750
1974/75	5.328	2.170	936	816	780	636

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 10: Superficie plantada y producción de pera en el país y en la Provincia de Mendoza. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS				MENDOZA			
	SUPERFICIE		PRODUCCION		SUPERFICIE		PRODUCCION	
	ha.	%	tn.	%	ha.	%	tn.	%
1965/66	174.000	100,0	1.454.300	100,0	6.130	3,5	54.800	3,[illegible]
1966/67	168.500	100,0	1.797.500	100,0	6.070	3,6	50.700	2,8
1967/68	210.050	100,0	1.966.550	100,0	6.050	2,9	50.850	2,6
1968/69	208.350	100,0	2.333.700	100,0	5.884	2,8	57.400	2,5
1969/70	194.700	100,0	2.336.400	100,0	6.058	3,1	58.700	2,5
1970/71	185.700	100,0	1.958.400	100,0	6.220	3,3	54.700	2,8
1971/72	155.250	100,0	1.339.800	100,0	6.330	4,1	53.370	4,0
1972/73	123.300	100,0	1.534.500	100,0	7.116	5,8	61.600	4,0
1973/74	128.500	100,0	2.172.400	100,0	6.080	4,7	63.200	2,9
1974/75	112.590	100,0	1.347.500	100,0	5.465	4,9	59.900	4,8

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 19: Rendimiento por hectárea de papa en la Provincia de Mendoza. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS	MENDOZA
	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	8 530	8.[illegible]
1966/67	10 6[illegible]	8.353
1967/68	9.362	8.405
1968/69	11.[illegible]	9.755
1969/70	12.[illegible]	9.696
1970/71	1[illegible]	8.794
1971/72	8.[illegible]	8.431
1972/73	12.[illegible]	[illegible].657
1973/74	1[illegible]	10 395
1974/75	11.[illegible]	10.778

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 21: Producción de **papa** temprana **en Departamentos de** la Provincia de Tucumán. Período 1965/66 1974/75.

DEPTOS / CAMPAÑA	TOTAL tn.	CHICLIGASTA tn.	FAMAILLA tn.	RIO CHICO tn.	MONTEROS tn
1965/66	14.947	9.480	2.887	490	2.100
1966/67	28.670	20.280	3.570	2.300	2.520
1967/68	74.311	51.811	9.450	6.660	6.390
1968/69	74.160	51.450	9.450	6.630	6.630
1969/70	56.540	28.930	9.760	13.080	4.800
1970/71	68.800	30.500	6.000	21.000	7.300
1971/72	37.735	19.800	5.275	10.850	3.750
1972/73	37.421	24.200	4.240	4.731	4.250
1973/74	24.200	14.000	3.000	4.500	2.700
1974/75	20.500	16.700	800	2.000	1.000

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 21 Superficie plantada y producción de papa en el país y en la Provincia de Tucumán. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS				TUCUMAN			
	SUPERFICIE		PRODUCCION		SUPERFICIE		PRODUCCION	
	ha.	%	tn.	%	ha.	%	tn.	%
1965/66	174.000	100,0	1.484.300	100,0	2.600	1,5	15.750	1,1
1966/67	168.500	100,0	1.797.500	100,0	4.100	2,4	28.300	1,7
1967/68	21[illegible].050	100,0	1.966.550	100,0	8.930	4,3	79.500	4,0
1968/69	208.350	100,0	2.33[illegible].700	100,0	5.500	2,6	79.200	3,4
1969/70	194.700	100,0	2.335.400	100,0	8.650	4,4	55.100	2,4
1970/71	185.700	100,0	1.958.400	100,0	9.650	5,2	70.300	3,6
1971/72	155.250	100,0	1.330.800	100,0	6.000	3,9	38.300	2,8
1972/73	123.300	100,0	1.534.600	100,0	3.600	2,9	38.500	2,5
1973/74	128.500	100,0	2.172.400	100,0	3.000	2,3	29.200	1,3
1974/75	112.590	100,0	1.347.500	100,0	1.850	1,6	22.000	1,6

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 22: Rendimiento por hectárea de papa en el país y en la Provincia de Tucumán, Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL PAIS	TUCUMAN
	K /ha	K /ha.
1965/66	8.530	6.058
1966/67	10.668	7.768
1967/68	9.362	8.903
1968/69	11.230	14.400
1969/70	12.000	6.370
1970/71	10.546	7.285
1971/72	8.630	6.383
1972/73	12.446	10.694
1973/74	16.906	9.733
1974/75	11.968	11.891

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 23 Superficie plantada y producción de papa en el país y por épocas de producción. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		PROD. TEMP.		PROD. SEMITEMP.		PROD. TARDIA		PROD. SEMITARDIA	
	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)
1965/66	174.000	1.484.300	6.900	30.400	54.700	379.700	18.400	81.000	94.000	984.200
1966/67	118.500	1.797.500	8.900	34.300	55.800	385.400	16.750	131.000	87.050	1.226.500
1967/68	210.050	1.966.550	21.630	140.450	50.590	253.500	19.860	105.400	118.050	1.461.200
1968/69	208.350	2.339.700	13.450	119.800	53.200	473.500	19.900	116.400	121.500	1.631.000
1969/70	194.700	2.336.400	15.750	91.500	46.700	326.000	21.350	114.900	110.900	1.814.000
1970/71	185.700	1.958.400	16.700	126.500	45.100	358.000	18.400	68.100	104.700	1.405.800
1971/72	155.250	1.330.800	11.900	78.400	41.800	250.500	15.750	82.900	84.850	923.000
1972/73	123.300	1.534.600	8.300	60.800	31.900	193.000	13.700	75.800	69.400	1.151.000
1973/74	128.500	2.172.400	7.080	57.500	23.800	230.300	10.400	60.200	87.220	1.824.400
1974/75	112.590	1.347.500	6.470	51.400	22.800	157.300	7.620	77.800	75.700	1.001.000

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 14: Participación de cada tipo de producción de papa en la superficie plantada y la producción total del país (en porcentaje). Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		PROD. TEMP.		PROD. SEMITEMP.		PROD. TARDIA		PROD. SEMIT.	
	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.
1965/66	100,0	100,0	4,0	2,7	31,4	25,6	10,6	5,4	54,0	66,3
1966/67	100,0	100,0	5,3	3,1	33,1	21,4	9,9	7,3	51,7	68,2
1967/68	100,0	100,0	10,3	7,4	34,1	12,9	9,5	5,4	56,1	74,3
1968/69	100,0	100,0	6,5	5,1	33,5	20,2	9,6	5,0	50,4	69,7
1969/70	100,0	100,0	5,1	3,9	34,0	14,0	11,0	4,9	50,5	[illegible]
1970/71	100,0	100,0	9,0	6,5	24,8	18,3	9,9	3,5	56,3	71,7
1971/72	100,0	100,0	7,7	5,3	17,8	18,7	10,1	6,2	54,6	69,2
1972/73	100,0	100,0	6,7	4,4	19,0	12,6	11,1	4,0	56,3	[illegible]
1973/74	100,0	100,0	5,5	2,8	19,5	10,5	8,1	2,8	67,[illegible]	[illegible]
1974/75	100,0	100,0	5,7	3,9	20,3	11,7	6,8	5,8	67,2	78,7

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 25: Superficie plantada y producción de papa temprana en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		TUCUMAN		CORRIENTES		CHACO		SALTA		JUJUY		MISIONES		OTRAS PCIAS.	
	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)
1965/66	6.900	39.400	2.600	15.750	600	2.900	500	2.550	850	5.300	1.100	8.500	1.140	3.300	110	1.100
1966/67	8.900	54.300	4.100	29.800	950	5.500	500	2.200	1.000	6.200	1.200	6.400	1.050	3.600	100	600
1967/68	21.650	146.450	8.930	79.500	1.180	7.400	7.510	34.400	1.490	10.800	1.260	10.200	1.080	3.450	200	700
1968/69	13.450	119.800	5.500	79.200	1.260	5.240	2.540	9.600	1.670	12.900	1.300	8.680	1.135	3.800	45	380
1969/70	15.750	91.500	8.650	55.100	1.290	7.900	2.170	7.000	1.390	8.400	1.060	8.500	1.160	4.420	30	180
1970/71	16.700	126.500	9.650	70.300	1.600	11.700	1.520	10.600	1.400	15.300	1.250	14.300	1.250	4.140	30	160
1971/72	11.900	78.400	6.000	38.300	1.640	12.800	960	5.800	940	8.200	930	9.100	1.070	3.700	60	500
1972/73	8.300	66.800	3.600	38.500	1.800	13.100	560	2.510	600	3.770	600	4.750	1.270	3.800	130	1.370
1973/74	7.080	57.500	3.000	29.200	1.350	9.700	590	4.800	570	5.600	590	5.850	850	1.520	130	830
1974/75	6.470	51.400	1.850	22.000	1.364	8.900	820	6.300	600	5.500	620	3.400	1.059	3.909	157	1.400

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 26: Superficie plantada y producción de papa temprana en el país y en las principales provincias productoras (en porcentaje). Período 1965/66-1974/75.

PCIA. / CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		TUCUMAN		CORRIENTES		CHACO		SALTA		JUJUY		MISIONES		OTRAS PCIAS.	
	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.
1965/66	100	100	38	40	9	7	7	7	12	13	16	22	17	8	1	[illegible]
1966/67	100	100	48	55	11	10	6	4	11	11	13	12	12	7	1	[illegible]
1967/68	100	100	41	54	5	5	35	23	7	7	6	7	5	2	1	[illegible]
1968/69	100	100	41	66	9	4	19	8	12	11	10	7	8	3	1	[illegible]
1969/70	100	100	55	60	8	8	14	7	9	9	7	9	7	5	-	[illegible]
1970/71	100	100	58	56	10	9	9	8	8	12	7	11	7	3	1	[illegible]
1971/72	100	100	50	49	15	16	8	7	7	10	7	12	9	5	4	[illegible]
1972/73	100	100	43	57	21	19	6	4	7	5	7	7	15	6	1	[illegible]
1973/74	100	100	42	51	19	17	9	8	8	10	8	10	12	3	2	[illegible]
1974/75	100	100	29	43	21	17	13	12	9	11	10	7	16	7	2	[illegible]

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 27: Rendimiento por hectárea de papa temprana en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66 – 1974/75.-

PCIA. / CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS Kg/ha.	TUCUMAN Kg/ha.	CORRIENTES Kg/ha.	CHACO Kg/ha.	SALTA Kg/ha.	JUJUY Kg/ha.	MISIONES Kg/ha.	OTRAS PCIAS. Kg/ha.
1965/66	5.710	6.058	4.833	5.100	6.235	7.727	2.895	10.000
1966/67	6.101	7.260	5.789	4.400	6.200	5.333	3.428	6.000
1967/68	6.764	8.903	6.271	4.531	7.248	9.095	3.194	3.500
1968/69	8.907	14.400	4.159	3.785	7.728	6.677	3.348	8.444
1969/70	5.009	6.370	6.124	3.226	6.043	8.018	3.910	6.000
1970/71	7.875	7.285	7.313	6.974	10.929	11.440	3.312	5.333
1971/72	6.588	8.383	6.957	6.042	8.723	9.785	3.162	8.333
1972/73	8.048	10.694	7.278	4.452	6.283	7.917	2.992	3.703
1973/74	8.121	9.733	7.185	8.136	9.825	9.915	1.788	6.385
1974/75	7.944	11.102	6.525	7.683	9.167	5.463	3.683	6.917

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.

Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.-

CUADRO Nº [illegible]. Superficie sembrada y producción de maíz semitemporal en el país y en [illegible] principales provincias productoras (en [illegible] mil). Período 1965/66-1974/75.

Campaña	Total país		Santa Fe		Buenos Aires		Córdoba		Otras provincias	
	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.
1965/66	[illegible]	[illegible]	34	41	15	16	17	18	[illegible]	[illegible]
1966/67	[illegible]	[illegible]	29	[illegible]	17	16	19	18	28	32
1967/68	[illegible]	[illegible]	[illegible]	25	29	21	20	20	26	27
1968/69	[illegible]	[illegible]	28	21	27	25	22	18	22	18
1969/70	[illegible]	[illegible]	30	25	17	30	17	13	21	19
1970/71	[illegible]	[illegible]	31	[illegible]	27	31	10	10	[illegible]	18
1971/72	[illegible]	[illegible]	29	27	2	27	[illegible]	21	25	22
1972/73	[illegible]	[illegible]	27	[illegible]	33	34	14	15	21	20
1973/74	[illegible]	[illegible]	26	25	24	22	26	27	21	14
1974/75	[illegible]	[illegible]	23	18	24	30	22	25	21	15

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO N° [illegible] Rendimiento por [illegible] en las [illegible] distintas zonas de producción. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS	ZONA DE PRODUCCION temprana	ZONA DE PRODUCCION semitemprana	ZONA DE PRODUCCION tardía	ZONA DE PRODUCCION sentardía
	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	8.530	5.715	6.941	4.402	10.479
1966/67	10.608	6.101	[illegible]	7.821	14.[illegible]80
1967/68	[illegible].382	6.764	5.011	5.307	10.973
1968/69	11.030	8.907	[illegible]	5.849	[illegible]
1969/70	10.000	5.809	[illegible]	5.382	[illegible]
1970/71	10.540	7.575	7.768	3.771	11.427
1971/72	8.630	5.566	5.890	5.284	10.943
1972/73	12.440	8.045	6.040	5.534	17.277
1973/74	16.906	9.121	9.676	5.788	20.017
1974/75	11.968	7.044	6.809	10.210	14.016

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 32: Superficie plantada y producción de papa semitardía en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66-1974/75.

PCIA. / CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		BUENOS AIRES		MENDOZA		RIO NEGRO		CHUBUT		OTRAS PCIAS.	
	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)
1965/66	94.000	994.200	84.000	902.800	5.600	48.800	1.650	16.900	1.500	8.800	1.250	6.900
1966/67	87.050	1.226.500	77.050	1.144.700	5.500	45.100	1.800	21.200	1.500	8.800	1.200	6.700
1967/68	118.050	1.461.200	107.950	1.380.300	5.455	45.000	1.785	19.500	1.650	9.300	1.230	7.040
1968/69	121.800	1.630.000	112.300	1.543.700	5.340	52.100	1.400	18.000	1.640	11.800	1.120	6.400
1969/70	110.900	1.804.000	101.050	1.715.500	5.535	53.500	1.525	16.600	1.640	11.700	1.150	6.700
1970/71	104.700	1.405.800	94.600	1.316.700	5.730	50.800	1.740	22.300	1.570	9.600	1.060	6.400
1971/72	84.800	928.000	75.040	853.400	5.830	49.000	1.535	15.000	1.580	7.050	815	3.550
1972/73	69.400	1.199.000	59.500	1.119.400	6.620	57.000	1.180	13.100	1.250	5.970	850	4.530
1973/74	87.220	1.824.400	78.213	1.740.700	5.610	58.900	1.085	12.900	1.264	6.840	1.058	7.060
1974/75	75.700	1.001.000	67.400	985.500	5.000	53.000	990	10.800	1.300	7.000	1.010	4.700

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 31 Rendimiento por hectárea de papa semitemprana en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66 1974/75.

Cosecha / Período	EL PAÍS	SANTA FE	BUENOS AIRES	[illegible]	[illegible]
	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	6.941	8.452	7.[illegible]	7.425	4.960
1966/67	6.907	6.469	6.798	7.652	5.873
1967/68	5.011	4.[illegible]	4.253	7.249	4.736
1968/69	8.900	8.9[illegible]	11.397	7.482	7.077
1969/70	6.559	8.113	[illegible].831	5.063	5.[illegible]
1970/71	7.796	8.696	[illegible]	6.809	5.583
1971/72	5.852	5.920	[illegible]	6.221	5.171
1972/73	6.050	6.732	[illegible]	5.506	5.366
1973/74	9.[illegible]76	10.453	[illegible]	11.025	6.225
1974/75	6.[illegible]	5.365	[illegible]	7.7[illegible]3	5.460

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 33: Superficie plantada y producción de papa semitardía en el país y en las principales provincias (en porcentaje). Período 1965/66-1974/75.

[illegible]	TOTAL DEL PAIS		BUENOS AIRES		MENDOZA		RIO NEGRO		CHUBUT		OTRAS PROVINCIAS	
	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod.
1965/66	100	100	89	92	6	5	2	2	2	0,5	1	0,5
1966/67	100	100	89	93	6	4	2	2	2	0,5	1	0,5
1967/68	100	100	91	95	5	3	2	1	1	0,5	1	0,5
1968/69	100	100	93	95	4	3	1	1	1	0,5	1	0,5
1969/70	100	100	91	95	5	3	1	1	2	0,5	1	0,5
1970/71	100	100	90	94	5	4	2	1	2	0,5	1	0,5
1971/72	100	100	88	92	7	5	2	2	2	0,5	1	0,5
1972/73	100	100	86	93	10	5	2	1	1	0,5	1	0,5
1973/74	100	100	90	95	6	3	1	1	2	0,5	1	0,5
1974/75	100	100	89	93	7	5	1	1	2	0,5	1	0,5

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 34. Rendimiento por hectárea de papa semitardía en el país y en las [illegible] principales provincias productoras. Período 1965/66-1974/75.

CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS	BUENOS AIRES	MENDOZA	RIO NEGRO	JUJUY	CHUBUT POLS.
	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.	kg/ha.
1965/66	10.470	10.746	8.714	10.242	5.867	5.520
1966/67	14.090	14.857	8.200	11.778	5.867	5.883
1967/68	12.378	12.787	9.246	11.048	5.636	5.724
1968/69	13.383	13.746	9.757	11.429	7.195	5.714
1969/70	16.270	16.979	[illegible]	10.885	7.194	[illegible]
1970/71	13.427	13.918	8.[illegible]	10.81[illegible]	6.115	[illegible]
1971/72	10.943	11.373	8.405	9.372	4.462	4.356
1972/73	17.277	18.797	8.810	11.102	4.775	5.329
1973/74	20.917	22.256	10.148	13.113	5.411	6.610
1974/75	14.016	14.622	10.[illegible]00	10.939	5.383	4.653

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 35: Superficie plantada y producción de papa tardía en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66-1974/75.

PCIA. / CAMPAÑA	TOTAL DEL PAIS		SANTA FE		BUENOS AIRES		CORDOBA		MENDOZA		SGO. DEL ESTERO		OTRAS PCIAS.	
	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)	Sup. (ha)	Prod. (tn)
1965/66	18.400	81.000	12.800	39.700	2.430	18.100	1.050	5.900	530	6.000	1.210	7.700	380	2.600
1966/67	16.750	131.000	11.250	92.900	2.750	17.100	1.150	7.900	570	5.600	650	4.020	380	3.480
1967/68	19.850	105.400	12.300	63.100	2.680	8.000	3.570	24.700	595	5.850	540	2.700	175	1.050
1968/69	19.900	116.400	12.760	83.600	2.200	11.200	3.300	9.500	544	5.300	740	4.500	356	2.200
1969/70	21.350	114.900	13.430	76.800	2.300	13.100	3.330	8.000	523	5.200	1.000	5.340	767	6.450
1970/71	18.400	66.100	11.500	38.000	2.280	10.800	2.530	3.100	490	3.900	720	4.700	880	7.600
1971/72	15.750	82.900	9.000	52.000	2.300	12.300	2.480	3.300	500	4.370	657	4.000	813	5.330
1972/73	13.700	75.800	6.500	42.200	2.280	8.700	2.788	13.000	496	4.600	780	3.100	876	5.000
1973/74	10.400	60.000	4.300	22.200	2.330	14.450	2.600	13.000	476	6.300	110	-	584	4.250
1974/75	7.600	77.800	3.700	53.000	2.200	9.200	900	6.900	455	5.900	-	-	385	2.800

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 36. Superficie plantada y producción de papa tardía en el país y en las principales provincias productoras (en porcentaje). Período 1965/66 1974/75.

PROV. / CAMPAÑA	TOTAL PAIS		BUENOS AIRES		MENDOZA		CORDOBA		MENDOZA		RESTO DEL SUDOESTE		OTRAS PCIAS.	
	Sup	Prod.	Sup.	Prod.	Sup.	Prod	Sup	Prod.	Sup	Prod.	Sup.	Prod	Sup.	Prod.
1965/66	100	100	69	49	13	22	6	7	3	7	7	10	2	5
1966/67	100	100	67	71	16	13	7	6	3	4	4	3	3	3
1967/68	100	100	62	60	15	8	18	2	3	6	3	2	1	.
1968/69	100	100	65	71	11	10	17	8	3	5	4	4	1	2
1969/70	100	100	63	60	11	11	16	7	2	5	5	5	4	6
1970/71	100	100	63	56	12	16	14	5	3	6	4	7	5	10
1971/72	100	100	57	63	15	15	16	4	3	5	4	5	5	8
1972/73	100	100	47	56	17	11	20	16	4	6	6	4	6	7
1973/74	100	100	41	37	22	24	25	21	5	10	2	--	5	8
1974/75	100	100	42	68	29	12	12	9	6	8	-	--	4.	3

FUENTE Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 37. Rendimiento por hectárea de papa tardía en el país y en las principales provincias productoras. Período 1965/66-1974/75.

PROV. / CAMP.	TOTAL PAIS	SANTA FE	BUENOS AIRES	CORDOBA	MENDOZA	STGO. DEL ESTERO	OTRAS PCIAS.
	Kg/ha.	Kg/ha.	Kg/ha.	Kg/ha.	Kg/ha.	Kg/ha.	Kg/ha.
1965/66	4.402	3.102	7.440	5.619	11.320	6.364	9.474
1966/67	7.921	8.258	6.916	6.870	9.825	6.185	9.158
1967/68	5.307	5.130	2.985	6.919	9.832	5.000	6.300
1968/69	5.840	6.367	5.091	2.879	9.743	6.091	6.190
1969/70	5.801	6.719	5.696	2.402	9.643	5.340	5.422
1970/71	3.701	3.304	4.737	1.225	7.699	6.528	5.686
1971/72	5.262	5.778	5.349	1.331	8.740	6.058	8.524
1972/73	4.530	6.492	3.810	4.305	9.974	3.974	5.930
1973/74	5.708	5.103	6.202	5.000	13.235	S/D	7.277
1974/75	10.210	14.324	4.180	7.500	12.698	S/D	8.358

* S/D= Sin dato

FUENTE Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural.
Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación.

CUADRO Nº 38: Entradas de bolsas de papa en los Mercados Nacionales de concentración obligatoria. Período Junio/74-Agosto/75.

	MES \ MERCADO	CASA AMARILLA	BULLRICH	CASEROS	FLORIDA	HAEDO	TOTAL
1974	Junio	319.849	145.349	113.885	91.444	65.842	736.370
	Julio	258.009	135.846	110.395	87.425	68.321	659.995
	Agosto	184.350	110.559	104.060	60.218	39.143	498.330
	Setiembre	211.696	124.453	138.544	61.022	47.868	583.583
	Octubre	335.579	158.571	154.798	83.886	36.072	768.875
	Noviembre	337.533	155.623	136.159	70.738	42.145	742.198
	Diciembre	297.894	124.712	107.473	63.860	27.687	621.626
1975	Enero	336.434	133.921	123.175	64.097	29.671	387.299
	Febrero	296.917	133.977	127.602	60.918	21.218	640.632
	Marzo	331.334	134.665	133.547	70.955	24.213	694.714
	Abril	355.391	149.828	142.346	74.466	32.837	754.868
	Mayo	355.430	152.864	139.872	56.471	21.359	725.996
	Junio	307.926	131.049	129.728	59.589	20.820	649.112
	Julio	324.872	119.331	121.623	54.562	12.885	633.273
	Agosto	273.701	111.673	112.250	35.728	8.093	541.445

CUADRO Nº 39: Entradas de bolsas de papa en el Mercado Nacional de Papas-Casa Amarilla- provenientes de las principales zonas productoras.

Promedio del decenio 1964/73. Cantidad mínima: 1.000 bolsas.

MESES / ZONAS	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Sud, Pcia. Bs.As.	79.541	230.748	382.[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	342.956	[illegible]	[illegible]	187.[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Rosario	[illegible]	18.870				18.382			10.081	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Norte Pcia. Bs.As.	[illegible]										16.[illegible]	[illegible]	[illegible]
Mendoza		[illegible]	13.[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]				[illegible]
Tucumán										[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Córdoba	[illegible]	[illegible]					[illegible]				[illegible]	[illegible]	[illegible]
Resto del País	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
TOTAL	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

FUENTE: Elaboración propia en base a Boletines Mensuales [illegible] de la Nación.

CUADRO Nº 40: Participación porcentual de cada zona en las entradas mensuales de bolsas en el Mercado Nacional de Papas-Casa Amarilla. Promedio del decenio 1964/73.

ZONAS \ MESES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Sudeste Pcia. Bs.As.	24	71	91	95	93	90	87	88	84	57	24	4	69
Rosario	21	4				3			4	3	11	29	9
Norte Pcia. Bs.As.	12										5	18	3
Mendoza		6	4	3	4	4	5	6	6				3
Tucumán										30	42	9	6
Córdoba	25	3					4				9	33	6
Resto del país	18	16	5	2	3	3	4	6	6	10	9	7	7
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Elaboración propia en base a Boletines Mensuales del Mercado Nacional de Papas.

CUADRO Nº 41: Participación porcentual de cada mes en las distintas zonas en las entradas de bolsas en el Mercado Nacional de Ganado Gordo. Promedio del decenio 1968/78.

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	TOTAL
[illegible]	[illegible]	8	11	[illegible]	[illegible]	[illegible]	12	11	9	6	3	-	100
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	5	[illegible]	[illegible]	5	4	14	12	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	15	50	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	11	9	[illegible]	11	15	15	14	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	33	51	11	[illegible]
Córdoba	34	4	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	6	[illegible]	[illegible]	[illegible]	12	44	10
Resto del país	12	17	[illegible]	2	8	[illegible]	[illegible]	8	7	11	11	8	100
TOTAL	8	8	[illegible]	[illegible]	[illegible]	9	[illegible]	8	7	8	8	8	[illegible]

FUENTE: Elaboración propia en base a boletines mensuales del Mercado Nacional de Ganado.

CUADRO Nº 42: Entradas mensuales de bolsas de papa por variedad, en el Mercado Nacional de Casa Amarilla. Promedio del período 1969/73.

MES / VARIEDAD	TOTAL*	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Huinkul	2.145.772	139.149	142.953	219.259	200.343	195.878	214.082	179.853	154.430	131.078	18[illegible]	[illegible]	[illegible]
Kennebec	1.200.757	120.138	14[illegible].915	184.843	140.7[illegible]	15[illegible].319	13[illegible].482	149.470	90.117	91.780	45.3[illegible]	[illegible]	[illegible]
White Rose	631.649	42.448	17.958	21.039	25.931	27.024	27.830	36.917	28.317	31.895	120.3[illegible]	15[illegible].374	[illegible]
Otras Varied.	172.102	8.757	6.208	7.151	7.539	17.124	32.354	3[illegible].609	17.539	17.100	13.0[illegible]	8.7[illegible]	[illegible]
TOTAL	4.187.[illegible]	331.5[illegible]	318.144	351.519	381.942	28[illegible].343	4[illegible].788	390.915	308.403	322.[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

FUENTE: Elaboración propia en base a Boletines mensuales del Mercado Nacional de Papas.

CUADRO Nº 43: Participación mensual por variedad, en las entradas de papas en el Mercado Nacional de Papas-Chile, partidas provenientes de [illegible] (en porcentajes). Período 1973/86-1974/75.

MES / VARIEDAD	A	S	O	N	D	E	F	M	A	M	J	TOTAL
Huinkul	48	40	62	52	50	52	45	58	56	51	39	53	52
Nemuhue	30	46	30	38	30	33	38	29	28	13	11	17	3.
White rose	13	6	6	7	7	7	9	6	10	33	49	25	14
Otras Variedades	3	2	2	3	4	6	8	5	6	3	1	5	4
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Elaboración propia en base a Boletines Mensuales del Mercado Nacional de Papas.

CUADRO Nº 44: Participación porcentual por variedad de cada mes, en las entradas de Palta en el Mercado Nacional de Papas-Cara Amarilla- provenientes de todo el país. Período 1969/73.

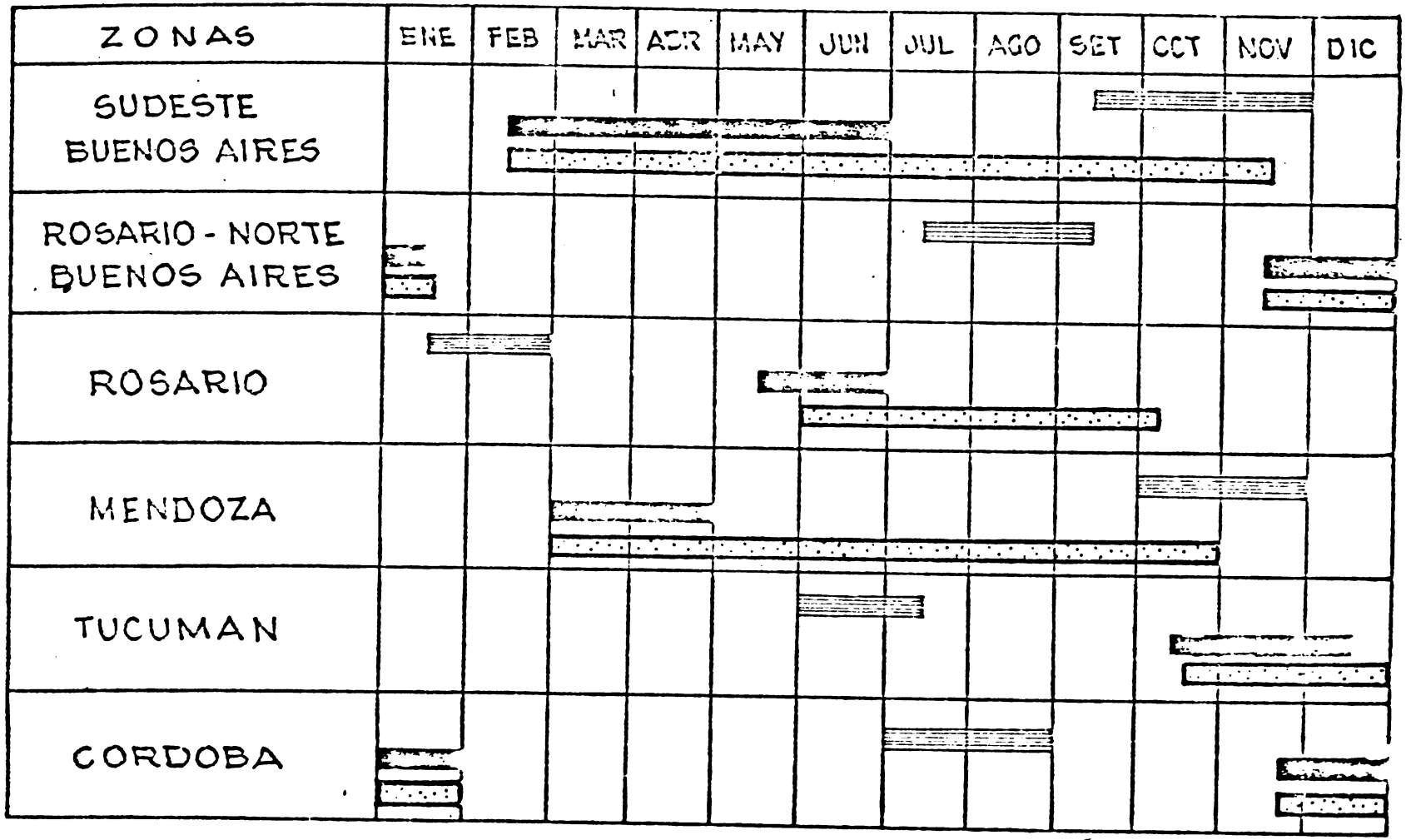
MES / VARIEDAD	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	TOTAL
Huitrul	7	7	10	9	9	11	9	9	8	9	6	7	100
Kennebec	9	11	9	12	11	10	12	8	7	4	3	4	100
Bite Rose	7	3	4	4	4	5	6	5	5	20	25	10	100
Otras Variedades	6	4	4	4	11	10	10	10	10	6	2	7	100

FUENTE: Elaboración propia en base a Boletines Mensuales del Mercado Nacional de Papas.

APENDICE II

DIVISIONS

Gráfico n° 1 - CALENDARIO DE OFERTA - EPOCAS DE PLANTACION, COSECHA Y COMERCIALIZACION



EPOCA DE PLANTACION

EPOCA DE COSECHA

EPOCA DE COMERCIALIZACION

GRAFICO Nº 2.

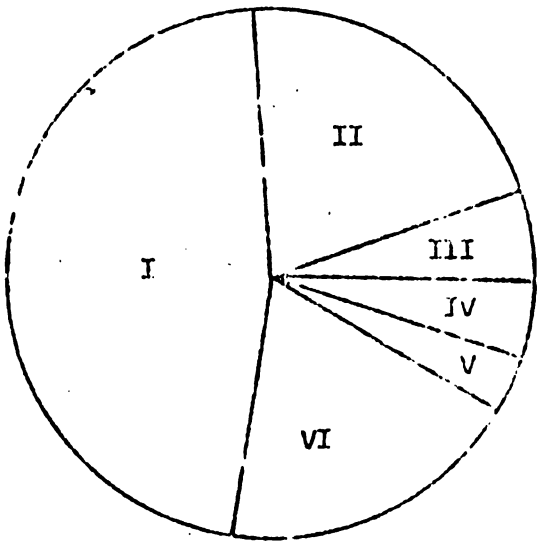
ENTRADAS DE PAPA EN EL MERCADO NACIONAL DE PAPAS

Promedio decenio 1964/73 — mínimo 10.000 bolsas

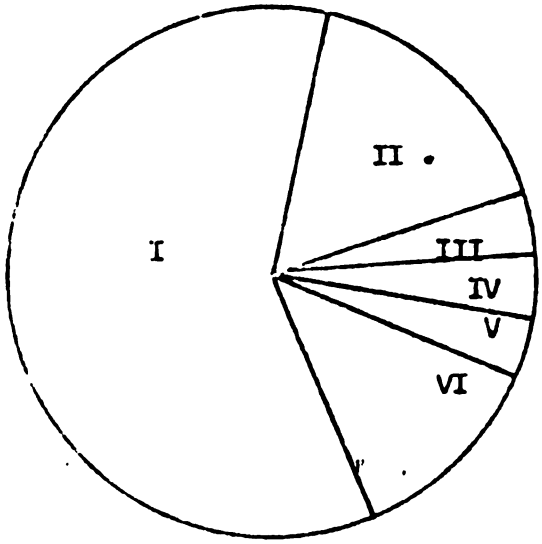
ZONAS	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
SUDESTE Bs. As.												
ROSARIO												
NORTE Bs.As												
MENDOZA												
TUCUMAN												
CORDOBA												
RESTO DEL PAIS												
TOTAL												

Gráfico Nº 3: ZONAS PRODUCTORAS DE PAPA: SUPERFICIE PLANTADA Y PRODUCCION - Serie 1965/66 - 1974/75

En porcentajes.



SUPERFICIE PLANTADA

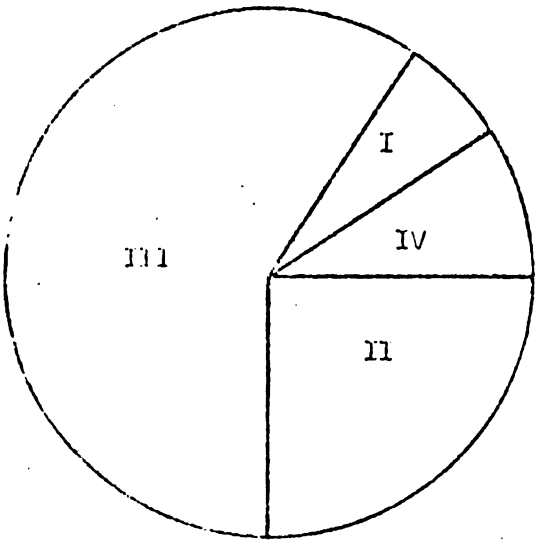


PRODUCCION

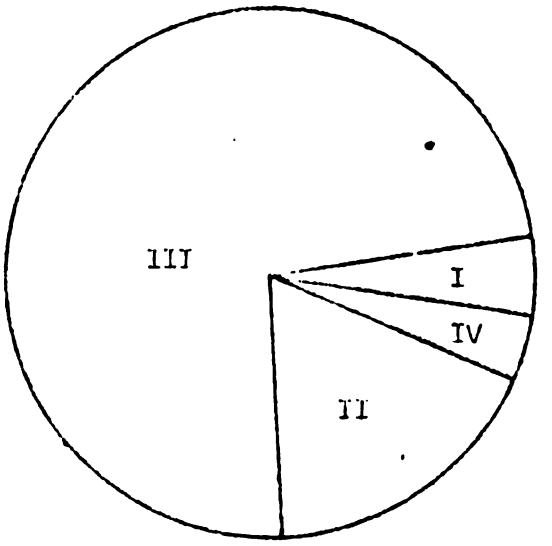
ZONAS PRODUCTORAS	SUPERFICIE PLANTADA	PRODUCCION
I. G.B.A. de Bs.As.	40%	63%
II. N. de Bs.As. y S. de S.Fe	21%	14%
III. Córdoba	6%	4%
IV. Mendoza	4%	3%
V. Tucumán	3%	2%
VI. Otras Provincias	19%	12%

FUENTE: Servicio Nacional de Economía y Sociología Rural. SEAG.

CUADRO Nº 4: PARTICIPACION PORCENTUAL DE LOS TIPOS DE PRODUCCION EN LA SUPERFICIE PLANTADA Y PRODUCCION TOTAL DEL PAIS - Serie 1965/66 - 1974/75 - En porcentaje.



SUPERFICIE PLANTADA



PRODUCCION

+ TIPOS DE PRODUCCION	SUPERFICIE PLANTADA	PRODUCCION
I. Producción Temprana	7%	9%
II. Producción Semitemprana	26%	17%
III. Producción Semitardía	57%	73%
IV. Producción Tardía	10%	9%

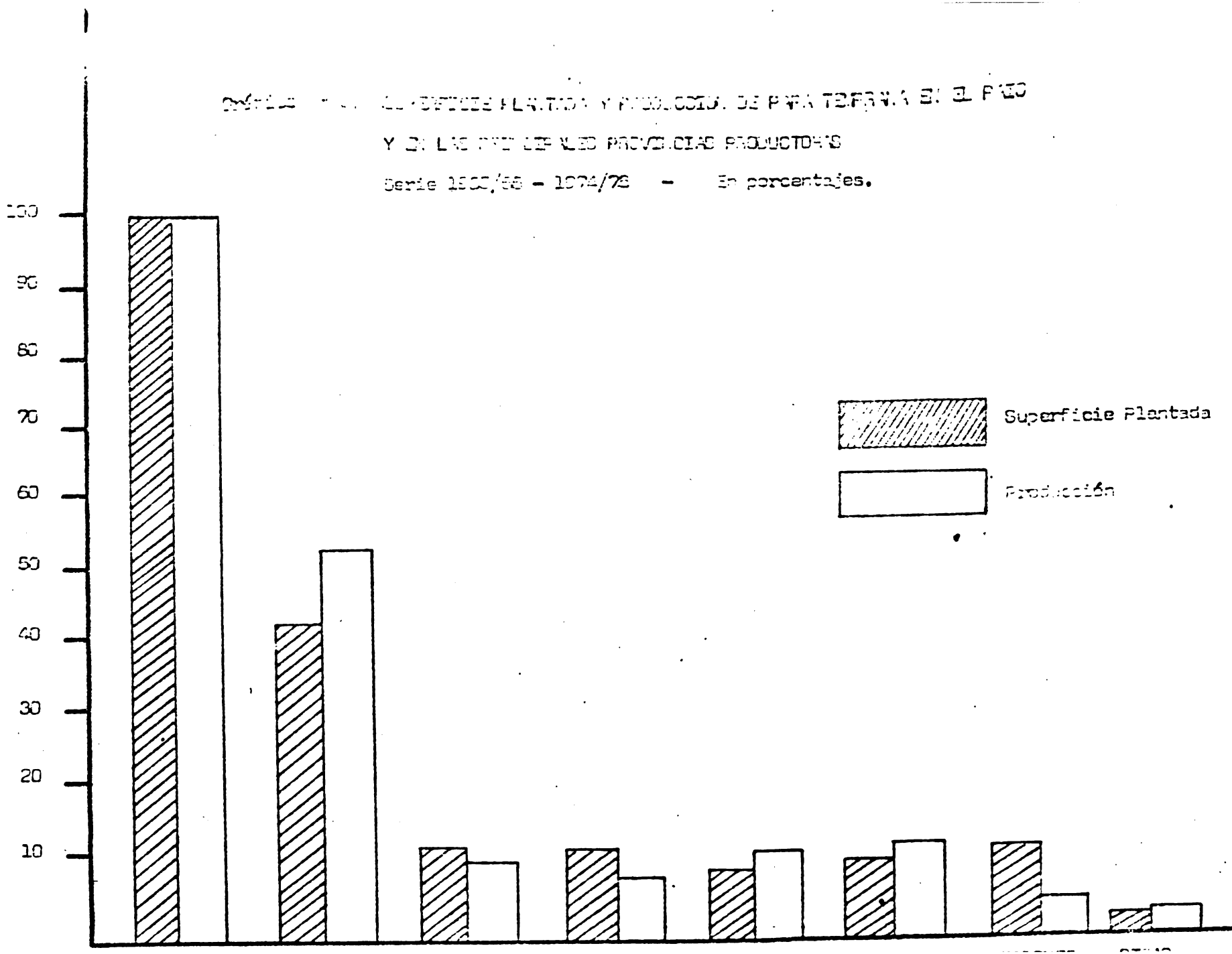

Y EN LAS PRINCIPALES PROVINCIAS PRODUCTORAS
Serie 1968/69 - 1974/75 - En porcentajes.
100
90
80
70
60
50
40
30
20
10
Superficie Plantada
Producción

Gráfico N°6: SUPERFICIE PLANTADA Y PRODUCCION DE PAPA SEMITEMPRANA EN LAS PRINCIPALES PROVINCIAS PRODUCTORAS.

Serie 1965/66-1974/75 En porcentajes.

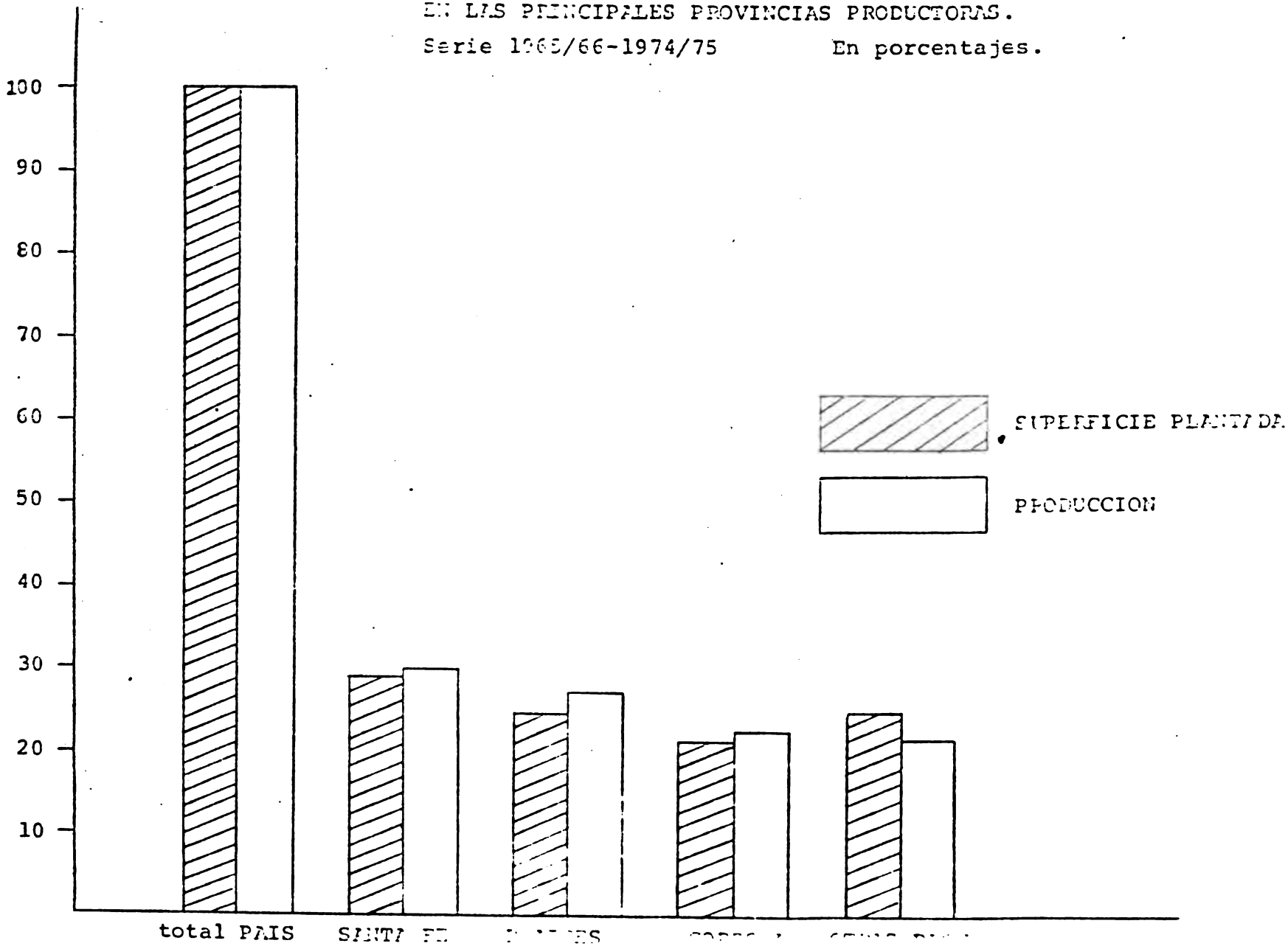


Gráfico N°7: SUPERFICIE PLANTADA Y PRODUCCION DE PAPA SEMITARDIA EN EL PAIS Y EN LAS PRINCIPALES PROVINCIAS.

Serie 1965/66 - 1974/75 - En porcentaje.

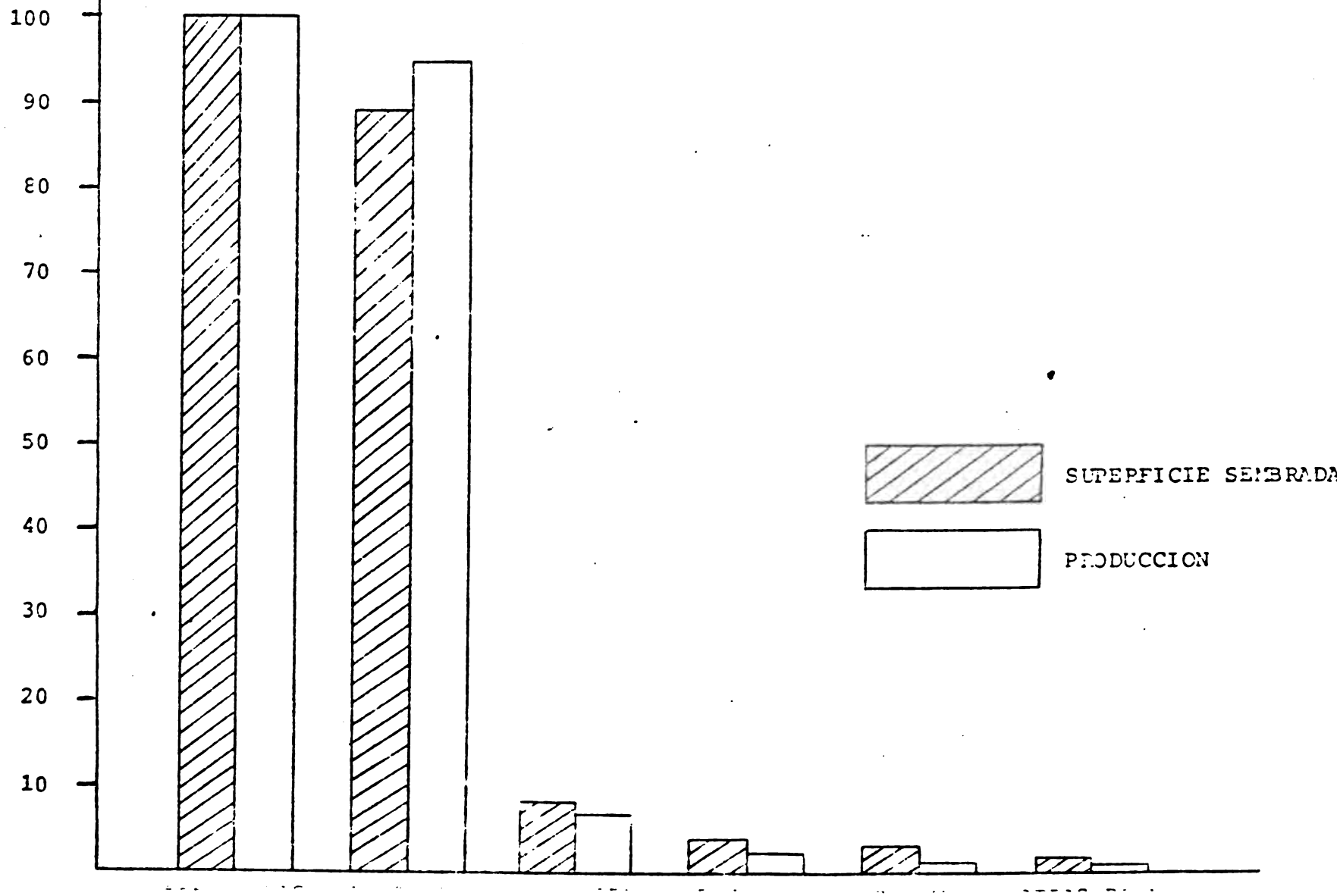


Gráfico N°8: SUPERFICIE SEMBRADA Y PRODUCCION DE PAPA TARDIA EN EL PAIS Y EN LAS PRINCIPALES PROVINCIAS.

Serie 1965/66 - 1974/75 - En porcentaje.

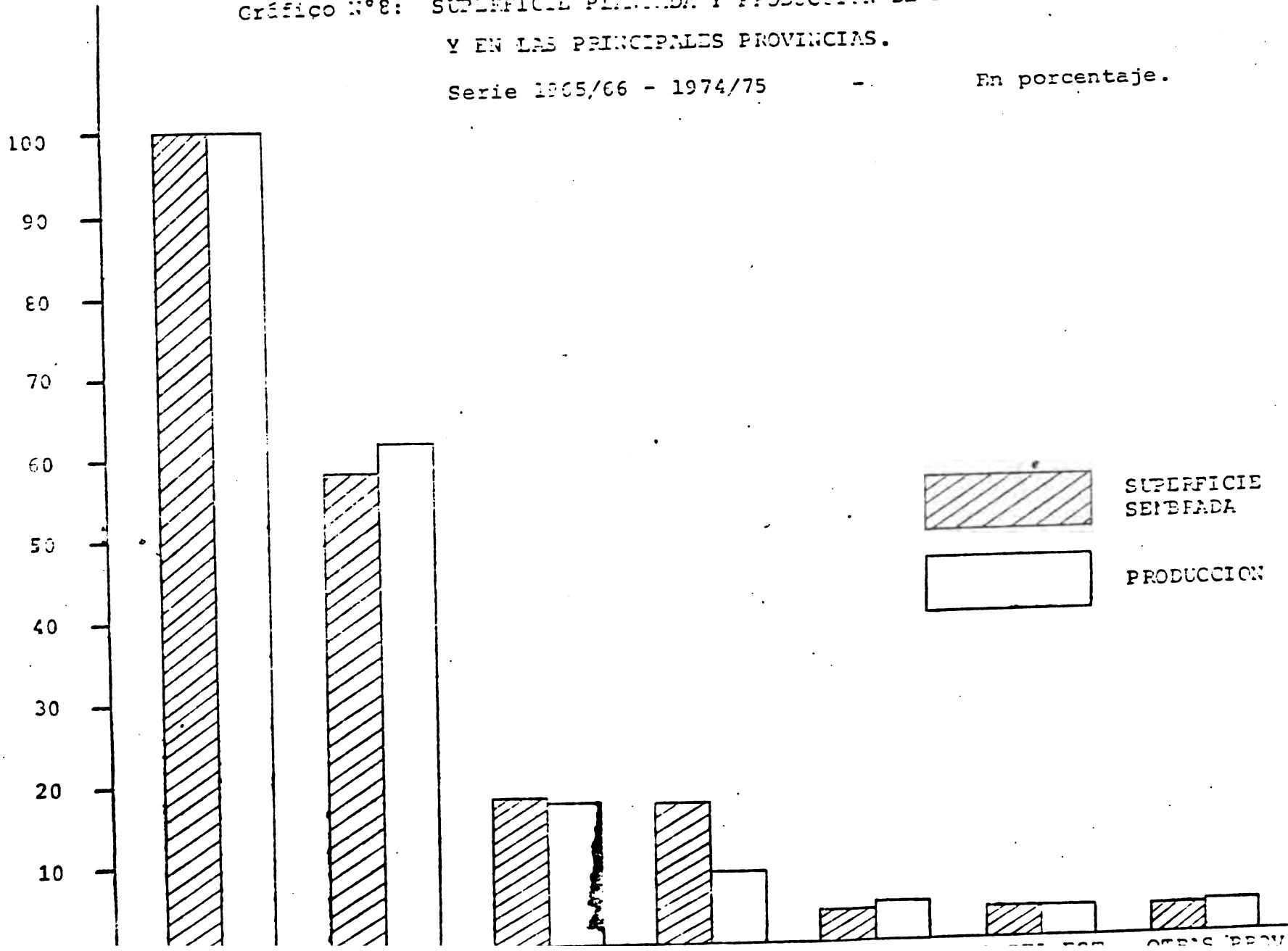
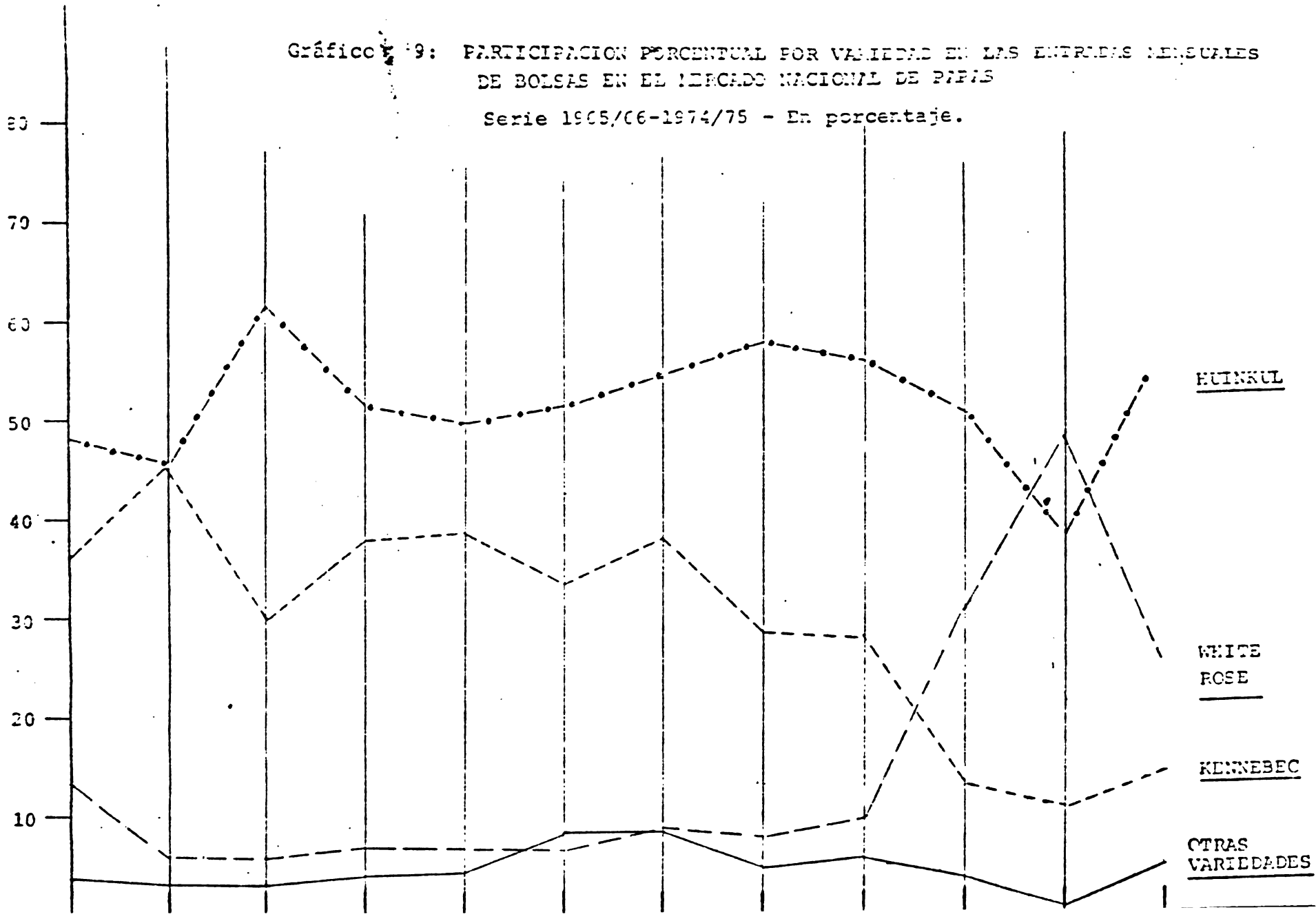
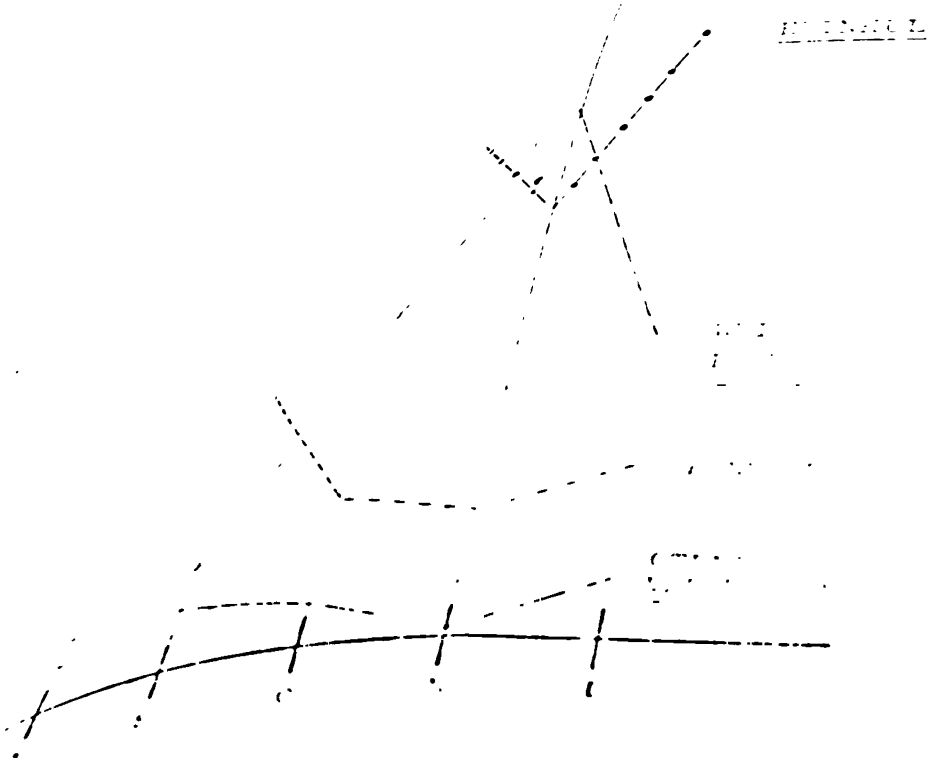
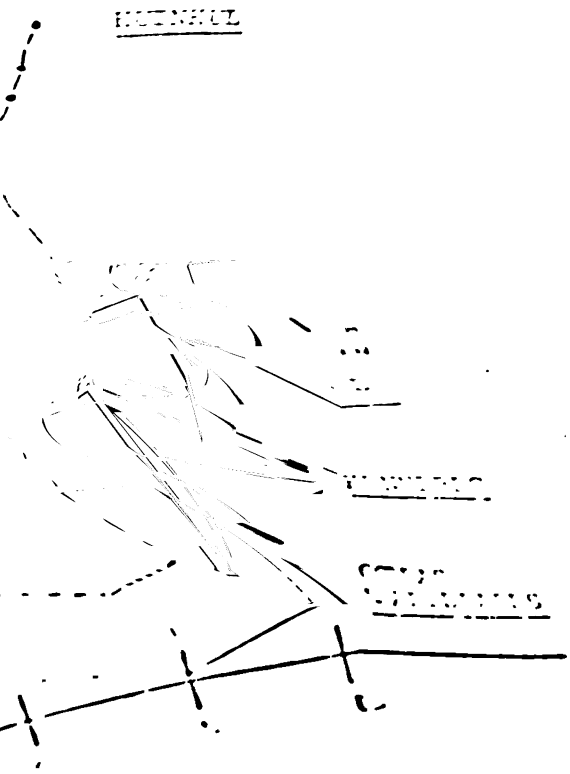


Gráfico N° 9: PARTICIPACION PORCENTUAL POR VARIEDAD EN LAS ENTRADAS MENSUALES DE BOLSAS EN EL MERCADO NACIONAL DE PAPAS

Serie 1965/66-1974/75 - En porcentaje.





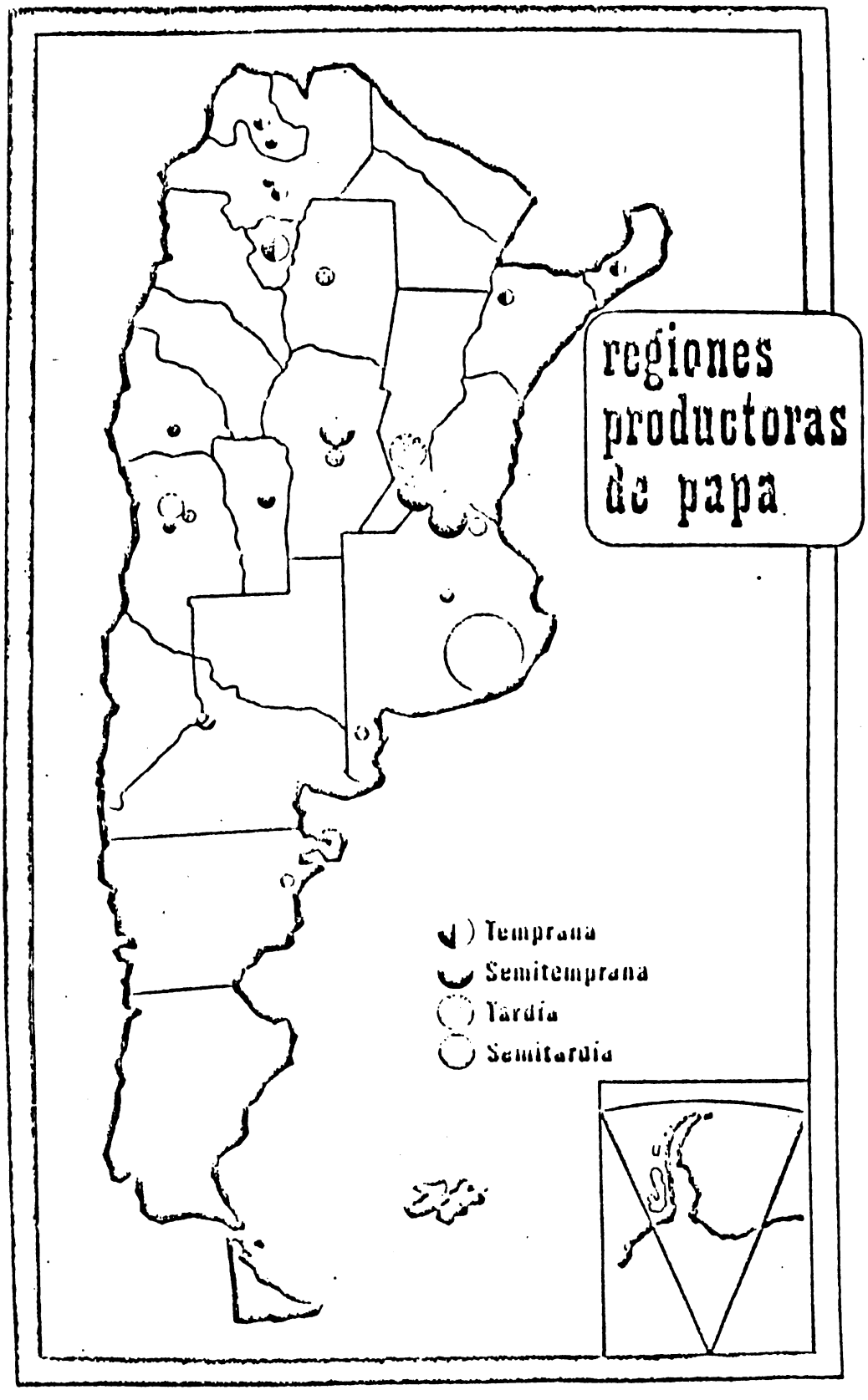


APENDICE III

MAPAS

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS

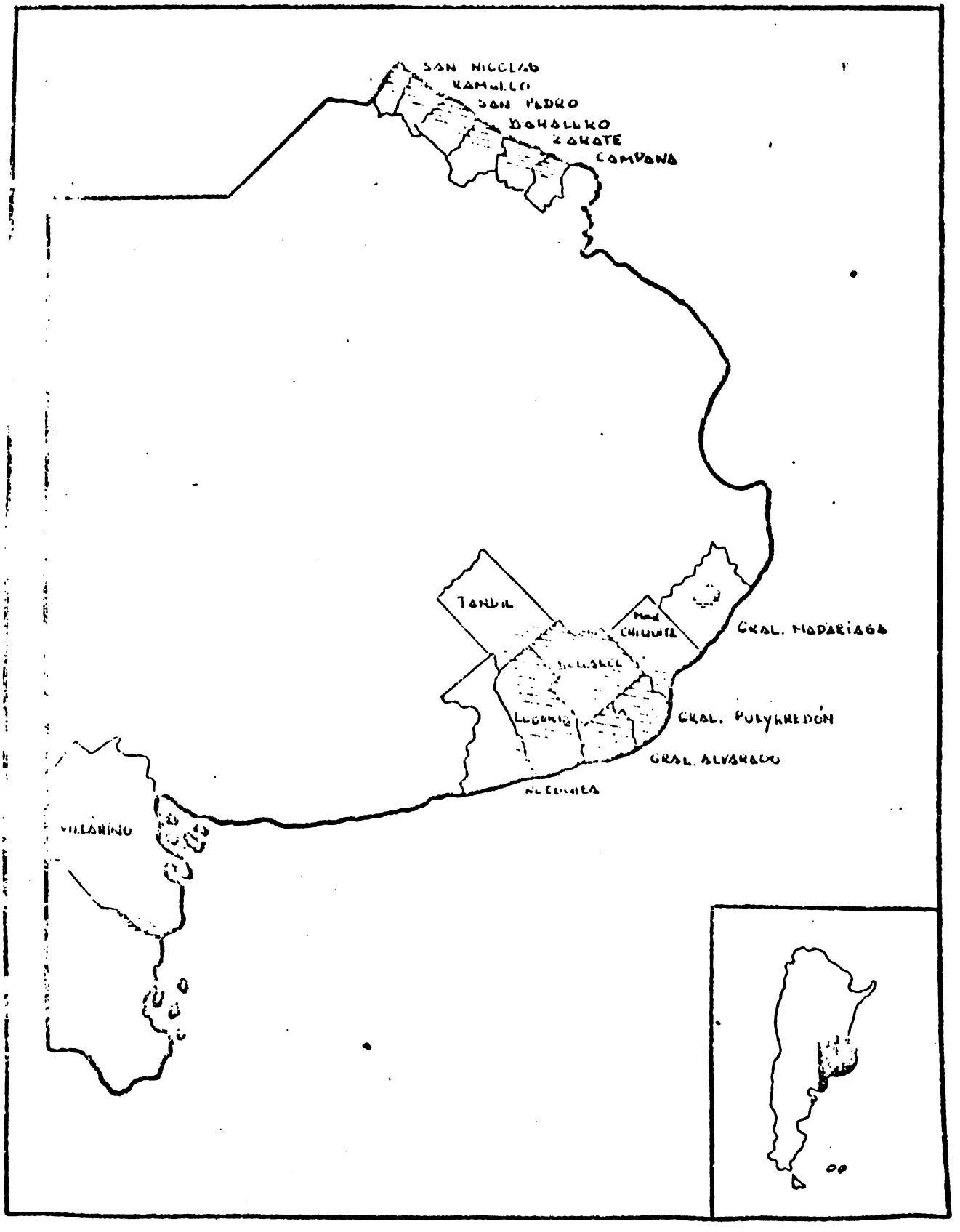
DE PAPA EN EL PAIS



MAPA Nº 2.

PRINCIPALES AREAS PRODUCTORAS DE PAPA

EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES



MAPA Nº 3.

PRINCIPALES AREAS PRODUCTORAS DE PAPA EN LA PROVINCIA DE SANTA FE

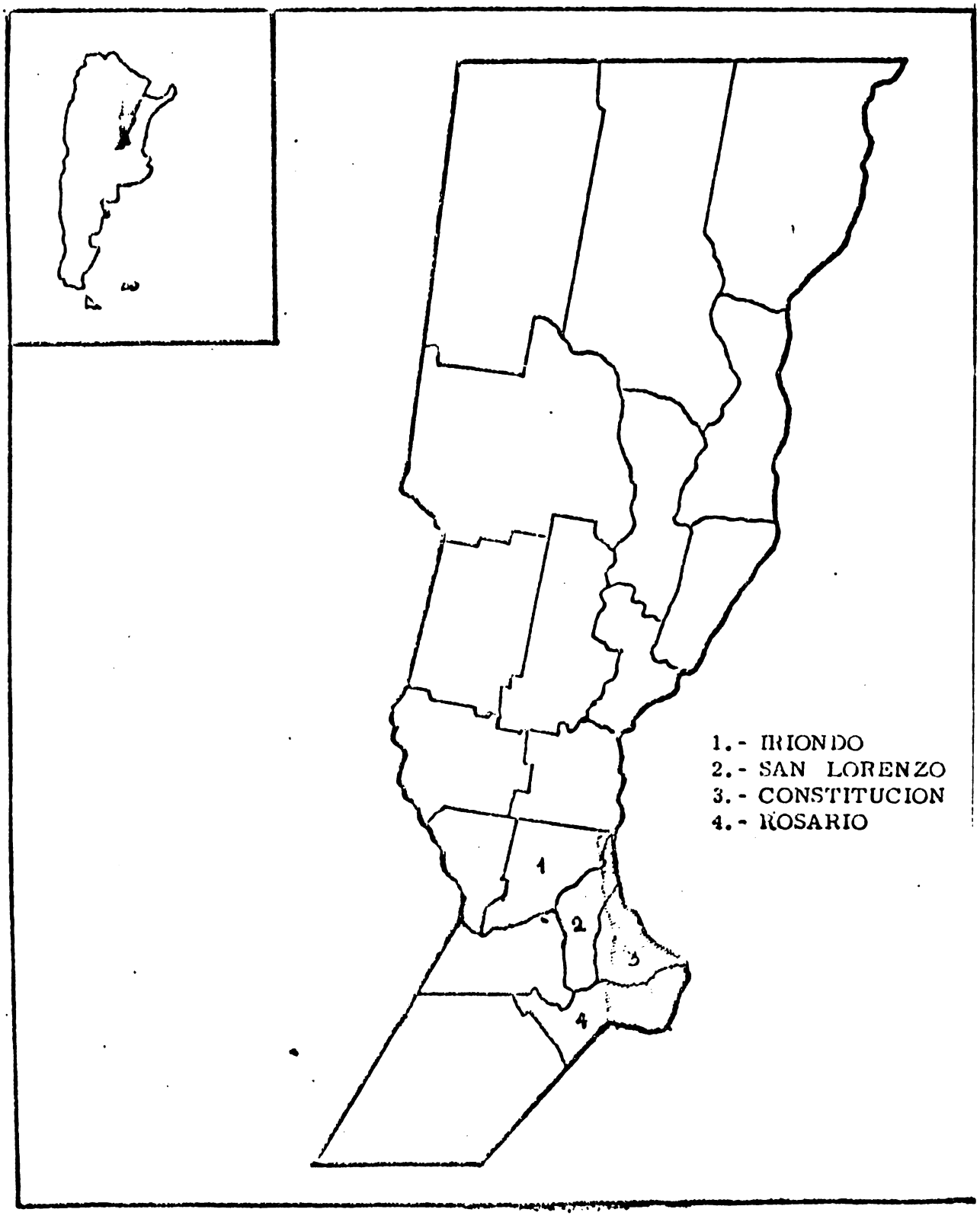
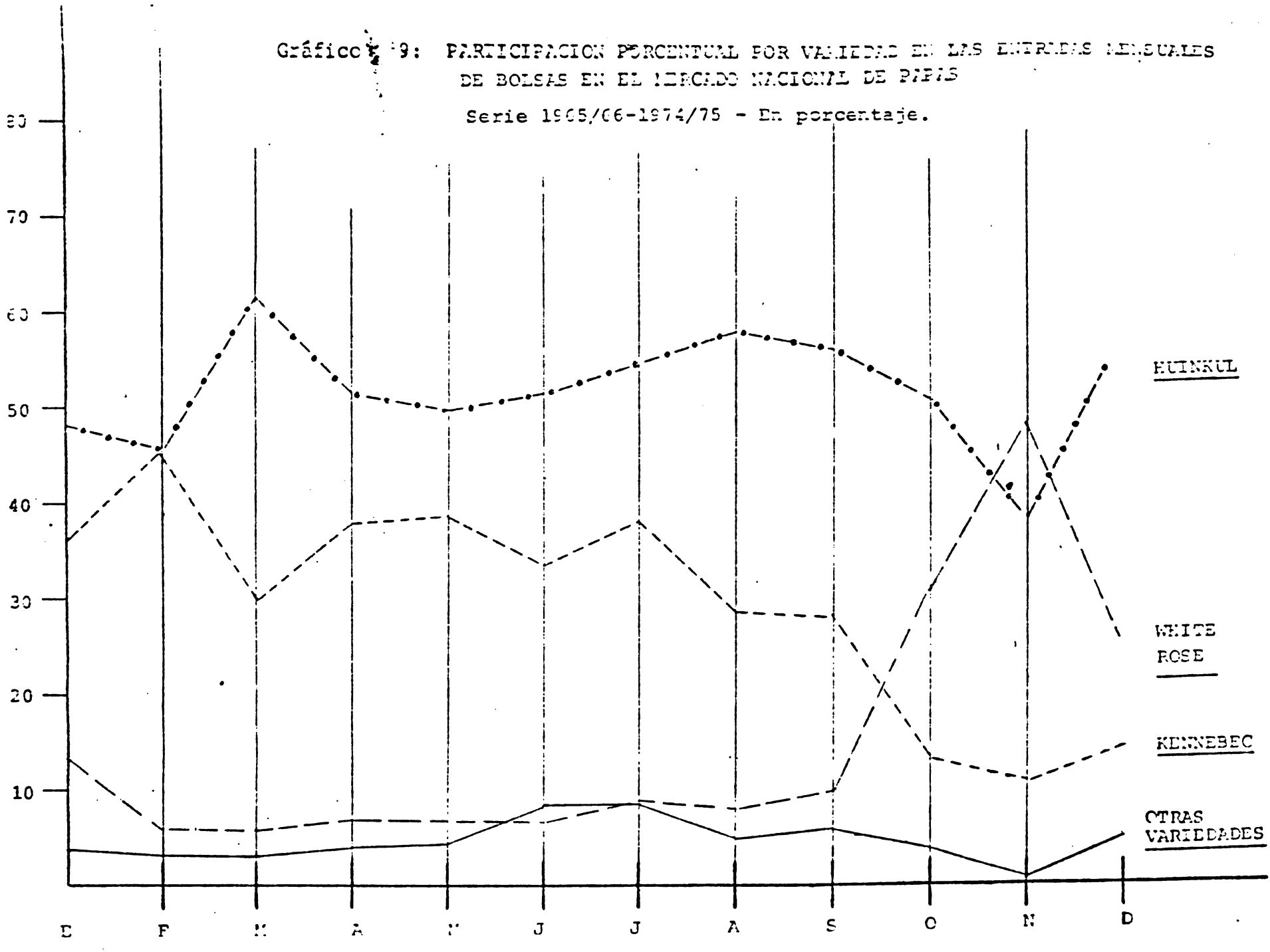


Gráfico N° 9: PARTICIPACION PORCENTUAL POR VARIEDAD EN LAS ENTRADAS MENSUALES DE BOLSAS EN EL MERCADO NACIONAL DE PAPAS

Serie 1965/66-1974/75 - En porcentaje.

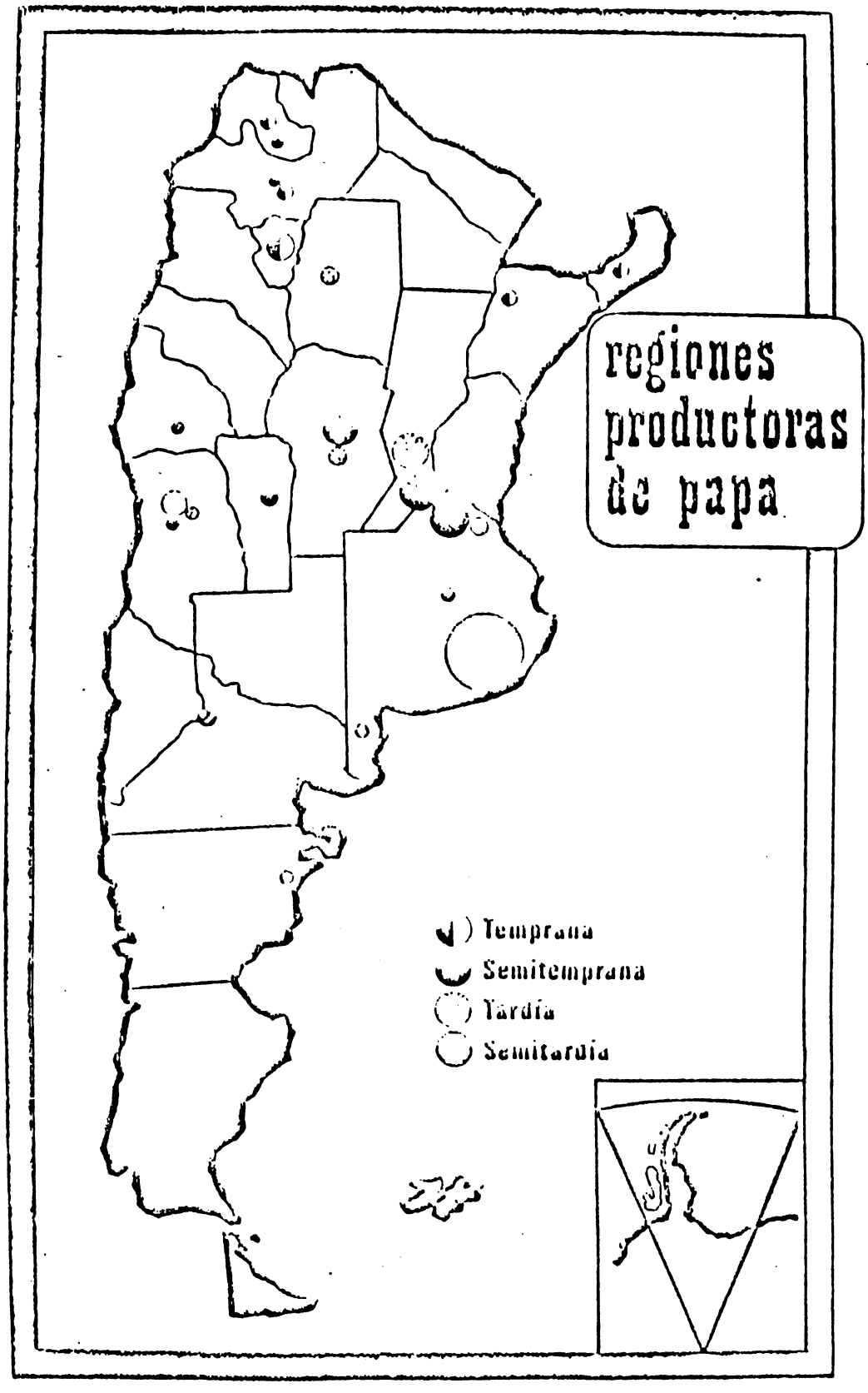


APENDICE III

MAPAS

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS

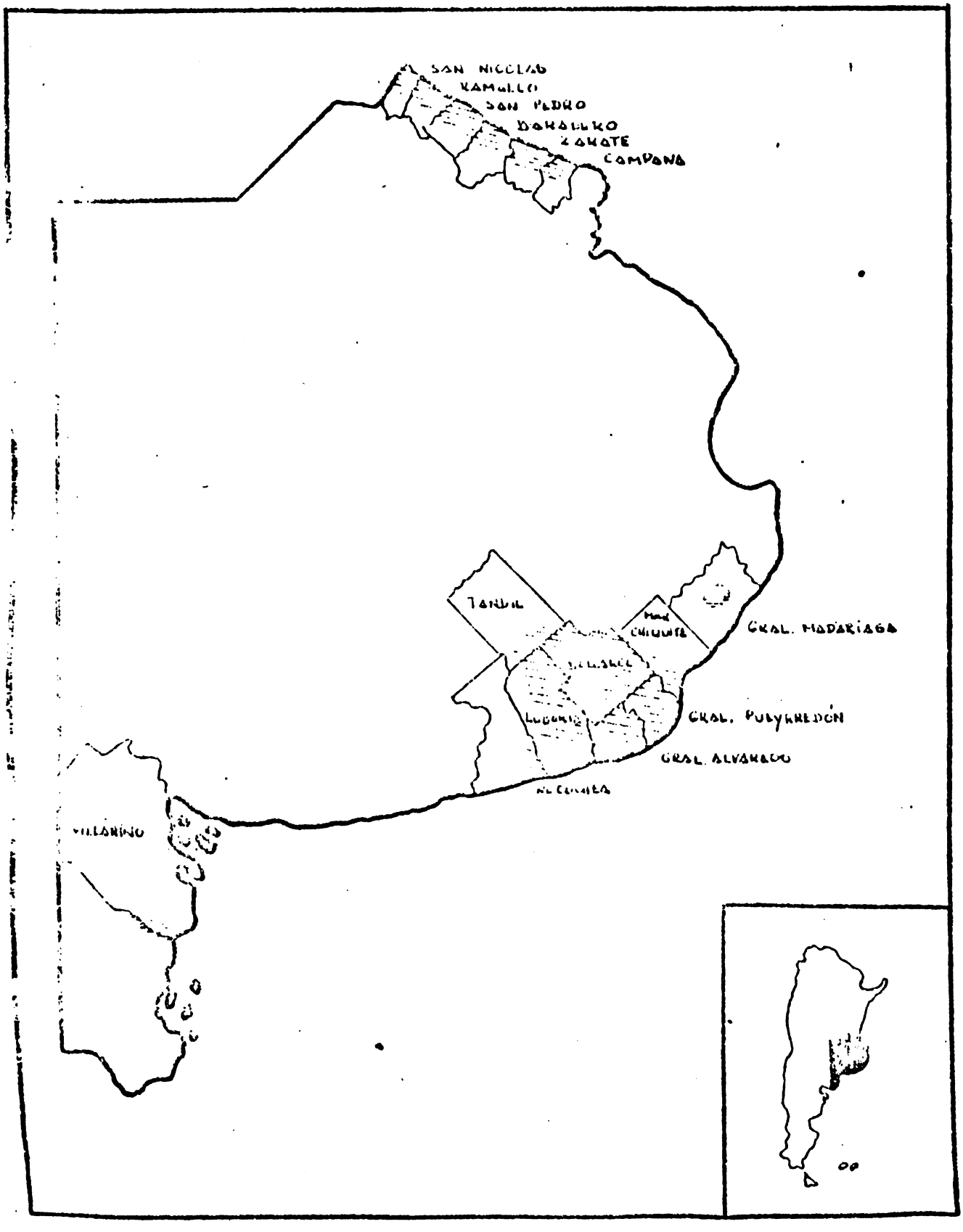
DE PAPA EN EL PAIS



MAPA Nº 2.

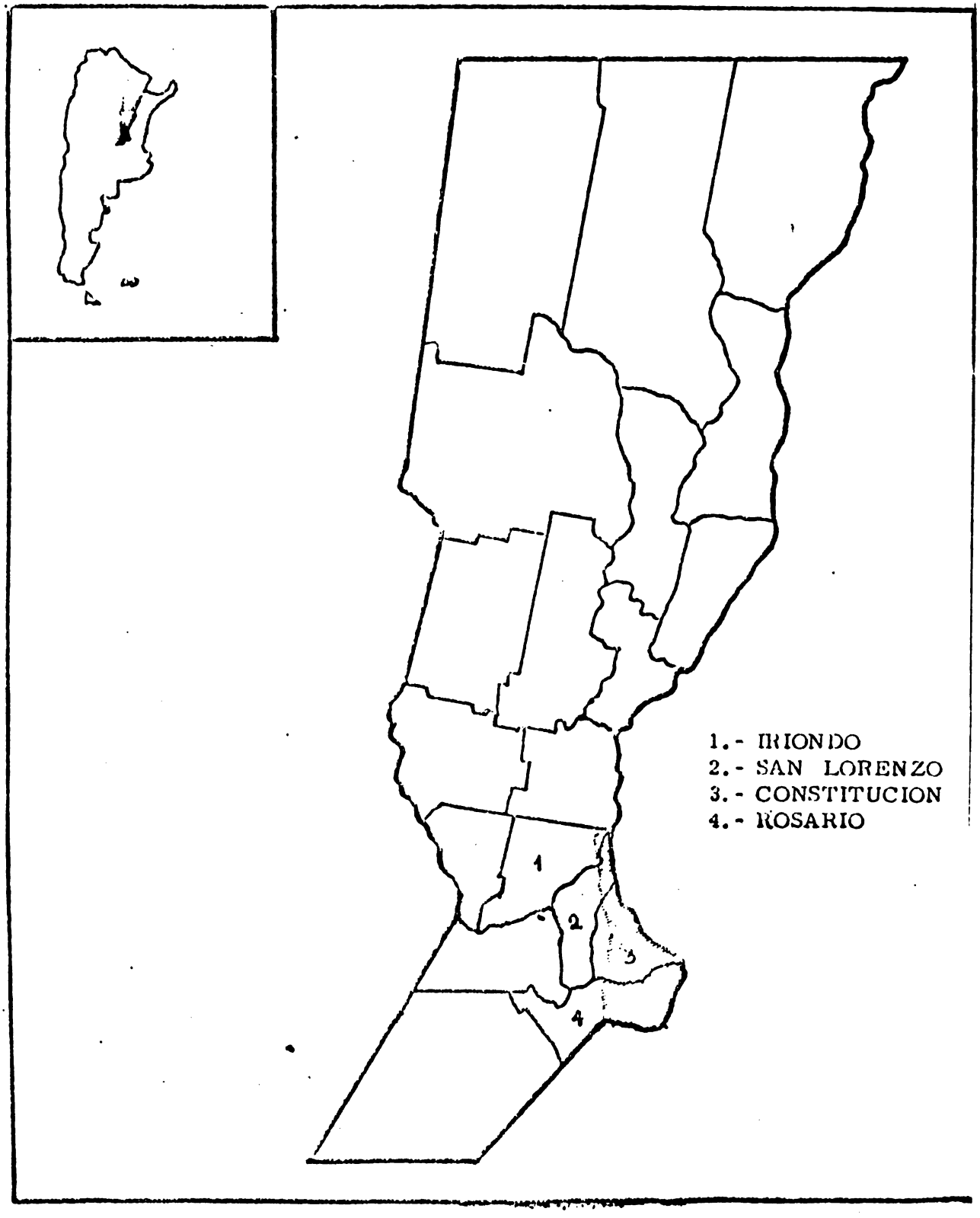
PRINCIPALES AREAS PRODUCTORAS DE PAPA

EN LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

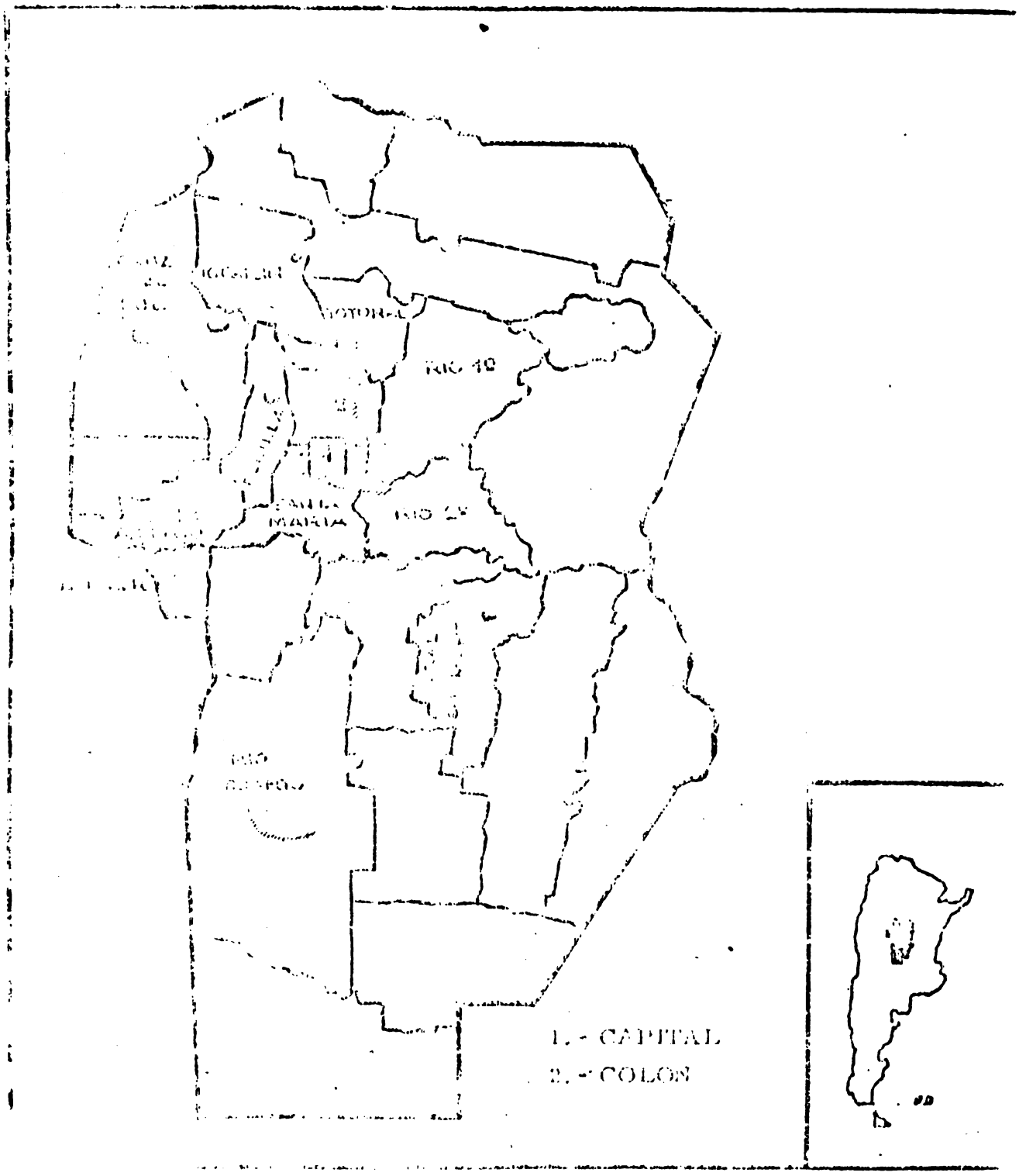


MAPA Nº 3.

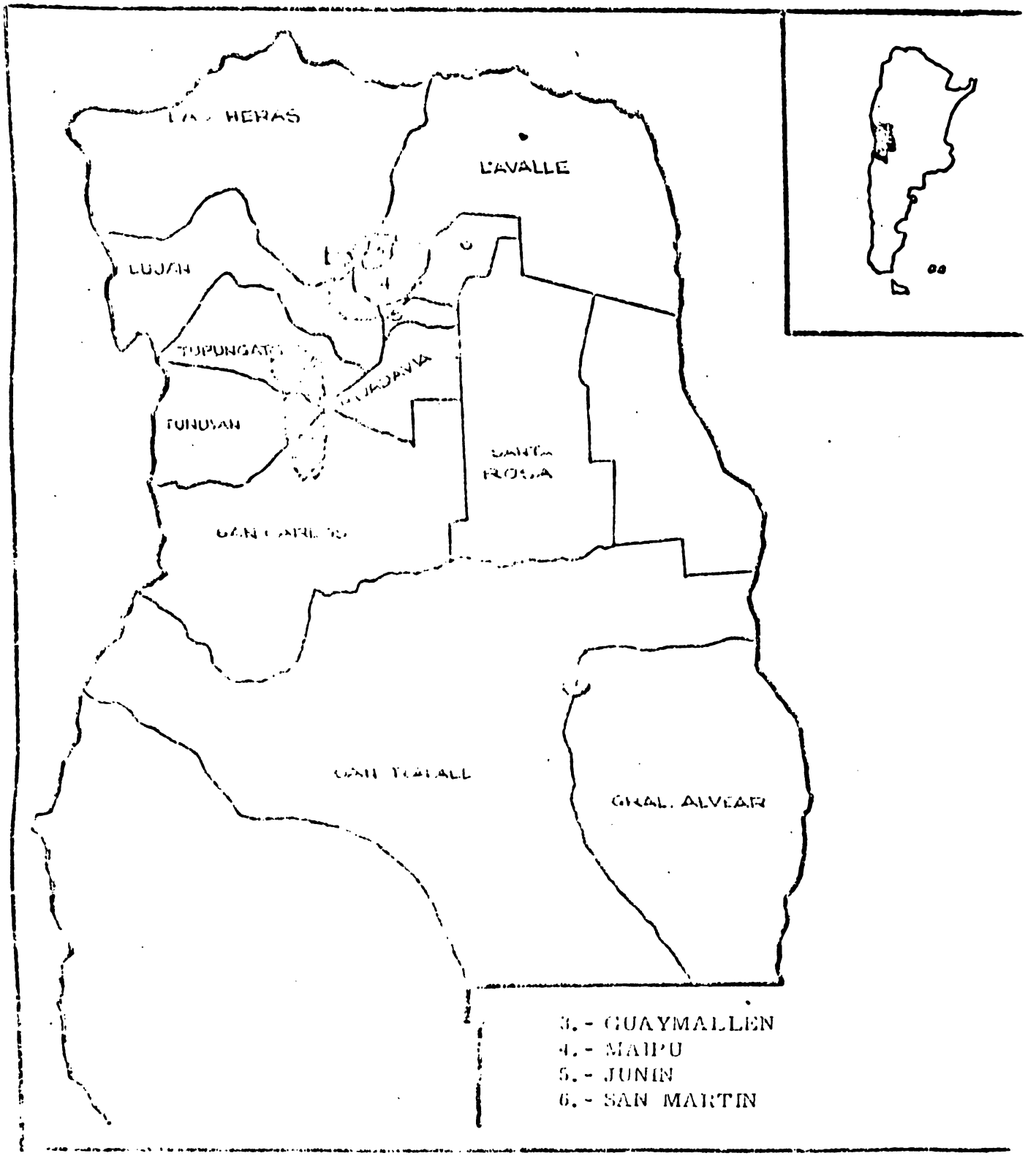
PRINCIPALES AREAS PRODUCTORAS DE PAPA EN LA PROVINCIA DE SANTA FE



PRINCIPALES AREAS PRODUCTORAS DE PAPA EN LA PROVINCIA DE CORDOBA

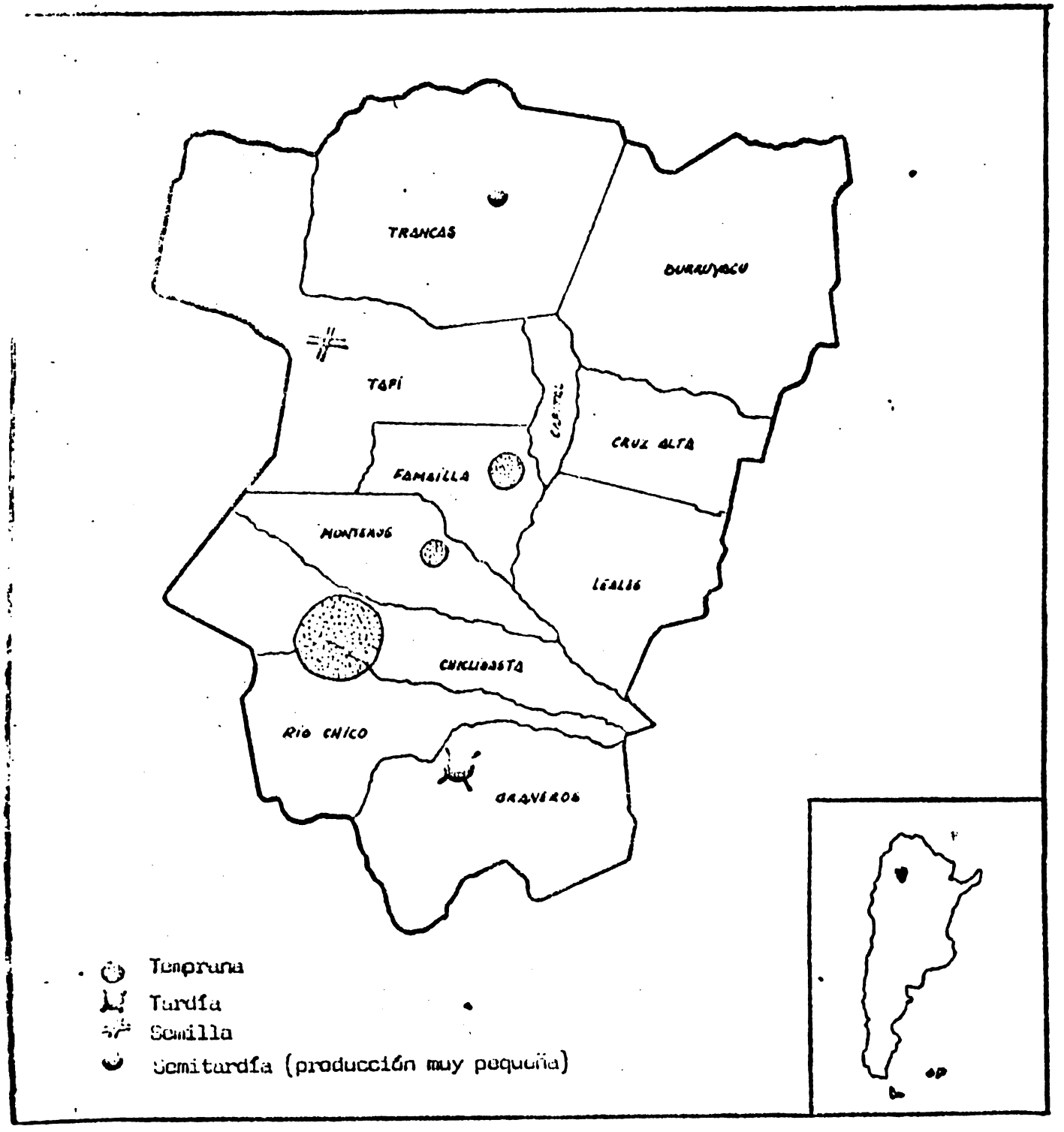


PAPA EN LA PROVINCIA DE MENDOZA



PRINCIPALES ZONAS PRODUCTORAS DE PAPA

DE LA PROVINCIA DE TUCUMAN



ANALISIS ESPECIAL DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION INTERNA

DE CEBOLLAS

1. Características generales del cultivo

1.1. Ubicación del cultivo

Extensas áreas geográficas del país presentan condiciones favorables para la producción de la cebolla. Como estas áreas están ubicadas en latitudes escalonadas, es posible abastecer los centros de consumo del mercado interno durante todo el año.

Aunque el cultivo de la cebolla es factible en la mayor parte del territorio nacional, es fácil identificar por lo menos seis regiones productoras importantes: Mendoza, San Juan, Santiago del Estero, Sur de Buenos Aires, Córdoba y Salta (1).

La producción de cebolla de la región cuyana es muy importe dentro del país. Mendoza y San Juan reúnen el 54 por ciento de la producción nacional, estimada en 330.000 t para la cosecha 74/75.

En Mendoza, los departamentos productores que más se destacan son Luján, Maipú, Guaymallén, Junín, Lavalle, Las Heras Rivadavia, San Martín y San Rafael. La provincia produce alrededor de 90.000 t anuales de cebolla de época, que representa el 27 por ciento del total nacional.

En la Provincia de San Juan, las zonas productoras más importantes están ubicadas en los departamentos de Jáchal, Pocito, 25 de Mayo, Rawson, Calingasta, Chimbas, Santa Lucía y Rivadavia.

Si se computan juntos los volúmenes correspondientes a cebolla de bulbo de época y de primicia, San Juan produce unas 88.000 t anuales, lo que representa un 26.6 por ciento de la producción nacional.

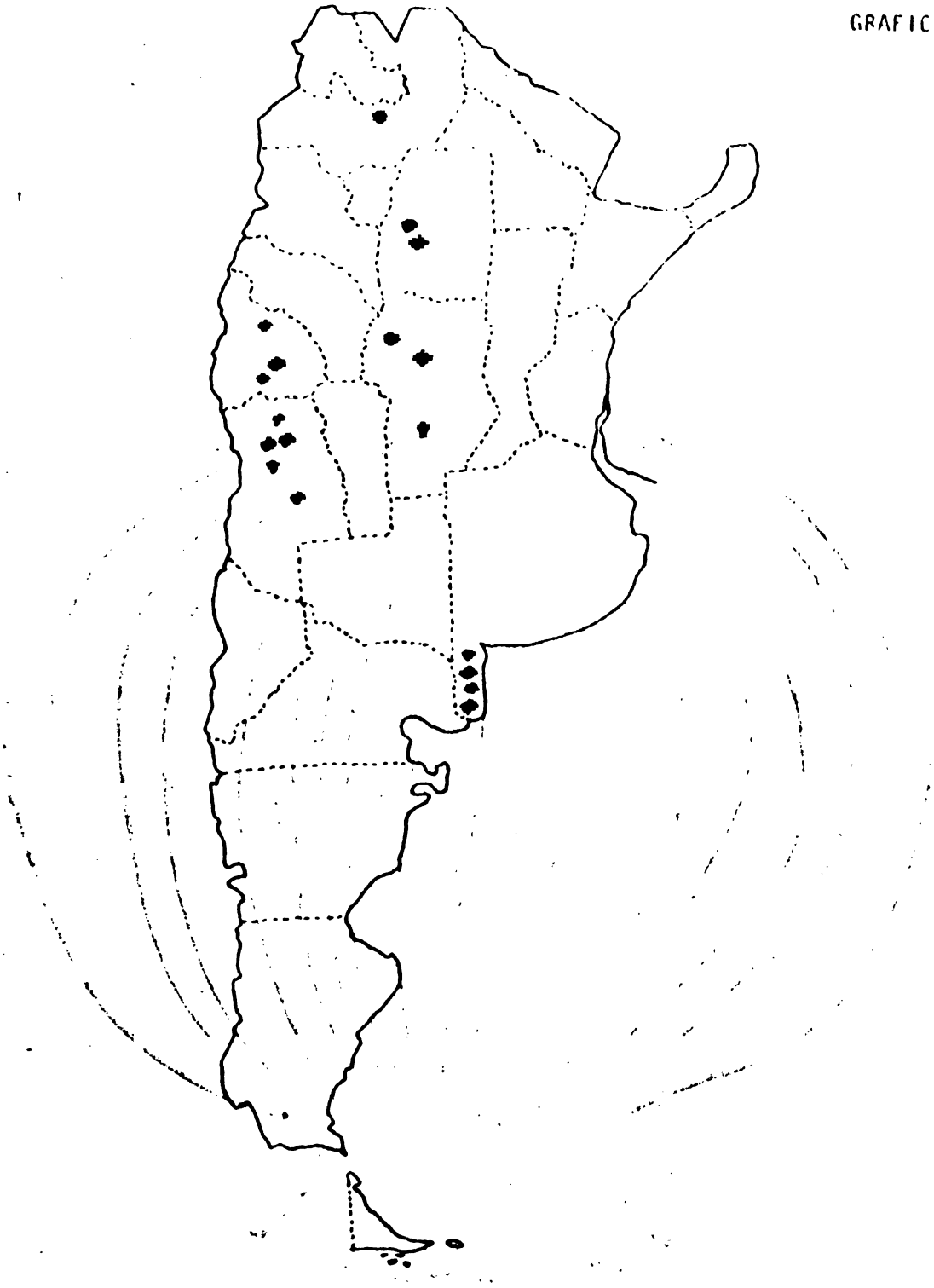
La región hortícola de Santiago del Estero es la principal productora de cebolla de bulbo primicia. Las 70.000 t anuales de producción, casi exclusivamente de variedad Valencianita, se originan fundamentalmente en los departamentos de Robles y La Banda. Este volumen representa aproximadamente

(1) Consultar Gráfico 1

C E B O L L A

PRINCIPALES REGIONES PRODUCTORAS

GRAFICO 1



un 63 por ciento de la producción nacional de bulbo primicia y un 20 por ciento de la producción nacional .

El sur de la Provincia de Buenos Aires es una típica región productora de ajo y cebolla. Los principales centros productores- Médano, Hilario Ascasubi y Pedro Luro -están ubicados en los partidos de Villarino y Patagones.

Aunque actualmente esta región produce sólo unas 35.000 t de cebolla de bulbo de época (aproximadamente el 10.6 por ciento del total nacional), tiene condiciones para transformarse dentro de pocos años en una región mucho más importante dentro del país.

En la Provincia de Córdoba, los departamentos de Cruz del Eje, San Javier, San Alberto, La Capital, Río Cuarto y Río Primero son productores de cebolla de bulbo. La producción provincial - principalmente de cebolla semi-temprana - alcanza las 13.000 t , representando así el 4 por ciento de la producción nacional.

Finalmente en la región hortícola salteña - principalmente en los departamentos de Anta y General Guemes -la producción de cebolla de bulbo primicia alcanza las 6.500 t, lo que representa aproximadamente un (por ciento de la producción nacional total.

1.2. Rendimiento:

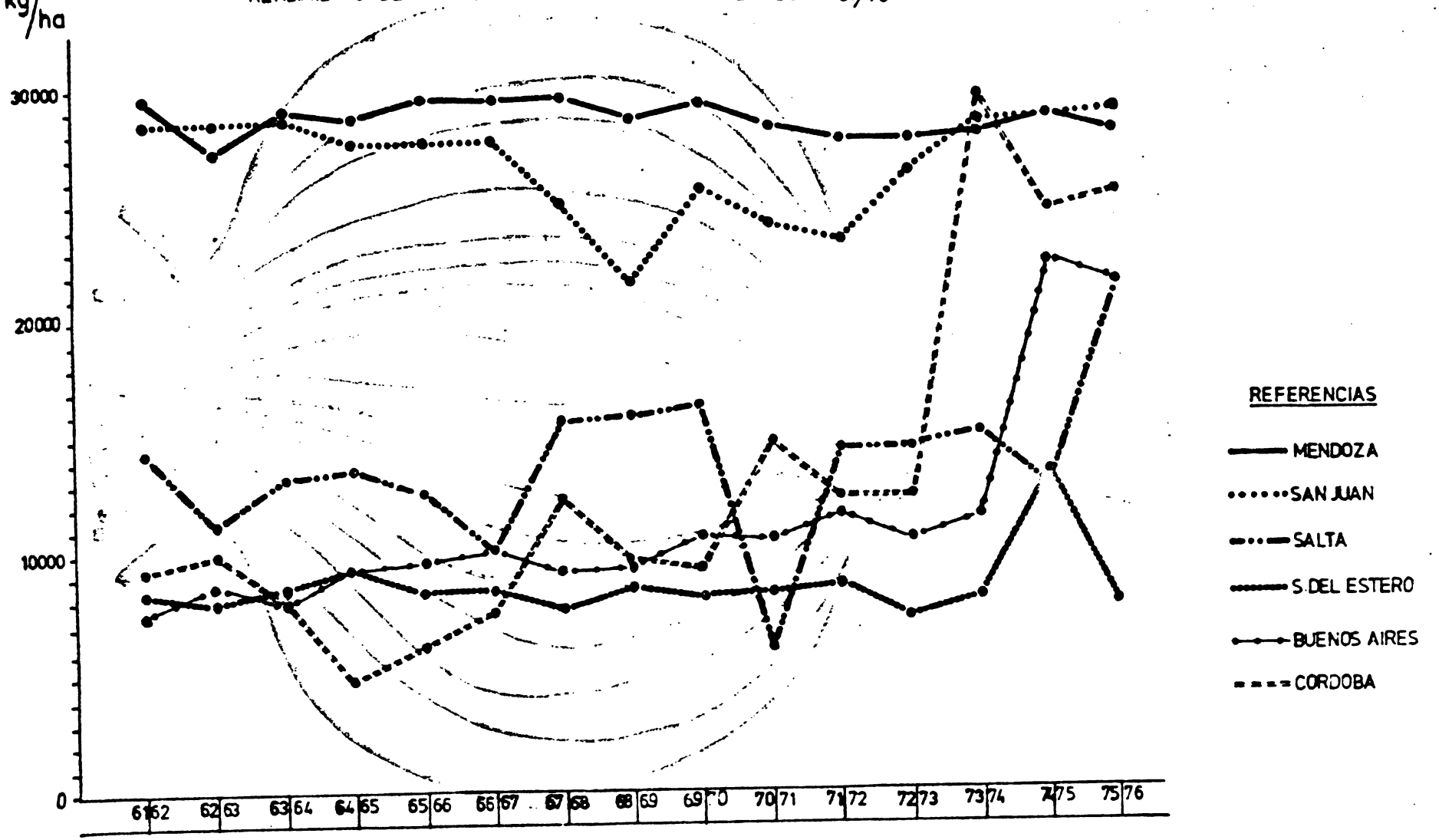
Si se consulta el gráfico 2 se podrá advertir que los rendimientos en unidad de peso por hectárea, difieren substancialmente entre algunas regiones productoras.

En realidad, existen en el país dos bandas de rendimientos bien definidas. Una de ellas la ocupan las provincias de San Juan y Mendoza con rendimientos que oscilan levemente en torno a los 28.000 kg/ha..

Las depresiones más bruscas que presenta la curva de rendimientos de San Juan se explican si se tiene en cuenta los años de sequías que soportó la provincia.

CEBOLLA EN ARGENTINA

RENDIMIENTO DE LAS REGIONES PRODUCTORAS — PERIODO 61/76



FUENTE: I.N.D.E.C BOLETIN DE ESTADISTICAS

GRAFICO 2

Al menos hasta la campaña 1972/73, la otra banda de rendimientos -delimitada por rendimientos medios de 8.000 a 14.000kg/ha- fue ocupada por las zonas productoras de las provincias de Santiago del Estero, Buenos Aires, Córdoba y Salta.

Santiago del Estero presenta con ligeras oscilaciones un rendimiento de 8.500kg/ha, para su período 1962/76.

La línea de tendencia de los rendimientos del sur de la Provincia de Buenos Aires es ligeramente creciente hasta la campaña 1973/74. El rendimiento medio hasta esta campaña inclusive es de 10.400kg/ha. De aquí en adelante los rendimientos son muy superiores (alrededor de 22.000k/ha para las campañas 1975/75 y 1975/76).

La provincia de Córdoba tiene, hasta la campaña 1972/73, un rendimiento medio de 10.500kg/ha sobre una línea de tendencia creciente. Como en el caso del Sur de la Provincia de Buenos Aires, a partir de 1973/74, los rendimientos se aproximan a los obtenidos en las provincias cuyanas. Puede constatarse que el promedio de las últimas tres campañas alcanza los 26.500 kg/ha. Finalmente la zona hortícola de Salta presenta fuertes oscilaciones en los rendimientos anuales, cuyo promedio está aproximadamente en los 14.000 kg/ha.

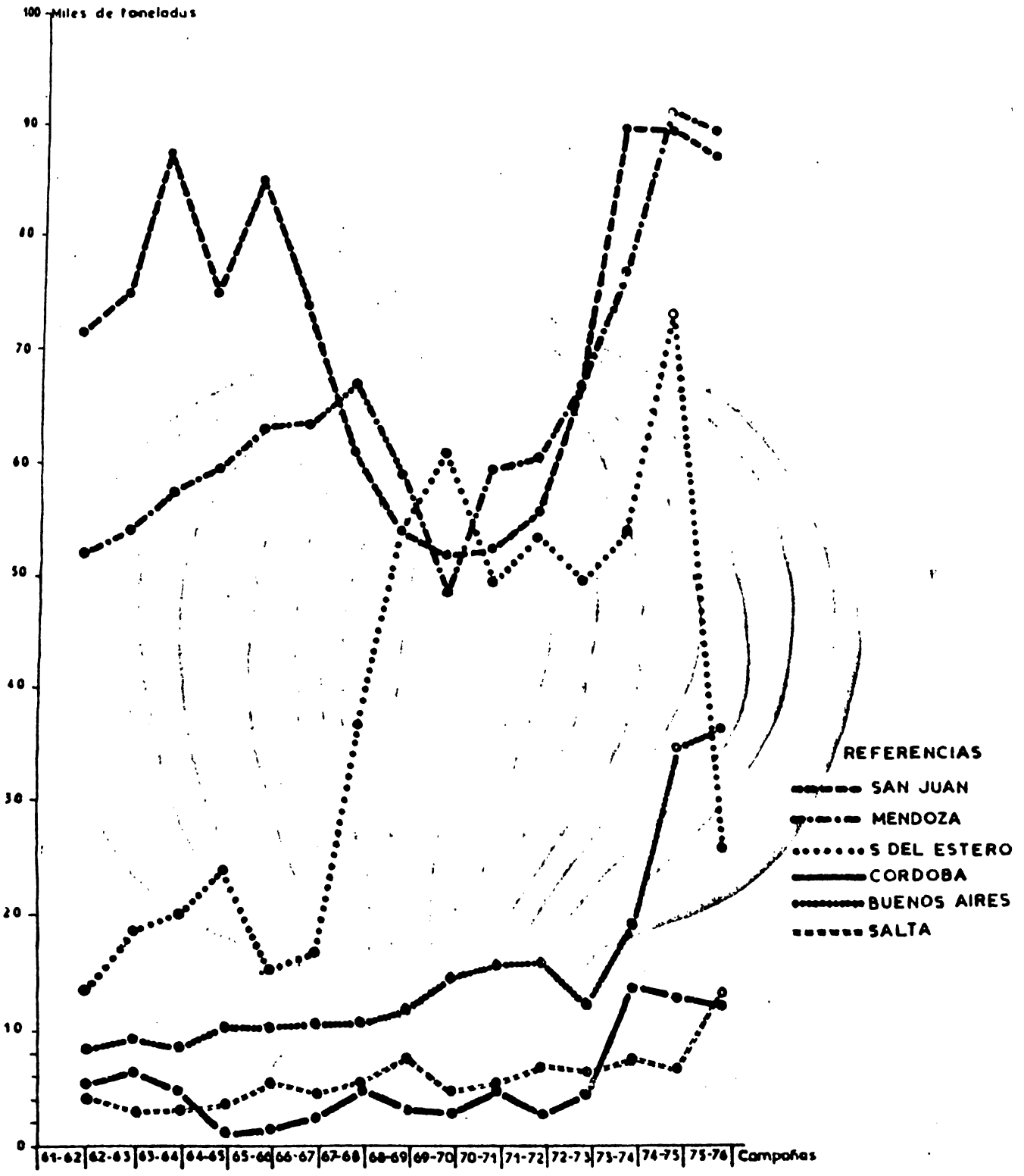
1.3. Producción

- Con una superficie cultivada en expansión y con rendimientos en aumento en las regiones productoras, la producción nacional de cebolla se presenta en una línea de tendencia firmemente creciente, a través del período 1962/76 (2).
- Tal vez una excepción a lo anterior se presente en la Provincia de Córdoba, en donde a pesar de que la superficie cosechada disminuyó en 22.2 por ciento, los rendimientos fueron tan buenos que permitieron un aumento de la producción en un 114 por ciento.

(2) Ver gráficos 2 y 3, y cuadro 1.

CEBOLLA EN ARGENTINA

Producción de las principales regiones productoras del país
período 61/ 76



FUENTE: INDEC. BOLETIN DE ESTADISTICAS
GRAFICO 3

Al menos hasta la campaña 1972/73, la otra banda de rendimientos -delimitada por rendimientos medios de 8.000 a 14.000kg/ha- fue ocupada por las zonas productoras de las provincias de Santiago del Estero, Buenos Aires, Córdoba y Salta.

Santiago del Estero presenta con ligeras oscilaciones un rendimiento de 8.500kg/ha, para su período 1962/76.

La línea de tendencia de los rendimientos del sur de la Provincia de Buenos Aires es ligeramente creciente hasta la campaña 1973/74. El rendimiento medio hasta esta campaña inclusive es de 10.400kg/ha. De aquí en adelante los rendimientos son muy superiores (alrededor de 22.000k/ha para las campañas 1975/75 y 1975/76).

La provincia de Córdoba tiene, hasta la campaña 1972/73, un rendimiento medio de 10.500kg/ha sobre una línea de tendencia creciente. Como en el caso del Sur de la Provincia de Buenos Aires, a partir de 1973/74, los rendimientos se aproximan a los obtenidos en las provincias cuyanas. Puede constatarse que el promedio de las últimas tres campañas alcanza los 26.500 kg/ha. Finalmente la zona hortícola de Salta presenta fuertes oscilaciones en los rendimientos anuales, cuyo promedio está aproximadamente en los 14.000 kg/ha.

1.3. Producción

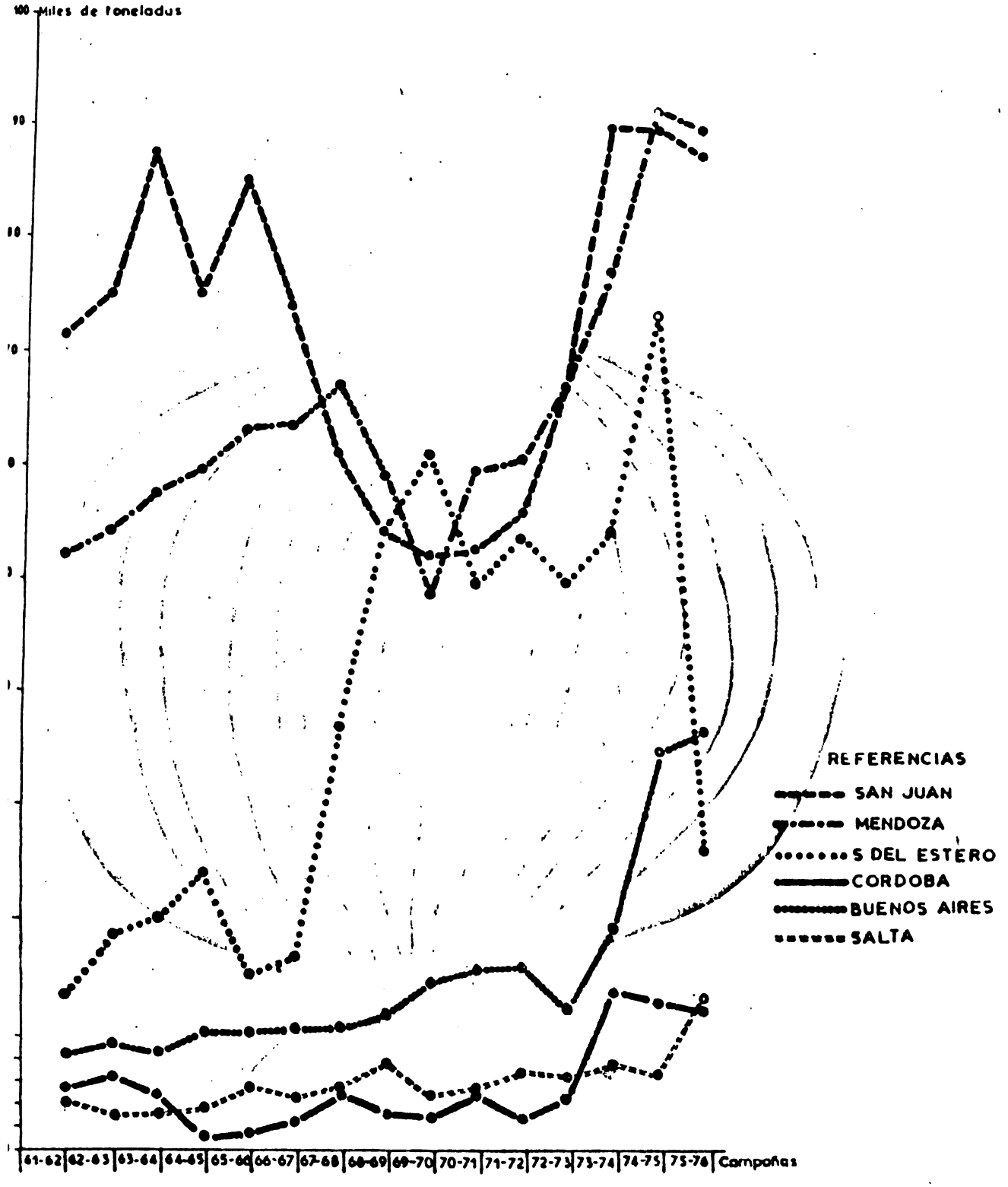
Con una superficie cultivada en expansión y con rendimientos en aumento en las regiones productoras, la producción nacional de cebolla se presenta en una línea de tendencia firmemente creciente, a través del período 1962/76 (2).

Tal vez una excepción a lo anterior se presente en la Provincia de Córdoba, en donde a pesar de que la superficie cosechada disminuyó en 22.2 por ciento, los rendimientos fueron tan buenos que permitieron un aumento de la producción en un 114 por ciento.

(2) Ver gráficos 2 y 3, y cuadro 1.

CEBOLLA EN ARGENTINA

Producción de las principales regiones productoras del país
período 61/ 76



FUENTE: INDEC. BOLETIN DE ESTADISTICAS
GRAFICO 3

Al menos hasta la campaña 1972/73, la otra banda de rendimientos -delimitada por rendimientos medios de 8.000 a 14.000kg/ha- fue ocupada por las zonas productoras de las provincias de Santiago del Estero, Buenos Aires, Córdoba y Salta.

Santiago del Estero presenta con ligeras oscilaciones un rendimiento de 8.500kg/ha, para su período 1962/76.

La línea de tendencia de los rendimientos del sur de la Provincia de Buenos Aires es ligeramente creciente hasta la campaña 1973/74. El rendimiento medio hasta esta campaña inclusive es de 10.400kg/ha. De aquí en adelante los rendimientos son muy superiores (alrededor de 22.000k/ha para las campañas 1975/75 y 1975/76).

La provincia de Córdoba tiene, hasta la campaña 1972/73, un rendimiento medio de 10.500kg/ha sobre una línea de tendencia creciente. Como en el caso del Sur de la Provincia de Buenos Aires, a partir de 1973/74, los rendimientos se aproximan a los obtenidos en las provincias cuyanas. Puede constatarse que el promedio de las últimas tres campañas alcanza los 26.500 kg/ha. Finalmente la zona hortícola de Salta presenta fuertes oscilaciones en los rendimientos anuales, cuyo promedio está aproximadamente en los 14.000 kg/ha.

1.3. Producción

Con una superficie cultivada en expansión y con rendimientos en aumento en las regiones productoras, la producción nacional de cebolla se presenta en una línea de tendencia firmemente creciente, a través del período 1962/76 (2).

Tal vez una excepción a lo anterior se presente en la Provincia de Córdoba, en donde a pesar de que la superficie cosechada disminuyó en 22.2 por ciento, los rendimientos fueron tan buenos que permitieron un aumento de la producción en un 114 por ciento.

(2) Ver gráficos 2 y 3, y cuadro 1.

Las regiones que presentaron mayor dinamismo en el resultado final del cultivo fueron el Sur de la Provincia de Buenos Aires y Salta. Sus incrementos de producción fueron del 208 y 225 por ciento.

Un nivel de dinamismo no tan acelerado está presente en un segundo grupo de regiones productoras, integrado por Córdoba (114 por ciento), Santiago del Estero (106 por ciento) y Mendoza (73 por ciento).

La producción de cebollas de Santiago del Estero presenta una línea de tendencia fuertemente creciente, si bien ha tenido una seria caída en la última campaña. Las zonas productoras de esta provincia - aparentemente estimuladas por la caída de la producción cuyana de los años 1967/73- consiguieron elevar su producción y compensar a nivel nacional la disminución del aporte cuyano.

La línea de tendencia de la producción mendocina, excepción hecha de la depresión de los años 1968/73, tiene una fuerte inclinación positiva. El aumento de la producción se debe fundamentalmente a la ampliación de la superficie cultivada y cosechada, ya que los rendimientos permanecen estacionarios.

Finalmente debe admitirse que la producción sanjuanina tiene un nivel de crecimiento muy lento, aproximadamente 22 por ciento en 15 años. Aún dejando de lado la caída de producción de los años de sequía, no se advierte algún dinamismo en la producción de cebolla sanjuanina.

Como los rendimientos han permanecido estables, el magro aumento de producción del período se debe a un pequeño incremento en la superficie cultivada.

1.4. Variedades Cultivadas

En la Argentina es pequeño el número de variedades utilizadas para la producción comercial de cebolla.

Recién en los últimos años han sido creadas e introducidas

en el medio productor algunos nuevos cultivares que han permitido mejorar la calidad, rendimiento y conservación de los bulbos, así como virtualmente incorporar nuevas áreas productoras en el país.

1.4.1. Valenciana

Esta ha sido la variedad tradicionalmente más difundida en todo el país, gracias a la rusticidad forma, presentación, conservación y sabor.

En la región cuyana el almácigo se efectúa en mayo. El bulbo es ahusado- esférico, de 6 a 8 cm de diámetro. La cubierta externa está formada por varias capas, de color externo bronceado y color interno blanco. El sabor es suave y dulce.

No obstante su difusión, progresivamente va siendo substituida por las nuevas variedades desarrolladas por el INTA, particularmente por la Valenciana Sintética 14.

Se la destina casi exclusivamente para consumo en fresco.

Corresponde al cultivar Sweet Spanish y al Southport Yellow Globe de los Estados Unidos de América.

1.4.2. Valenciana Sintética 1

Selección de Valenciana, realizada por los ingenieros agrónomos C.E.Cavia y J.Crnko (INTA). Aventaja a Valenciana por su mayor rendimiento en bulbos comercializables, uniformidad y conservación.

El bulbo tiene forma globular-esférica, tamaño mediano (6.5 cm de diámetro y 200 g de peso, en promedio), presenta numerosas y resistentes capas, de color bronceado y su color interno es blanco intenso. Además es muy firme.

1.4.3. Valenciana Sintética 14

Esta sintética fue creada por los ingenieros agró

nomos J.Cenko y C.E.Cavia (INTA) en el año 1967, tras 10 años de labor. Esta variedad se ha logrado a partir de las sintéticas 1, 2, 3 y 4 de la cebolla Valenciana, mediante cruzamientos y selecciones basadas sobre la conservación de los bulbos en almacenajes y siguiendo el método de líneas auto fecundadas.

Los bulbos son de forma esférica y tamaño mediano, con numerosas capas protectoras, de color bronceado uniforme. El peso medio es aproximadamente de 140 gramos.

Además, los bulbos son de carne firme, blanca y sabor dulce. Se conservan excepcionalmente bien durante el almacenaje. Esto los hace muy aptos para una prolongada comercialización durante el invierno y hasta el mes de octubre. Por otro lado, resisten muy bien el transporte a larga distancia, siendo por esto apta para la exportación.

El desarrollo de los bulbos se cumple aproximadamente en 200 días, si se realiza la siembra directa, o en 270 días si se siembra en almácigos y posteriormente se transplanta al lugar definitivo. El ciclo evolutivo total se cumple en el 2°año con la producción de semillas.

La producción -en parcela de ensayo- es de 40.000 kg de bulbo por hectárea y de 500kg.de semilla por hectárea.

Las regiones más aptas para su cultivo son las de regadío de San Juan hasta el sur de la provincia de Buenos Aires y de Río Negro.

Las sintéticas de la cebolla Valenciana, anteriormente obtenidas por los ingenieros agrónomos C.E.Cavia y J.Cenko (en particular la Sintética 1), aventajaron a las Valencianas convencionales por su mayor uniformidad, mayor proporción de bulbos comer-

ciales y mayor conservación. La Sintética 14, además de poseer las cualidades de las anteriores tiene una notable resistencia a la floración prematura y puede conservarse hasta el mes de octubre.

1.4.4. Valenciana Sintética 15

Creada por los mismos técnicos de la Sintética 14, esta variedad se comenzó a difundir en 1970.
Con excepción de su forma oblonga, participa de todas las características que son propias de la Sintética 14. Esta forma la hace particularmente apta para el despunte mecánico, que se practica en el procesamiento previo a la deshidratación.

1.4.5. Valencianita

Este cultivar corresponde a Early Sweet Spanish y Early Grano de los Estados Unidos de América.
Es una variedad temprana de días cortos, cultivada principalmente en Santiago del Estero y San Juan.
Los almácigos se siembran a fines de febrero y marzo. La siembra directa se realiza en marzo y abril.
El bulbo es mediano, precoz, de forma esférica algo alargada, y de color externo,bronceado claro, con pocas capas. Su período de conservación es muy corto. El destino de la producción es el consumo en fresco.

1.4.6. Valencianita Selección La Banda

Esta variedad fue creada por el ing. agrón. I.Cantos (INTA) en los años 1960/67. mediante una selección hecha a partir de la población de cebollas Valencianita cultivada en la zona de riego del Río Dulce (Santiago del Estero).
Actualmente ha alcanzado una difusión aproximada del 30 por ciento del área cultivada con cebolla en esta zona de riego.

Los bulbos son de pulpa blanca, dulces, poco picante. Tienen forma subcónica, túnica externas finas de color cobrizo pálido y escasa conservación.
Es un cultivar de días cortos apto para siembra en otoño y cosecha en primavera. Maduración temprana. Ciclo típicamente bienal. Muy escasa floración prematura.
La época de siembra es en marzo y abril. Los almácigos un mes antes. La época de madurez en Santiago del Estero es del 20 de septiembre en adelante. El período de producción en el norte argentino comienza a fines de septiembre y finaliza a mediados de noviembre . En San Juan desde principios de noviembre a mediados de diciembre.
Las regiones más apropiadas para su cultivo son las zonas de riego de Santiago del Estero y San Juan, así como también otras zonas de riego del norte argentino.
Esta variedad es sensiblemente más precoz que Valencianita y otras cebollas semejantes como Early Grano (502) y el híbrido Granex .

1.4.7. Híbrido Industria INTA (F1)

Este cultivar fue creado entre los años 1962 y 1968, por el ing. agrón. J.L. Lona (INTA), visualizando entregar a la industria del deshidratado un bulbo con un alto contenido de materia seca.
El bulbo es esférico, de color blanco y tamaño mediano, con 6 a 7 cm de diámetro y un peso promedio de 200 gramos. Es de consistencia firme, con sólidas catáfilas exteriores y cuello bien cerrado. De sabor picante. Su contenido en materia seca supera el 11 por ciento, y la disminución de ésta durante la conservación se produce a ritmo más lento que en la Southport White Globe.

Presenta una rusticidad general similar a la Valenciana. Además la resistencia al brotado, durante el almacenaje es comparable a la Valenciana Sintética 1.

Las zonas aptas para su cultivo son la región cuyana, Río Negro y Sur de la Provincia de Buenos Aires.

En Mendoza ocupa aproximadamente el 3 por ciento de la superficie cultivada.

El destino de este bulbo debe ser naturalmente la industria, pues sería muy difícil que pudiera competir en el mercado de cebolla en fresco con las otras variedades existentes.

1.4.8. Blanca Chata o Chaucha

Es una variedad temprana poco uniforme, cultivada especialmente en la región cuyana, donde el almácigo se hace en febrero. Corresponde a los cultivares Crystal Wax, Crystal White y Bermudas de los Estados Unidos de América.

Los bulbos tienen la sección horizontal circular y son achatados. Presentan gran tamaño (8 a 10 cm de diámetro), coloración exterior blanca y sabor dulce.

Tienen corto período de conservación y escasa resistencia al transporte.

En San Juan ocupa aproximadamente el 2 por ciento de la superficie cultivada con cebolla.

1.4.9. Torrentina

Variedad medio temprana, cultivada principalmente en Cuyo, donde se hace su almácigo en el mes de marzo.

Bulbos de formas esférico -oval, de tamaño mediano a grande, de color externo cobrizo claro, con pocas capas.

El período de conservación es muy breve. Su sabor es dulce.

1.5. Superficie cultivada en la Región Cuyana, por variedad

Tal como se desprende del detalle siguiente, la variedad más difundida, tanto en Mendoza como en San Juan, es la Valenciana convencional u sus Sintéticas

Distribución proporcional de la superficie cultivada con cebolla en la Región Cuyana, según la variedad utilizada (3)

VARIEDAD	MENDOZA	SAN JUAN
	%	%
Valenciana	85.0	80.0
Valencianita	10.0	16.0
Blanca Chata	-	2.0
Híbrido INTA (F1)	3.0	-.-
Verdeo *	2.0	2.0
	100.0	100.0

* El ítem verdeo incluye la cebolla de cualquier variedad que se ha cosechado para ser comercializada antes de llegar a su madurez.

(3) Esta es una distribución tentativa de la importancia relativa de las variedades actualmente cultivadas.

.6. Producción de cebolla en el mundo. Posición argentina

Un rápido examen de los datos de producción mundial de cebolla - discriminados por países productores - deja entrever de inmediato que el cultivo de esta hortaliza es factible en todo el planeta, excepción hecha de las zonas extremadamente frías. Si bien no todas las variedades conocidas se adaptan a los diversos climas, existe suficiente adaptación en algunas de ellas como para que la cebolla sea un cultivo extensamente difundido por todo el mundo.

Esta circunstancia hace que el volumen de cebolla internacionalmente comerciado sea una pequeña fracción del volumen total producido. En efecto, según datos de FAO (4) que se utilizarán para ilustrar el desarrollo de este punto, durante el período 1971/75 el comercio internacional de cebolla representó apenas el 7.26 por ciento de la producción mundial, que está en el orden de las 15 millones de toneladas.

Si bien puede observarse que la mayoría de los países producen cebolla, no siempre es posible abastecer durante todo el año al mercado con la producción doméstica del país, sea por razones de oportunidad económica o de requerimientos técnicos del mismo cultivo. Así es como se originan los flujos de comercio entre los propios países productores.

Asia es el continente que produce poco menos del 46.0 por ciento de la producción mundial. Dentro de este continente se encuentran los dos primeros productores mundiales. China con 2.132.904 t (13.8 por ciento) e India con 1.506.902 t (9.76 por ciento). Japón y Turquía son también dos productores importantes aportando 1.028.131 y 617.496 t respectivamente.

(4) FAO, "Anuario de Producción 1975" (Roma, 1976), págs. 154/159 y 217/220.

CEBOLLA EN EL MUNDO

PROMEDIO DEL PERIODO 71/75

Producción y Comercio Internacional

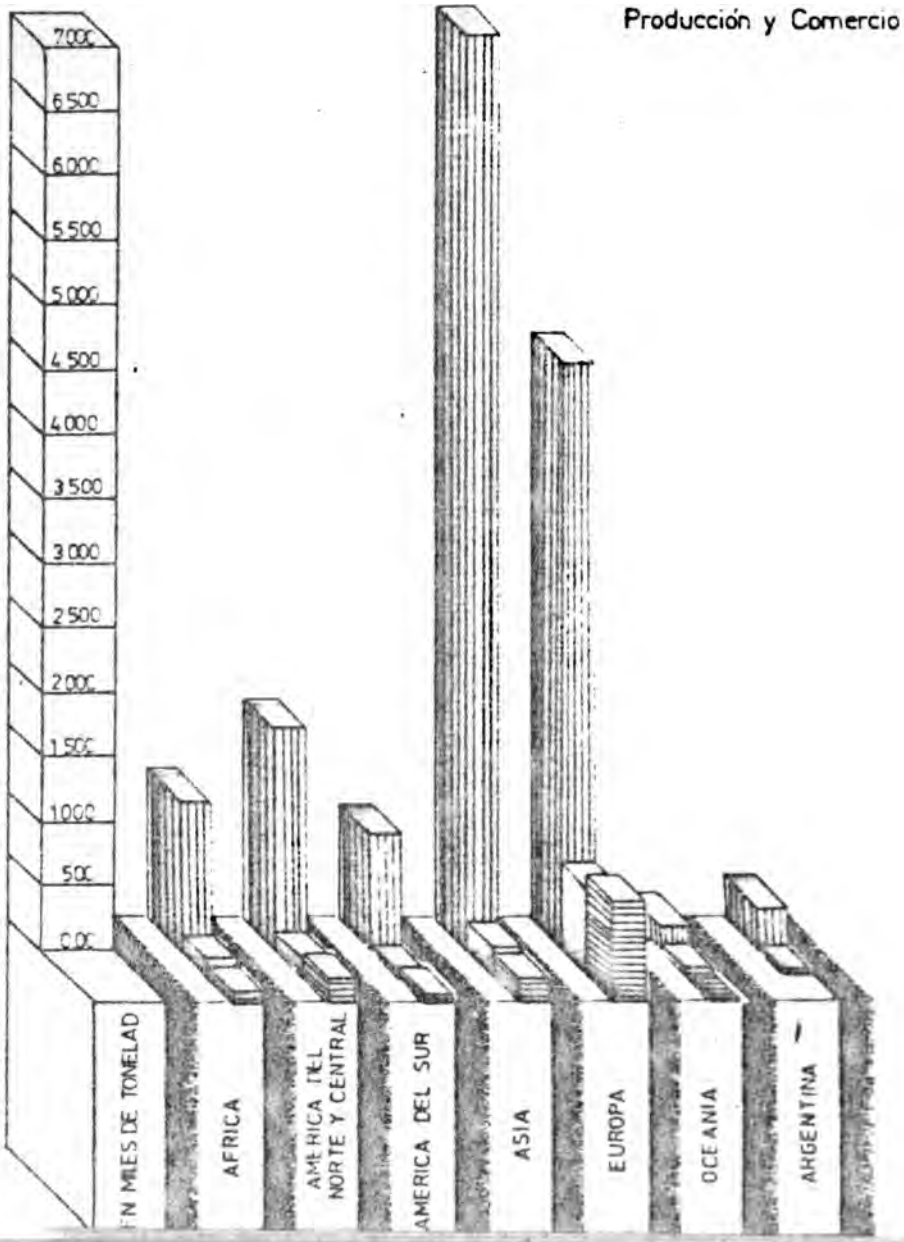


GRAFICO 5

FUENTE CUADRO 3

REFERENCIAS

PRODUCCION

IMPORTACIONES

EXPORTACIONES

Europa es la segunda área geográfica en importancia. Su producción está en el orden de los 4.500.000 t lo que representa casi el 30 por ciento de la producción mundial.

En Europa los principales países productores son:

España (911.000 t), URSS (742.000 t .) Italia (460.000 t .) Países Bajos (375.000 t .) y Polonia (346.000 t)

América es la tercera área geográfica en importancia; con una producción de 2.500.000 t representa el 16.31 por ciento del total mundial. Merecen destacarse como paises productores a Estados Unidos de América (1.381.600 t), Brasil (312.000 t) y Argentina (72.000 t).

No puede apreciarse la producción argentina es poco importante dentro del contexto mundial, representa apenas el 1.76 por ciento.

La producción africana, algo superior a 1.100.000 t , está concentrada principalmente en Egipto, que tiene poco menos de 633.000

Finalmente la producción de Oceanía, representada fundamentalmente por Australia y Nueva Zelandia está en el orden de las 140.000 es decir, escasamente el 0.91 por ciento del total mundial.

Cuadro 3

Cebolla en el mundo - Período 1971/75

Rendimiento Kg/ha	País o Area Miles de t / Porcentaje	Producción	Importación	Exportación
		77.187	5.603	5.679
11.263	MUNDO	100.00	100.00	100.00
11.775	AFRICA	7.28	3.39	10.06
25.679	Egipto	4.10		6.38
	Senegal		0.94	0.04
14.650	Sudáfrica	0.70		0.95
	Otros Países	2.48	2.45	0.69
27.302	América del Norte y Central	10.06	11.07	10.56
25.766	Canadá	0.59	4.25	1.17
6.372	Cuba	0.06	1.17	
33.225	Estados Unidos de América	8.95	3.68	6.06
	Otros Países	0.46	1.97	3.33
9.447	América del Sur	6.25	2.99	3.24
16.524	Argentina	1.76		1.14
6.112	Brasil	2.02	2.20	
15.584	Chile	0.36	0.45	1.07
23.605	Perú	1.10	0.01	0.05
	Otros Países	0.45	0.33	0.03
7.092	Asia	45.94	16.60	19.37
8.042	Arabia Saudita	0.18	0.99	0.05
11.777	China	13.81		6.66
	Hong Kong		1.16	0.64
7.643	India	9.76		6.50
3.751	Indonesia	1.94		0.13
16.600	Irán	1.68	0.16	1.32
19.222	Israel	0.33	0.02	1.79
34.961	Japón	6.64	3.92	0.22
14.441	Kuwait	0.01	1.55	0.31
	Malasia Occidental		3.45	0.12
10.438	Pakistán	1.52	0.01	0.27
	Singapur		2.32	1.16
12.978	Siria	0.66		1.17
9.795	Turquía	3.95		0.21
	Otros Países	5.26	3.22	3.40
25.525	Europa	29.51	65.10	56.05
63.376	Bélgica	0.16	2.60	0.40
20.987	Dinamarca	0.13	0.76	0.06
25.807	España	5.92	0.09	14.07
17.949	Francia	0.95	9.41	0.64
17.054	Hungría	1.09	0.10	2.03
21.721	Italia	2.98	0.56	5.60
36.982	Países Bajos	2.43	1.48	26.58
14.165	Polonia	2.24		4.05
20.521	República Federal Alemana	0.07	26.61	0.07
26.110	Reino Unido	1.45	14.07	0.05
7.688	URSS	4.81	3.37	
6.916	Yugoslavia	1.78	0.34	0.07
	Otros países	5.50	5.48	0.13
23.985	Oceanía	0.91	0.64	1.71
23.756	Australia	0.64	0.08	0.68
31.379	Nueva Zelandia	0.24		1.03
	Otros países	0.03	0.56	

FUENTE: FAO, Anuario de Producción 1975 (Roma, 1976), pág. 151/159.
FAO, Anuario de Comercio 1975 (Roma, 1976), pág. 217/220.

2. Descripción de la tecnología aplicada

Los detalles descriptivos de la tecnología aplicada en el cultivo de cebolla en la región cuyana - y en especial en la zona de regadío de San Juan pueden ser consultados en la sección de costos operativos de los cultivos tratados en este estudio.

3. Comercialización

3.1. Funciones

En la comercialización de la cebolla se pueden distinguir claramente tres funciones principales: el acopio, el empaque y la dispersión.

Además de estas funciones principales, pueden ser reconocidas funciones auxiliares, tales como el almacenamiento y el transporte.

3.1.1. Acopio

Esta función está referida a la concentración del producto en la primera venta que realiza el productor.

La comercialización de la cebolla presenta algunas peculiaridades. Las funciones de acopio, almacenamiento y empaque se realizan en la mayoría de los casos sin un movimiento físico del producto. Las funciones pueden realizarse así en la misma chacra.

El acopio puede ser realizado mediante tres modalidades de compraventa que dependen del estado en que va a ser transferido el producto. Este puede transferirse en planta, en ballena o cordón, o bien empacado.

La adquisición de la cebolla en planta se pacta cuando el comprador se encargará de la cosecha.

Cuando la cebolla es adquirida en ballena o cordón, el comprador se ocupa de todas las tareas de acondicionamiento y empaque y corre con los riesgos inherentes al almacenamiento. Esta es la modalidad más frecuentemente utilizada.

Sin embargo, no siempre adquiere las mismas características. En épocas de gran fluidez en la comercialización del producto, los productores venden la ballena o el cordón como un todo y el precio establecido es único por ese todo. En cambio, en momentos en que el mercado está saturado, los empacadores compran toda la ballena, pero generalmente consiguen pactar un precio por bolsa de producto comercializable que de ella puedan retirar, dentro de un lapso previamente convenido.

Finalmente, cuando el producto es pactado empacado, se entiende que el productor tiene a su cargo todas las tareas de cosecha y empaque.

CEBOLLA EN EL MUNDO

PROMEDIO DEL PERIODO 71/75

Producción y Comercio Internacional

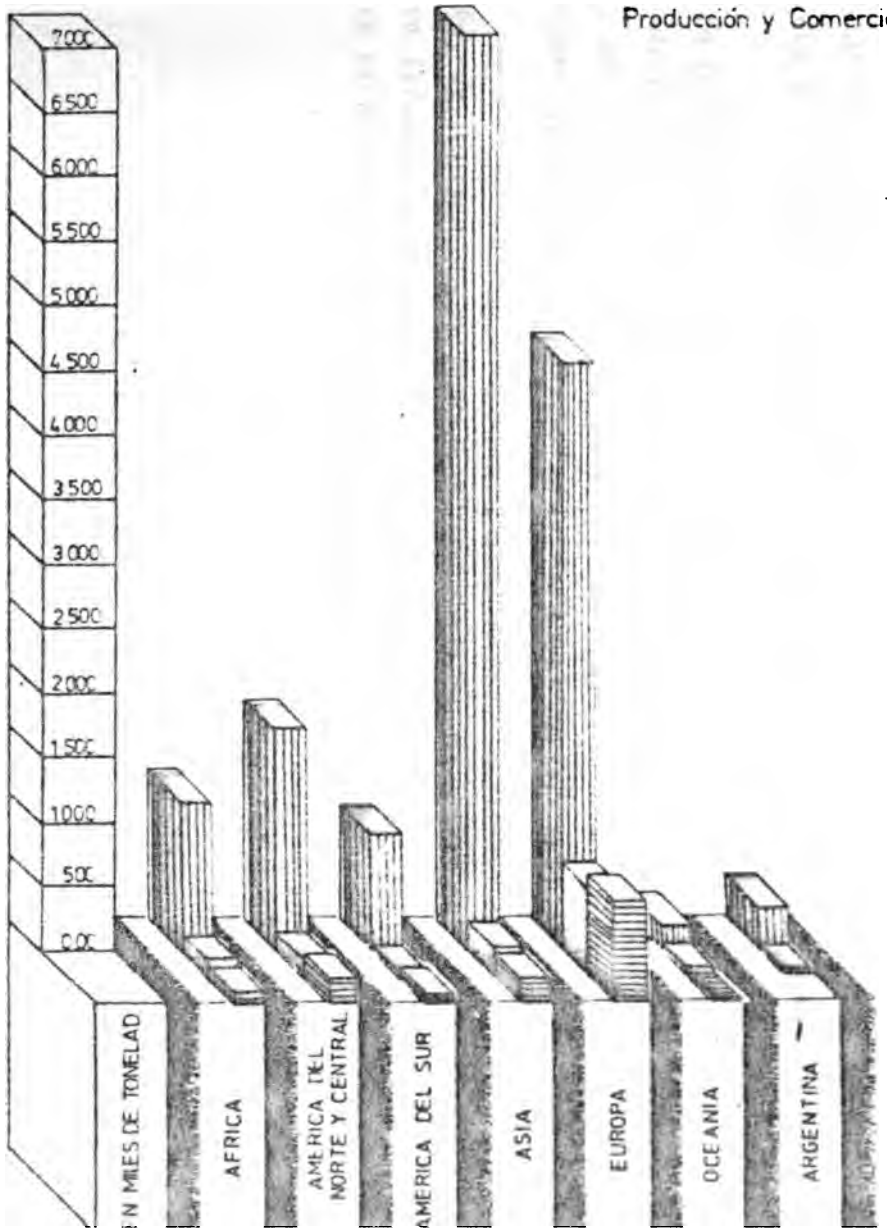


GRAFICO 5

FUENTE CUADRO 3

REFERENCIAS

PRODUCCION

IMPORTACIONES

EXPORTACIONES

uropa es la segunda área geográfica en importancia. Su produc-
ión está en el orden de los 4.500.000 t lo que representa ca
i el 30 por ciento de la producción mundial.
Europa los principales países productores son:
paña (911.000 t), URSS (742.000 t .) Italia (460.000 t .) Pai
s Bajos (375.000 t .) y Polonia (346.000 t)
érica es la tercera área geográfica en importancia; con uma pro
ción de 2.500.000 t representa el 16.31 por ciento del total
dial. Merecen destacarse como paises productores a Estados Uni
de América (1.381.600 t), Brasil (312.000 t) y Argentina
2.000 t).
o puede apreciarse la producción argentina es poco importante
tro del contexto mundial, representa apenas el 1.76 por ciento.
producción africana, algo superior a 1.100.000 t , está con-
trada principalmente en Egipto, que tiene poco menos de 633.000

lmente la producción de Oceanía, representada fundamentalmen-
or Australia y Nueva Zelandia está en el orden de las 140.000
s decir, escasamente el 0.91 por ciento del total mundial.

Cuadro 3

Cebolla en el mundo - Período 1971/75

Rendimiento Kg/ha	País o Área Miles de t / Porcentaje	Producción 77.787	Importación 5.603	Exportación 5.699
11.263	MUNDO	100.00	100.00	100.00
11.775	AFRICA	7.28	3.59	10.06
25.679	Egipto	4.10		6.38
	Senegal		0.94	0.04
14.850	Sudáfrica	0.70		0.95
	Otros Países	2.48	2.45	0.69
27.302	América del Norte y Central	10.06	11.07	10.56
25.786	Canadá	0.59	4.75	1.17
6.372	Cuba	0.06	1.17	†
33.225	Estados Unidos de América	8.95	3.68	6.06
	Otros Países	0.46	1.97	3.33
9.447	América del Sur	6.25	2.99	3.24
16.524	Argentina	1.76		1.14
6.112	Brasil	2.02	2.20	
15.584	Chile	0.36	0.45	1.07
23.605	Perú	1.10	0.01	0.05
	Otros Países	0.45	0.33	0.03
7.092	Asia	45.94	16.60	19.37
6.042	Arabia Saudita	0.18	0.99	0.05
11.777	China	13.81		6.66
	Hong Kong		1.16	0.64
7.643	India	9.76		6.50
3.751	Indonesia	1.94		0.13
16.600	Irán	1.68	0.16	1.32
19.222	Israel	0.33	0.02	1.79
34.961	Japón	6.64	3.92	0.22
14.441	Kuwait	0.01	1.55	0.31
	Malasia Occidental		3.45	0.12
10.438	Pakistán	1.52	0.01	0.27
	Singapur		2.32	1.16
12.978	Siria	0.66		1.17
9.795	Turquía	3.95		0.21
	Otros Países	5.26	3.22	3.40
25.525	Europa	29.51	65.10	56.05
63.376	Bélgica	0.16	2.60	0.40
20.987	Dinamarca	0.13	0.76	0.06
25.607	España	5.92	0.09	14.07
17.949	Francia	0.95	9.41	0.64
17.054	Hungría	1.09	0.10	2.03
21.721	Italia	2.98	0.56	5.60
36.982	Países Bajos	2.43	1.48	26.58
14.165	Polonia	2.24		4.05
20.521	República Federal Alemana	0.07	26.61	0.07
26.110	Reino Unido	1.45	14.07	0.05
7.688	URSS	4.61	3.37	
6.918	Yugoslavia	1.78	0.34	0.07
	Otros países	5.50	5.48	0.13
23.965	Oceanía	0.91	0.64	1.71
23.756	Australia	0.64	0.08	0.68
31.379	Nueva Zelandia	0.24		1.03
	Otros países	0.03	0.56	

FUENTE: FAO, Anuario de Producción 1975 (Roma, 1976), pág. 151/159.
FAO, Anuario de Comercio 1975 (Roma, 1976), pág. 217/220.

2. Descripción de la tecnología aplicada

Los detalles descriptivos de la tecnología aplicada en el cultivo de cebolla en la región cuyana - y en especial en la zona de regadío de San Juan pueden ser consultados en la sección de costos operativos de los cultivos tratados en este estudio.

3. Comercialización

3.1. Funciones

En la comercialización de la cebolla se pueden distinguir claramente tres funciones principales: el acopio, el empaque y la dispersión.

Además de estas funciones principales, pueden ser reconocidas funciones auxiliares, tales como el almacenamiento y el transporte.

3.1.1. Acopio

Esta función está referida a la concentración del producto en la primera venta que realiza el productor.

La comercialización de la cebolla presenta algunas peculiaridades. Las funciones de acopio, almacenamiento y empaque se realizan en la mayoría de los casos sin un movimiento físico del producto. Las funciones pueden realizarse así en la misma chacra.

El acopio puede ser realizado mediante tres modalidades de compraventa que dependen del estado en que va a ser transferido el producto. Este puede transferirse en planta, en ballena o cordón, o bien empacado.

La adquisición de la cebolla en planta se pacta cuando el comprador se encargará de la cosecha.

Cuando la cebolla es adquirida en ballena o cordón, el comprador se ocupa de todas las tareas de acondicionamiento y empaque y corre con los riesgos inherentes al almacenamiento. Esta es la modalidad más frecuentemente utilizada.

Sin embargo, no siempre adquiere las mismas características. En épocas de gran fluidez en la comercialización del producto, los productores venden la ballena o el cordón como un todo y el precio establecido es único por ese todo. En cambio, en momentos en que el mercado está saturado, los empacadores compran toda la ballena, pero generalmente consiguen pactar un precio por bolsa de producto comercializable que de ella puedan retirar, dentro de un lapso previamente convenido.

Finalmente, cuando el producto es pactado empacado, se entiende que el productor tiene a su cargo todas las tareas de cosecha y empaque.

En este nivel de comercialización la cebolla se vende parte al contado (30.0 al 50.0 por ciento) y el resto en documentaciones a 30, 60 y 90 días.

3.1.2. Almacenamiento

Esta función auxiliar de la comercialización, está referida a la conservación del producto en el tiempo.

Los bulbos, después de cosechados, son acondicionados ordenadamente en cordones o ballenas de longitud variable, cuya sección tiene por lo general 1.20 m de ancho por 0.80 m de alto.

Este acondicionamiento tiene por objeto resguardar el producto de la exposición solar, y de la humedad, agentes que pueden provocar la pudrición y el brotado.

La cebolla almacenada de esta forma puede conservarse varios meses, que pueden ser hasta seis en algunas variedades de Valenciana.

En la provincia de San Juan (5), prácticamente la totalidad del almacenamiento de cebolla se realiza en la propia chacra donde el producto es cosechado. Si bien parte de lo cosechado es depositada en galpones, no ha de verse en este movimiento una expresión de la función almacenamiento, sino más bien la creación de un stock que normalmente abastece la operación del empaque por dos días.

3.1.3. Empaque

Es el conjunto de operaciones que cambia la presentación del producto sin alterar su composición.

La primera etapa en el proceso del empaque es el "descolado", que consiste en eliminar las hojas que han quedado adheridas al bulbo después de la cosecha. Un operario realiza manualmente el"descolado" al paso que va separando los bulbos en mal estado, cebollones, manchados y/o brotados.

El producto de esta primera selección puede ser empacado en la propia chacra para enviar al mercado interno, o bien clasificado por tamaño pa-

(5) En el Departamento de Jáchal se ha observado que a partir del mes de Julio la cebolla queda en manos de los acopiadores. Estos dejan almacenado el producto en cordones hasta su empaque.

ra el mercado externo. Sin embargo, esta última opción es poco frecuente. Generalmente la clasificación por tamaño se realiza en galpón. Para esto, los bulbos de primera selección, son trasladados en bolsas de arpillera de 50 kg desde la chacra al local de empaque.

3.1.3.1. Empaque en chacra

Antes de realizar propiamente el empaque del producto, se realiza una segunda selección, que consiste en descartar los bulbos cuyos diámetros no lleguen a 4 cm. o, que excedan los 8 cm. Estos son comercializados en el mercado local.

La cebolla que pasó por las dos selecciones es empacada en bolsas toallas plásticas, cuyo peso final puede oscilar entre 23 y 27 kg. Las bolsas que tienen mayor peso corresponden a las que tienen una proporción más alta de cebollas de diámetro pequeño.

Las bolsas son cerradas colocando arriba las cebollas de mayor diámetro para ayudar al cierre del envase.

La totalidad de la cebolla sanjuanina que se destina al mercado interno se empaca en bolsas plásticas.

3.1.3.2. Empaque en galpón

La tipificación de la cebolla de exportación normalmente se realiza en galpón.

La clasificación puede ser realizada en forma mecánica, manual o mixta. La forma más frecuentemente utilizada es esta última, pues las cebollas defectuosas, actualmente, deben ser separadas a mano.

La maquinaria utilizada para la selección por tamaño puede ser de tres tipos: a) máquinas que separan por pesos a través de cangilones;
b) máquinas que tamañan por cordones divergentes y
c) máquinas que clasifican por medio de zarandas.

La cebolla se descarga en la boca de la tamañadora, corre sobre una cinta transportadora hasta unos rodillos que la deschalan y le sacan brillo.

Después de esta operación, la cebolla corre por una cinta transportadora plana hacia el sector de clasificación. En este sector los bulbos caen

gravedad, según los diámetros, sobre bandejas que tienen una incli-
ción propiada para facilitar el embolsado.

todas las etapas del proceso mecánico de clasificación existe un
ilio manual de selección, con el objeto de separar los bulbos defec-
sos.

ticamente todo el producto de San Juan para mercado externo es em-
ado de esta forma.

iste una norma legal (6) que obliga a empacar juntos los bulbos de
al diámetro, cuando estos tienen por destino el mercado externo.

ún los empacadores encuestados, y dentro de los requerimientos de
etro, (4 a 8 cm). en una hectárea normal de cebolla, se obtiene un
por ciento de bulbos en condiciones de exportar y el 20.0 por cien-
tendrá que ser destinado a consumo interno.

3.3. Envase

Existen normas que establecen el tipo de envase en los que se
le comercializar la cebolla.

l mercado interno es práctica usual envasar la cebolla en bolsas
las plásticas de 25 kg neto. Dentro de este mercado los resultados
ste envase son aceptables, ya que en general el producto llega a
ino en buenas condiciones.

respecto al mercado externo, el decreto nacional 71.178/35 es la
legal que establece, entre otras cosas, las características de los
es en los cuales deben exportarse las hortalizas frescas.

en el decreto fija los envases para la exportación de cebolla, el
ulo 7 da competencia a la Secretaría de Agricultura y Ganadería de
ción para autorizar otros tipos de envases. Como consecuencia de
la Secretaría resolvió el 6 de febrero de 1968 que toda cebolla
ipo denominada de verano deberá ser acondicionada en envases de ma-
con excepcion de los enviados a Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay

ismo, la cebolla del tipo denominada de invierno, cualquiera fuera
stino, y la de verano que se exporte a los países limítrofes, podrá
nvasada en bolsas de arpillera, yute, algodón, o fibras sintéticas

---

Decreto Nacional 71.178/35.

de malla abierta o cerrada.

A principios de enero de 1973 se autorizó un nuevo tipo de cajón de madera que tiene las siguientes características:

a) Medidas de luz interna: Largo 590 mm, ancho 290 mm y alto 240 mm.
b) Cabezales: 15 mm de espesor
c) En el interior y en la parte media debe colocarse un tabique cuyo espesor debe ser igual al de los cabezales.
d) Costados: Está formado por dos tablas de cada lado cuyas medidas son: Largo 630 mm, ancho 90 mm y espesor 8 mm.
e) Tapa y fondo: Se construyen con 6 tablas de 630 mm de largo y 70 mm de ancho con 8 mm de espesor.

A los efectos de una adecuada ventilación las tablas de los costados, tapa y fondo están distanciadas entre sí por una luz de 30 mm.

El envase debe estar asegurado con 2 alambres o bandas metálicas en los extremos, además de los clavos necesarios para fijar la tapa.

El contenido máximo del envase es de 25 kg netos.

Cuando se consultó a los empacadores acerca de las condiciones de arribo del producto a destino, respondieron que la cebolla enviada al mercado interno, en bolsas plásticas de 25 kg, y también a los países limítrofes, llega en excelente estado. No ocurre lo mismo con los países de ultramar. El envase óptimo para estos envíos es el cajón de madera, aunque debe tenerse en cuenta que su costo es más elevado.

Como prácticamente toda la cebolla sanjuanina es envasada en bolsas plásticas, se estima conveniente realizar un posterior esclarecimiento sobre las ventajas y desventajas en el uso de los diferentes envases.

3.1.4. Dispersión

La dispersión es el conjunto de actividades relacionadas con la distribución del producto entre los demandantes, sean intermedios o finales.

3.1.4.1. Mercado local

Si se tiene en cuenta que la Feria Municipal de San Juan es un mercado que abastece únicamente la provincia - la salida desde este mer-

cado hacia otras provincias es muy pequeña y está compensada mediante las ventas directas de los productores a los minoristas - puede considerarse que el total vendido en esta Feria es aproximadamente el consumo de San Juan.

Gran parte del consumo local es abastecido con el descarte de exportación.

Los meses de mayor movimiento en este mercado son setiembre, octubre y noviembre. Durante estos meses se va agotando el stock de Valenciana y comienza la cosecha de Valencianita.

El consumo local se estima en 5.000 t para el año 1975, lo que representa el 5.7 por ciento de la producción sanjuanina de ese año (7).

3.1.4.2. Mercado nacional

Alrededor del 94.0 por ciento de la producción de San Juan se comercializa fuera de la provincia, en estado fresco.

El destino más importante del producto sanjuanino es la provincia de Buenos Aires (80.0 por ciento). Aproximadamente la mitad de la cantidad destinada a esta provincia, se concentra en el Mercado Nacional de Hortalizas.

El Mercado Nacional de Hortalizas es un mercado de concentración obligatoria para el Distrito Federal. Esto quiere decir que quien desee vender cebolla a nivel mayorista en la Capital Federal tiene que hacerlo únicamente en este mercado, y quien desee adquirirla a este mismo nivel debe concurrir al mismo.

En este mercado las operaciones se realizan únicamente en consignación, y está organizado de tal manera que cualquier productor, desde cualquier punto del país, puede remitir en consignación una partida de cebolla (o ajo). Aún sin tener un consignatario determinado, puede remitir la partida a nombre de la propia administración del mercado. Esta se encarga de designar un consignatario, pagar el flete al transportista portador de la partida y, realizada la venta, cobrar el precio, deducir los gastos y remitir el cheque de pago al productor.

---

(7) Consúltese cuadro 1.

ENTRADA DE CEBOLLA AL MERCADO NACIONAL DE HORTALIZAS

NOVIEMBRE 1976 — OCTUBRE 1977

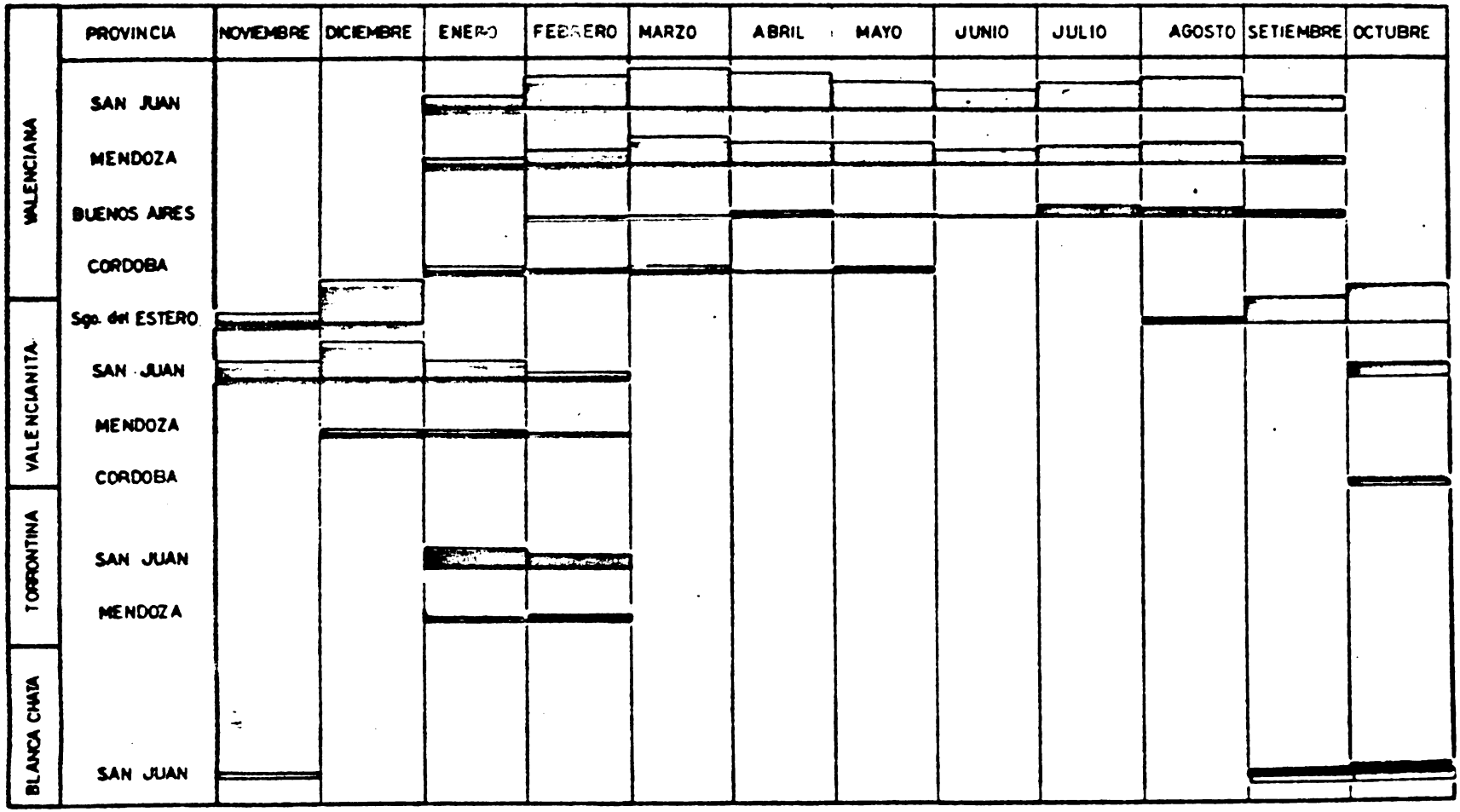


GRAFICO 4

FUENTE : CUADRO 4

ESCALA ▬▬ = 100 t

De esta forma los gastos financieros en los que debe incurrir el produc-
tor para acceder al Mercado Nacional de Hortalizas, se reducen a cosecha
y empaque.

El Mercado emite un parte diario en el que consigna las cantidades entra-
das por variedad y por procedencia, y además las cotizaciones del día.

De acuerdo con una estimación realizada, alrededor del 10.0 por ciento
de la producción de San Juan, se comercializa en las provincias de Santa
Fe, Tucumán, Córdoba, Formosa, Corrientes y Chaco.

1.1.4.3. Mercado exterior

Durante los primeros cinco meses de 1977 salieron de la provin-
cia de San Juan con destino al exterior 4.078 t de cebolla, lo que repre-
senta alrededor del 4.63 por ciento de la producción provincial.

Estas exportaciones fueron realizadas por cinco firmas; dos de ellas son
locales y tres de Buenos Aires.

Los principales mercados exteriores en donde se vende la cebolla sanjua-
ina son Suecia (37.3 por ciento), Alemania Federal (36.8 por ciento),
Holanda (12.2 por ciento) y Reino Unido (9.2 por ciento). Existen otros
mercados de menor importancia tales como Estados Unidos de América (2.8
por ciento), Dinamarca (1.3 por ciento) y Brasil (0.3 por ciento).(8).

Las dos firmas locales, hace treinta años que están en el mercado y pose-
en la infraestructura necesaria para acondicionar el producto para la ex-
portación - empaque en galpón y clasificación mecánica. No ocurre lo mis-
mo con otras firmas que si bien son también exportadoras, aparecen espo-
rádicamente como participantes en la comercialización de la cebolla de
San Juan.

1.5. Transporte

Como ya ha quedado dicho, la cebolla empacada en chacra tiene como
destino habitual el mercado interno. Para trasladarla hasta los centros de
consumo generalmente se usan camiones y excepcionalmente el ferrocarril.

---

(8) Ver cuadro 6

En la mayoría de los casos los camiones no pertenecen a los empacadores. Cuando se usa el camión como medio de transporte, cada equipo es capaz llevar entre 1000 y 1200 bolsas por viaje.

Cuando el producto es acondicionado en galpón, se lo traslada en camión desde la chacra embolsado en "tacos"(9). En estos casos los vehículos utilizados son de propiedad de la empresa.

El transporte a los países limítrofes normalmente se realiza en vehículos de carga internacional de propiedad de terceros.

Cuando el destino es un país de ultramar, los camiones cubren el tramo galpón de empaque - puerto de embarque.

A veces en las bodegas de los barcos existen planchadas superpuestas en las que se estiban 8 bolsas de alto en cada una de ellas. En la parte central de las planchadas existe un tubo que las atraviesa con el objeto de ventilar la cebolla.

Según apreciaciones de los empacadores encuestados, las 3 caradas inferiores de bolsas de las pilas, debido al peso excesivo y a las oscilaciones del barco, llegan en regulares condiciones al puerto de destino.

Cuando no se dispone de planchadas separadoras en los barcos, algunos estiman conveniente enviar la cebolla en cajones y sobre estos estibar no más de cuatro bolsas de alto, con lo que se obviaría el problema de no utilización de volumen disponible de carga.

3.2. Participantes

Con el objeto de lograr un listado de los participantes en la comercialización de la cebolla, se obtuvo un registro de empacadores por medio de las autorizaciones de libre tránsito que extiende la Dirección de Industria y Comercio de la Provincia de San Juan para la salida de frutas y verduras.

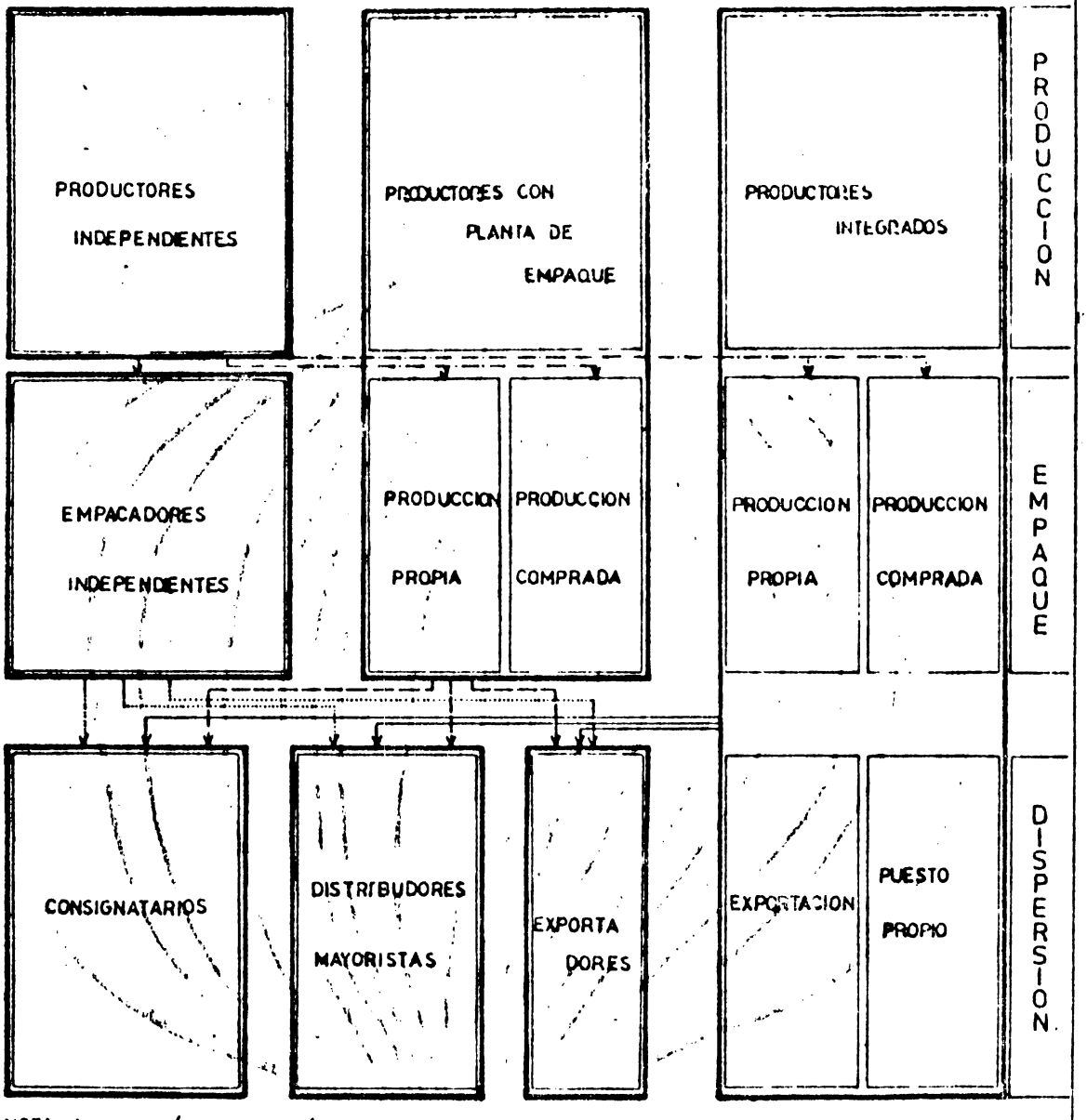
Posteriormente, con asistencia del personal de la Delegación de la Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación, se intentó completar la nómina de los empacadores de cebolla.

---

(9) Bolsa de arpillera con 50 kg.

CANALES DE COMERCIALIZACION: CEBOLLA

SAN JUAN



NOTA: La dimensión de los rectángulos no indica la importancia relativa de cada categoría de participantes

GRAFICO 6

FUENTE Encuesta Año 1977

A fin de conocer la estructura del mercado, se realizó una encuesta a 11 empacadores entre los que se encontraban los más representativos de la actividad, según apreciaciones de los técnicos de la citada repartición.

Pudo así deducirse que, los diez aparentemente más destacados empacadores del producto representaron apenas el 17.0 por ciento de la producción estimada para San Juan.

Mediante las encuestas fue posible identificar la existencia de productores independientes, productores con planta de empaque, productores integrados, empacadores independientes y empacadores integrados.

3.2.1. Productores independientes

El productor independiente es el encargado de producir la cebolla a comercializar. Este participante cosecha el producto y lo estiba hasta su venta en chacra.

En la encuesta pudo determinarse que en el 95.0 por ciento de los casos el productor vende en cordones, y sólo el 5.0 por ciento en bolsas.

3.2.2. Productores con planta de empaque

Existe un elevado número de participantes que producen el bulbo y lo acondicionan para remitirlo al mercado interno.

Entre los productores con planta de empaque es posible distinguir dos categorías:

a) Que comercialicen solamente su producción

Los productores generalmente deciden instalar una planta de empaque o simplemente empacar su producción cuando estiman que los precios que consiguen obtener en chacra no son compensatorios. De esta manera tienen la posibilidad de enviar directamente su producción a los mercados de concentración.

b) Que comercialicen producción propia y comprada

Se ha podido observar a través de la encuesta, que no existen índices fijos o normales en la relación entre producción comprada y total comercializado.

Esto puede ser explicado por la alternativa que se presenta entre producir o comprar el bulbo que otros obtengan.

cipantes estiman que en una determinada campaña agrícola del producto no es compensatorio, deciden disminuir s cultivos, esperando adquirir la cebolla para atenimiento de sus negocios.

de la producción propia está en el control más di- de ejercerse sobre la calidad del producto.

pantes bien puede tener como punto de partida el pro- ma de empaque que comercializa únicamente su producción. ua vez que establece las conexiones con los participantes encarga- dos de las funciones de dispersión y en la medida en que los pedidos que recibe son mayores que sus producciones, debe comenzar a comprar de terceros para satisfacerlos.

La aparición de esta categoría de participantes puede estar indicando la existencia de transparencia del mercado.

3.2.3. Productores integrados

Los productores integrados son aquellos que desarrollan todas las etapas del proceso, desde la obtención de la mercadería a comercializar, hasta la distribución del producto a nivel mayorista.

En la mayoría de los casos estos productores no sólo comercializan los bulbos que producen sino que compran a otros participantes.

El comportamiento de la relación producción propia/producción comercializada es semejante a la observada en el caso del productor con planta de empaque, si bien presenta mayor estabilidad en razón de la infraestructura que posee el productor integrado.

Entre estos participantes se encuentran los únicos exportadores permanentes que existen en la provincia. Uno de ellos envía al mercado externo el 80.0 por ciento del total comercializado y el resto lo consigna al Mercado Nacional de Hortalizas. El otro exportador destina a consumo externo el 50.0 por ciento y el 50.0 por ciento restante lo destina también al Mercado Nacional de Hortalizas.

Estos dos productores integrados envían el producto a los mercados con cierta regularidad, que queda evidenciada en las cantidades similares remitidas a través de todos los meses.

Los productores integrados tienden a aplicar el máximo de tecnología, como a experimentar sobre cultivos de variedades más aptas para ofrecer en el mercado internacional un producto de calidad.

3.2.4. Empacadores independientes

Existen empacadores que compran la cebolla en ballenas o embolsada y la envían en consignación a los mercados.

En determinadas campañas agrícolas, cuando ellos estiman conveniente producir el producto arrendando tierras, se los puede catalogar como productores con planta de empaque. De esta forma, puede observarse que la identificación y clasificación de algunos participantes puede ser meramente circunstancial.

La aparición y desaparición de estos participantes a través de las sucesivas campañas agrícolas puede tal vez explicarse por la facilidad y la sencillez de las operaciones del empaque, que no necesitan mayormente de infraestructura.

3.2.5. Exportadores

Estos participantes aparecen esporádicamente en plaza y compran el producto a productores independientes, productores con planta de empaque, empacadores independientes y algunas veces también a productores integrados.

Los exportadores también acostumbran encargar con antelación mercadería en condiciones de ser enviada al exterior. El empaque por encargo es solicitado por los exportadores a los participantes citados.

3.3. Estructura del mercado

La estructura del mercado abarca aquellas características estables o relativamente estables que determinan las relaciones de los vendedores entre sí, y de los compradores entre sí. Es decir, la estructura se refiere a las características estables o semi-permanentes, o al menos lentamente cambiantes de la organización de un mercado que ejercen influencia estratégica sobre la naturaleza de la competencia y la determinación del precio.

Si se toma en consideración los datos de la encuesta realizada, se puede inferir que el mercado de cebolla se encuentra muy atomizado en cualquier nivel de la comercialización interna.

En la mayoría de los casos los camiones no pertenecen a los empacadores. Cuando se usa el camión como medio de transporte, cada equipo es capaz llevar entre 1000 y 1200 bolsas por viaje.

Cuando el producto es acondicionado en galpón, se lo traslada en camión desde la chacra embolsado en "tacos"(9). En estos casos los vehículos utilizados son de propiedad de la empresa.

El transporte a los países limítrofes normalmente se realiza en vehículos de carga internacional de propiedad de terceros.

Cuando el destino es un país de ultramar, los camiones cubren el tramo galpón de empaque - puerto de embarque.

A veces en las bodegas de los barcos existen planchadas superpuestas en las que se estiban 8 bolsas de alto en cada una de ellas. En la parte central de las planchadas existe un tubo que las atraviesa con el objeto de ventilar la cebolla.

Según apreciaciones de los empacadores encuestados, las 3 camadas inferiores de bolsas de las pilas, debido al peso excesivo y a las oscilaciones del barco, llegan en regulares condiciones al puerto de destino.

Cuando no se dispone de planchadas separadoras en los barcos, algunos estiman conveniente enviar la cebolla en cajones y sobre estos estibar no más de cuatro bolsas de alto, con lo que se obviaría el problema de no utilización de volumen disponible de carga.

3.2. Participantes

Con el objeto de lograr un listado de los participantes en la comercialización de la cebolla, se obtuvo un registro de empacadores por medio de las autorizaciones de libre tránsito que extiende la Dirección de Industria y Comercio de la Provincia de San Juan para la salida de frutas y verduras.

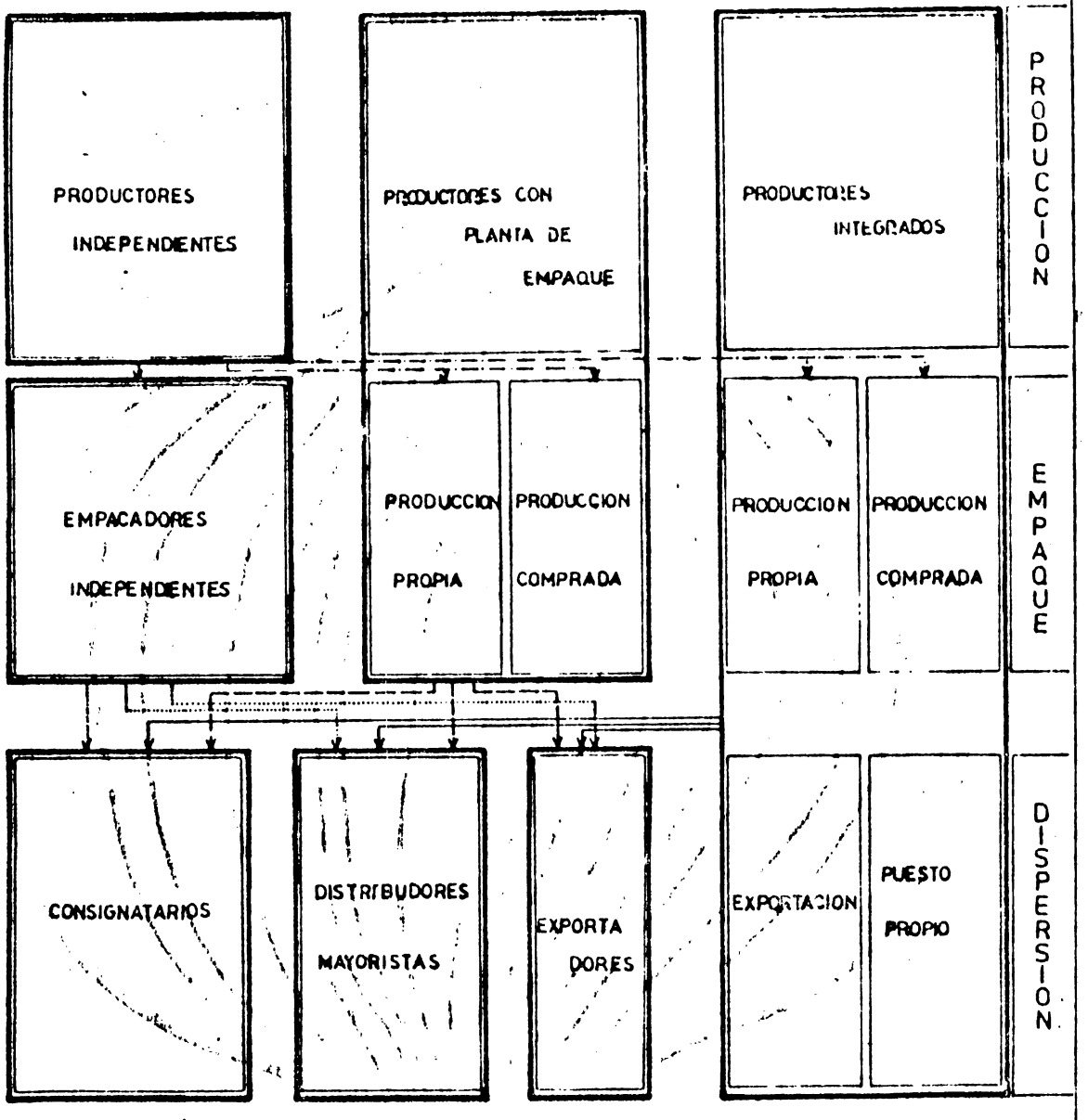
Posteriormente, con asistencia del personal de la Delegación de la Secretaría de Agricultura y Ganadería de la Nación, se intentó completar la nómina de los empacadores de cebolla.

---

(9) Bolsa de arpillera con 50 kg.

SAN JUAN

CANALES DE COMERCIALIZACION: CEBOLLA



NOTA: La dimensión de los rectángulos no indica la importancia relativa de cada categoría de participantes

GRAFICO 6

FUENTE Encuesta Año 1977

A fin de conocer la estructura del mercado, se realizó una encuesta a 11 empacadores entre los que se encontraban los más representativos de la actividad, según apreciaciones de los técnicos de la citada repartición.

Pudo así deducirse que, los diez aparentemente más destacados empacadores del producto representaron apenas el 17.0 por ciento de la producción estimada para San Juan.

Mediante las encuestas fue posible identificar la existencia de productores independientes, productores con planta de empaque, productores integrados, empacadores independientes y empacadores integrados.

3.2.1. Productores independientes

El productor independiente es el encargado de producir la cebolla a comercializar. Este participante cosecha el producto y lo estiba hasta su venta en chacra.

En la encuesta pudo determinarse que en el 95.0 por ciento de los casos el productor vende en cordones, y sólo el 5.0 por ciento en bolsas.

3.2.2. Productores con planta de empaque

Existe un elevado número de participantes que producen el bulbo y lo acondicionan para remitirlo al mercado interno.

Entre los productores con planta de empaque es posible distinguir dos categorías:

a) Que comercialicen solamente su producción

Los productores generalmente deciden instalar una planta de empaque o simplemente empacar su producción cuando estiman que los precios que consiguen obtener en chacra no son compensatorios. De esta manera tienen la posibilidad de enviar directamente su producción a los mercados de concentración.

b) Que comercialicen producción propia y comprada

Se ha podido observar a través de la encuesta, que no existen índices fijos o normales en la relación entre producción comprada y total comercializado.

Esto puede ser explicado por la alternativa que se presenta entre producir o comprar el bulbo que otros obtengan.

Cuando estos participantes estiman que en una determinada campaña agrícola el precio esperado del producto no es compensatorio, deciden disminuir sus hacer sus propios cultivos, esperando adquirir la cebolla para atender el normal desenvolvimiento de sus negocios.
Sin embargo, la ventaja de la producción propia está en el control más directo y permanente que puede ejercerse sobre la calidad del producto.

Este tipo de participantes bien puede tener como punto de partida el productor con planta de empaque que comercializa únicamente su producción. Este, una vez que establece las conexiones con los participantes encargados de las funciones de dispersión y en la medida en que los pedidos que recibe son mayores que sus producciones, debe comenzar a comprar de terceros para satisfacerlos.
La aparición de esta categoría de participantes puede estar indicando la existencia de transparencia del mercado.

3.2.3. Productores integrados

Los productores integrados son aquellos que desarrollan todas las etapas del proceso, desde la obtención de la mercadería a comercializar, hasta la distribución del producto a nivel mayorista.

En la mayoría de los casos estos productores no sólo comercializan los bulbos que producen sino que compran a otros participantes.

El comportamiento de la relación producción propia/producción comercializada es semejante a la observada en el caso del productor con planta de empaque, si bien presenta mayor estabilidad en razón de la infraestructura que posee el productor integrado.

Entre estos participantes se encuentran los únicos exportadores permanentes que existen en la provincia. Uno de ellos envía al mercado externo el 50.0 por ciento del total comercializado y el resto lo consigna al Mercado Nacional de Hortalizas. El otro exportador destina a consumo externo el 50.0 por ciento y el 50.0 por ciento restante lo destina también al Mercado Nacional de Hortalizas.

Estos dos productores integrados envían el producto a los mercados con cierta regularidad, que queda evidenciada en las cantidades similares remitidas a través de todos los meses.

Los productores integrados tienden a aplicar el máximo de tecnología, como a experimentar sobre cultivos de variedades más aptas para ofrecer en el mercado internacional un producto de calidad.

3.2.4. Empacadores independientes

Existen empacadores que compran la cebolla en ballenas o embolsada y la envían en consignación a los mercados.

En determinadas campañas agrícolas, cuando ellos estiman conveniente producir el producto arrendando tierras, se los puede catalogar como productores con planta de empaque. De esta forma, puede observarse que la identificación y clasificación de algunos participantes puede ser meramente circunstancial.

La aparición y desaparición de estos participantes a través de las sucesivas campañas agrícolas puede tal vez explicarse por la facilidad y la sencillez de las operaciones del empaque, que no necesitan mayormente de infraestructura.

3.2.5. Exportadores

Estos participantes aparecen esporádicamente en plaza y compran el producto a productores independientes, productores con planta de empaque, empacadores independientes y algunas veces también a productores integrados.

Los exportadores también acostumbran encargar con antelación mercadería en condiciones de ser enviada al exterior. El empaque por encargo es solicitado por los exportadores a los participantes citados.

3.3. Estructura del mercado

La estructura del mercado abarca aquellas características estables o relativamente estables que determinan las relaciones de los vendedores entre sí, y de los compradores entre sí. Es decir, la estructura se refiere a las características estables o semi-permanentes, o al menos lentamente cambiantes de la organización de un mercado que ejercen influencia estratégica sobre la naturaleza de la competencia y la determinación del precio.

Si se toma en consideración los datos de la encuesta realizada, se puede inferir que el mercado de cebolla se encuentra muy atomizado en cualquier nivel de la comercialización interna.

A nivel de empaque, se estima que en San Juan existen más de 80 participantes en la comercialización de la cebolla.

En cuanto a la comercialización externa, puede advertirse cierta concentración de la demanda del producto a nivel de dispersión.

3.4. Conducta

De las entrevistas a los empacadores se pudo inferir que los plazos otorgados por los productores a los participantes encargados de empacar y distribuir el producto, están condicionados en gran medida por la reputación de la firma adquirente.

Se ha observado que los pequeños participantes o los que recientemente han ingresado en la comercialización, compran la cebolla entregando una seña al comenzar a retirar el producto y pagan el resto cuando terminan de retirarlo.

Los empacadores que gozan de cierto prestigio, pagan una parte al firmar el compromiso y el resto es documentado a plazos que pueden llegar hasta 120 días.

Actualmente es poco usual en la zona el contrato por el cual el comprador adelanta medios financieros para el cultivo, con el compromiso de que en igualdad de precios, el productor le venda la cebolla.
Esto se debe a que los productores no han cumplido con lo pactado.

Se ha podido observar que la transferencia del producto no sólo se da en el sentido vertical, sino también en el horizontal. En efecto, esto sucede cuando un empacador no puede hacer frente a los pedidos que recibe, y decide comprar de otro empacador cebolla acondicionada.

Por otro lado se ha podido observar que los participantes a nivel de empaque que lograron permanecer en el mercado a través del tiempo son aquellos que enviaron con regularidad semanal el producto a los mercados de concentración.

De esta manera consiguieron atenuar la oscilación de los precios al obtener sobre el tiempo un precio medio que resultó compensatorio.

ANALISIS ESPECIAL DE LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACION INTERNA

DE AJOS

1. Características generales del cultivo.

1.1. Posición argentina en el comercio internacional.

Argentina es uno de los principales productores de ajo de Sud-América, junto con Chile (1) y Perú. Nuestro país es el principal productor e interviene en el mercado internacional del ajo con un alto porcentaje. Dentro de los países americanos es el primer exportador y el segundo en el concierto mundial, después de Italia (2). (Gráfica 6 y 7).

1.2. El cultivo en el país.

Las principales zonas productoras de nuestro país son: Buenos Aires, Mendoza y San Juan.

La región de Cuyo cuenta con condiciones ecológicamente aptas para este tipo de cultivo, por su luz solar, pocas precipitaciones y clima templado seco.

El producto de San Juan y Mendoza es demandado por el mercado nacional e internacional por su gusto picante, buena formación de la cabeza y conservación, entre otras características.

El rendimiento en Cuyo es relativamente alto; oscila alrededor de los 6.000 kg/ha.

1.3. Importancia del cultivo en San Juan.

San Juan tiene una superficie cultivada de 400 ha (4 por ciento), ubicándose después de Buenos Aires (54 por ciento) y Mendoza (20 por ciento). (Cuadro 1 y Gráficos 1 y 2).

Los departamentos en donde se concentran las plantaciones de ajo son: Pocito, Rawson, Calingasta y 9 de Julio, que totalizan el 76,6 por ciento de la provincia, distribuído en la siguiente forma:

---

(1) No se dispone de información sobre producción y exportaciones de Chile.
(2) Excluído España, país sobre el que no se dispone de series estadísticas de exportaciones.

EVOLUCION DE LA PRODUCCION NACIONAL DE AJO
- COMPARADA CON LA PRODUCCION DE SAN JUAN

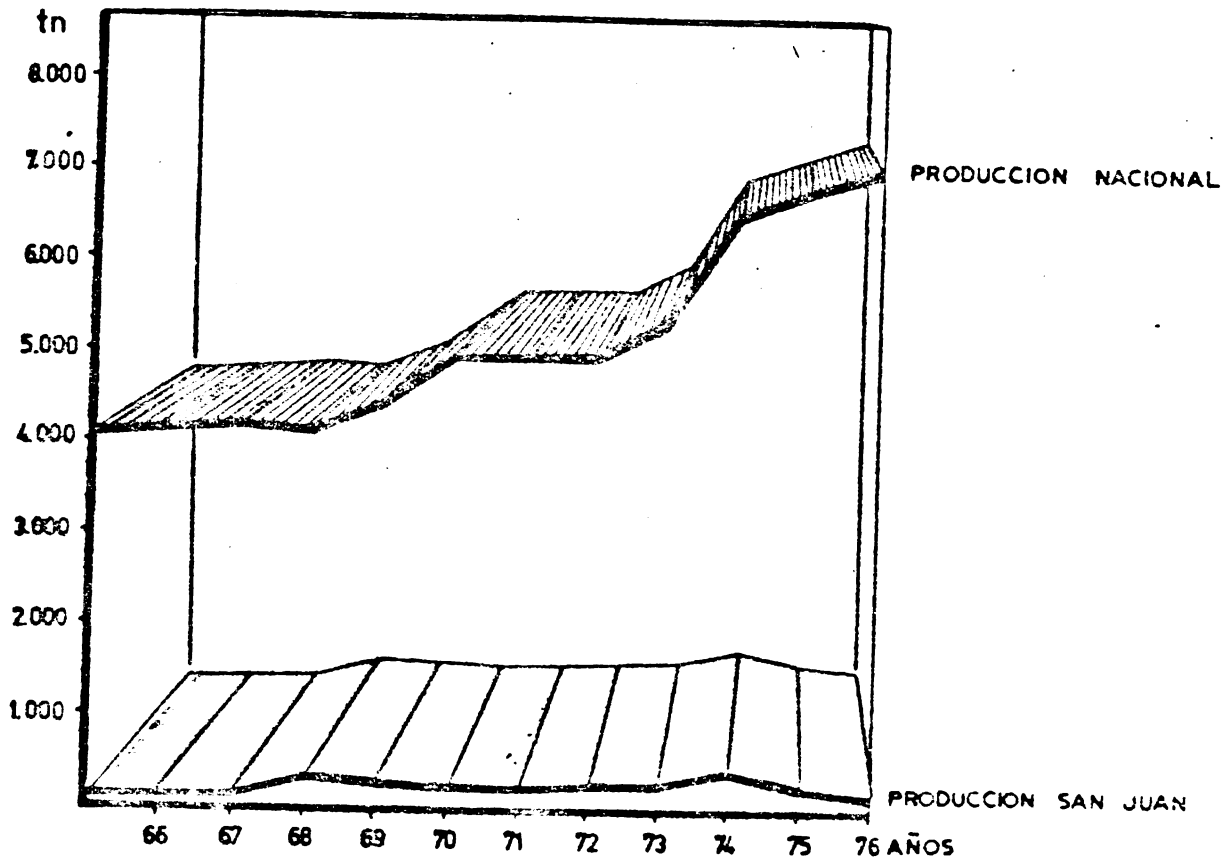


GRAFICO: 1

FUENTE: Elaboración propia según datos de INDEC

PARTICIPACION DE LOS DEPARTAMENTOS DE LA PROVINCIA (En porcentajes)

Pocito	26,4
Rawson	24,9
Calingasta	20,1
9 de Julio	5,2
Otros	23,4
Total	100,0

Si se tiene en cuenta el rendimiento por hectárea, se advertirá que San Juan se ubica en primer lugar, luego Mendoza y después Buenos Aires (Cuadro 2, Gráfica 3).

Otro factor muy positivo que posee la zona cuyana es la relación que existe entre hectáreas cultivadas y cosechadas, que es del 100 % para los últimos años; no ocurre así en otras zonas, por ejemplo Santiago del Estero, donde la relación es del 85% aproximadamente, aparentemente por razones meteorológicas (Cuadro 3).

La producción tiene una tendencia ligeramente creciente, siendo más pronunciado el incremento en el país que en San Juan (Cuadro 4, Gráfica 4).

La distribución de la producción en el país ha variado en el último decenio; es así que se incrementó la participación relativa de Buenos Aires y Mendoza, en tanto que la de San Juan y Santiago del Estero mostró una sensible disminución relativa (Cuadro 5 y Gráfica 5).

La producción de las principales zonas, con respecto a la total y a su vez entre sí, presenta un ligero estancamiento para los últimos años (Gráfica 5), salvo 1977 y posiblemente el próximo año agrícola, favorecidos por el régimen cambiario existente.

Si comparamos los rendimientos por hectárea entre Estados Unidos de América y Argentina, observamos que mientras en el primero sobre 4.400 ha cultivadas se obtienen 63.685 t, en nuestro país existen 13.700 ha con una producción de 68.600 t. De esta forma, mientras que Argentina tiene una extensión cultivada tres veces mayor, la producción sólo representa el 8% más que en Estados Unidos de América.

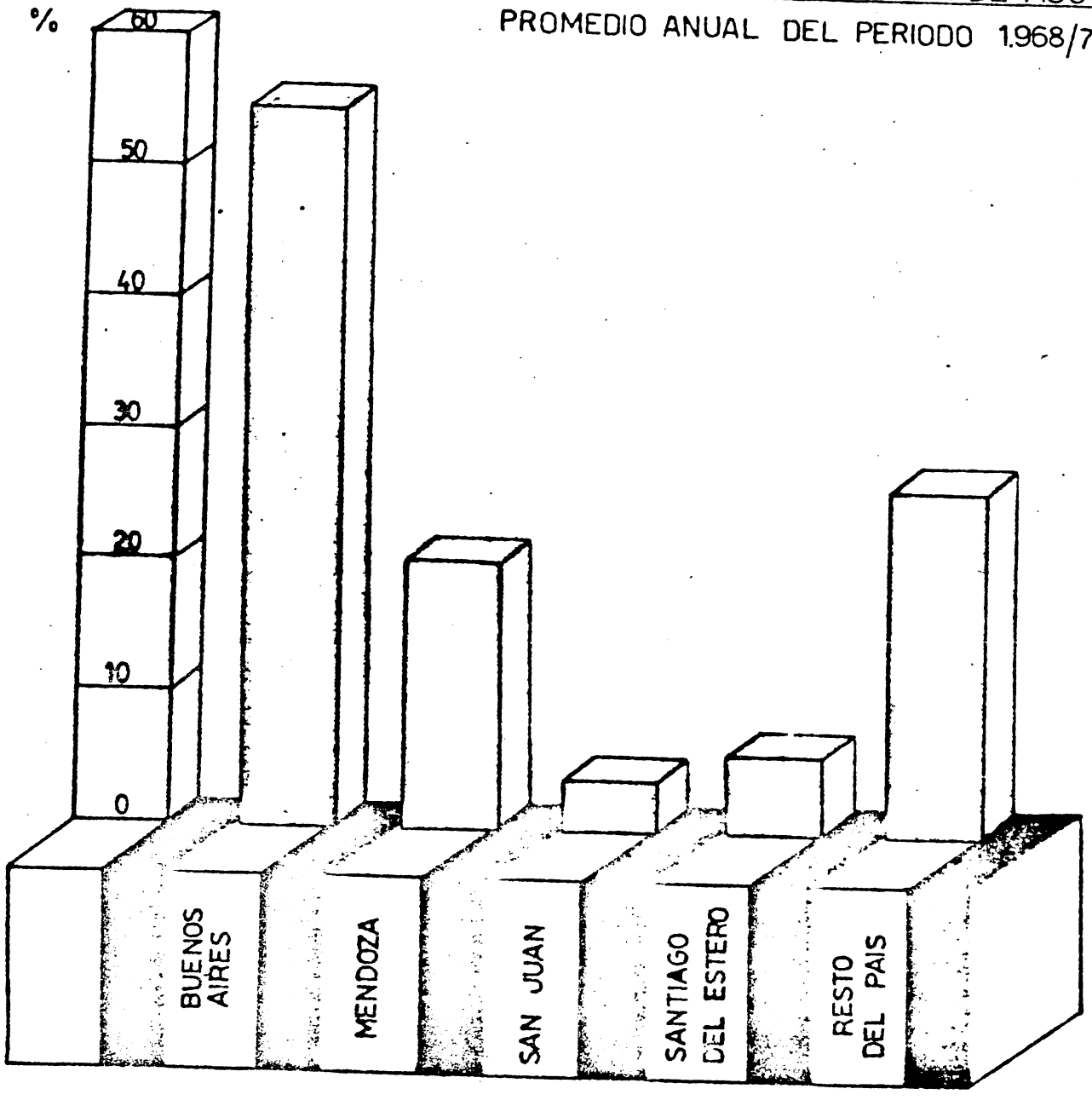
En la medida que el agricultor argentino vaya accediendo a niveles de tecnología similares a los de los países desarrollados se podrán lograr ren-

DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE CULTIVADA DE AJO EN EL PAIS

PROMEDIO ANUAL DEL PERIODO 1.968/77

GRAFICO: 2

FUENTE: Elaboración propia según datos INDEC Cuadro 1



AJO

RENDIMIENTO POR HECTAREA COSECHADA
EN SAN JUAN Y EL PAIS

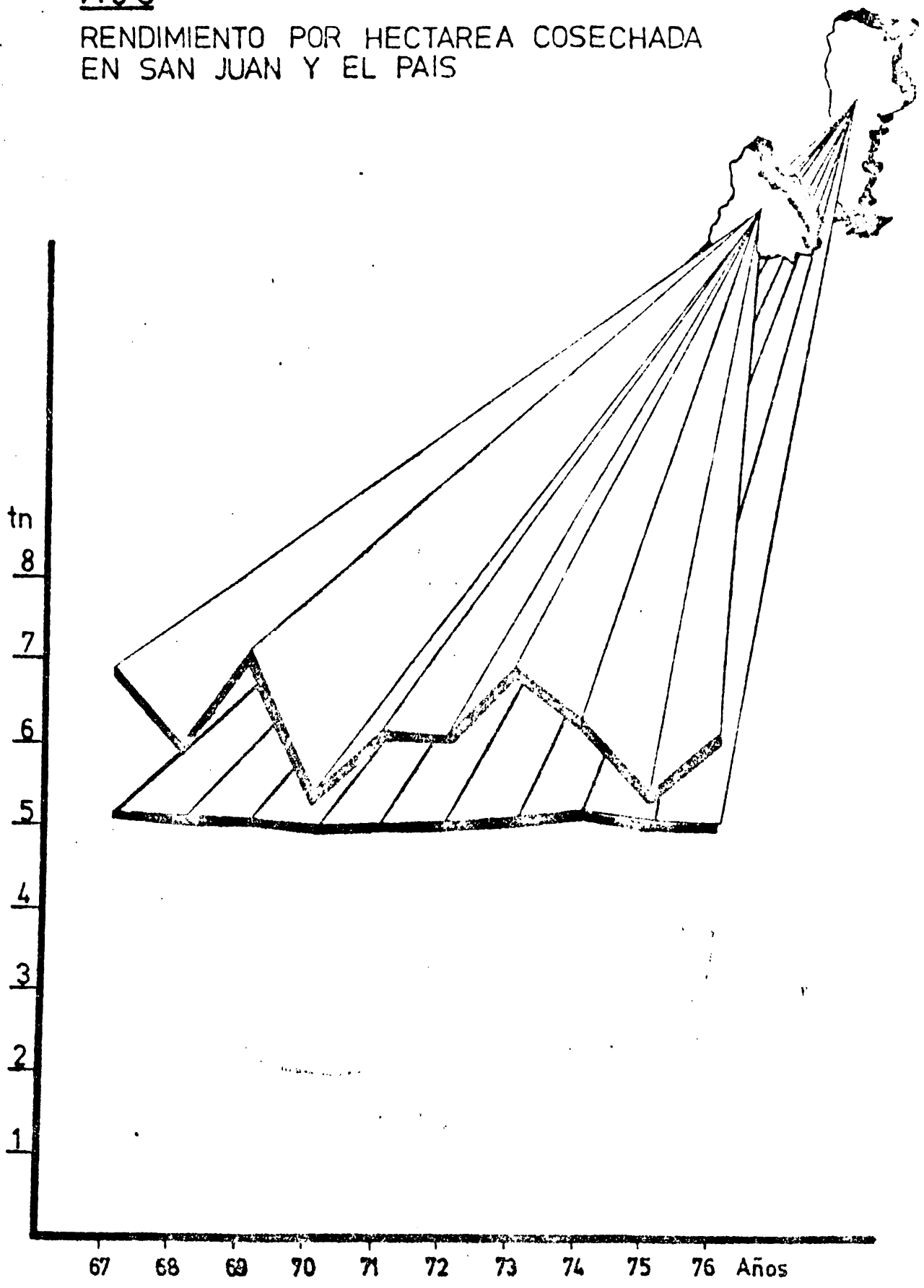


GRAFICO 3

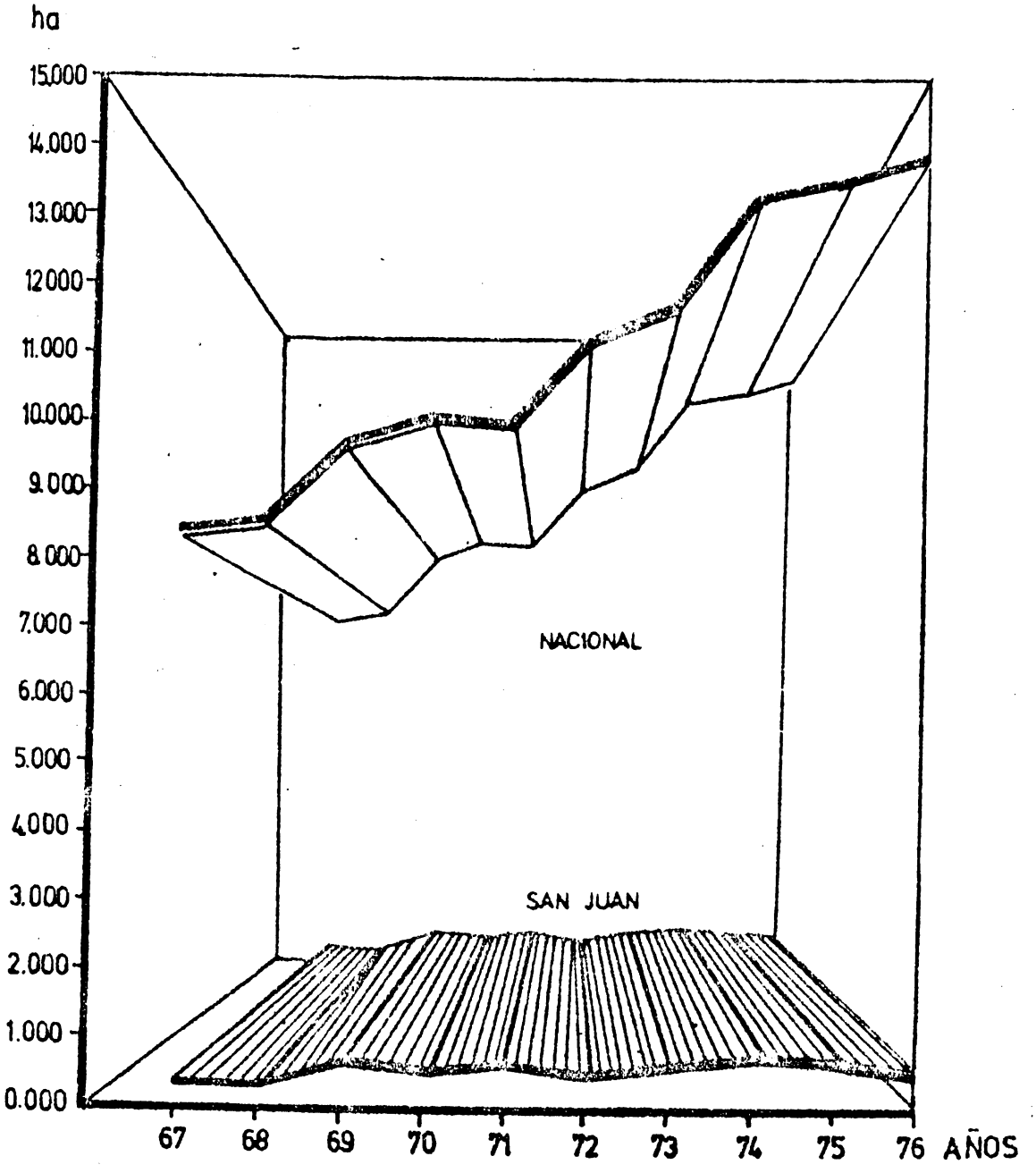
FUENTE : Elaboración propia según datos INDEC, Cuadro 2

AJO

SUPERFICIE CULTIVADA

GRAFICO 4

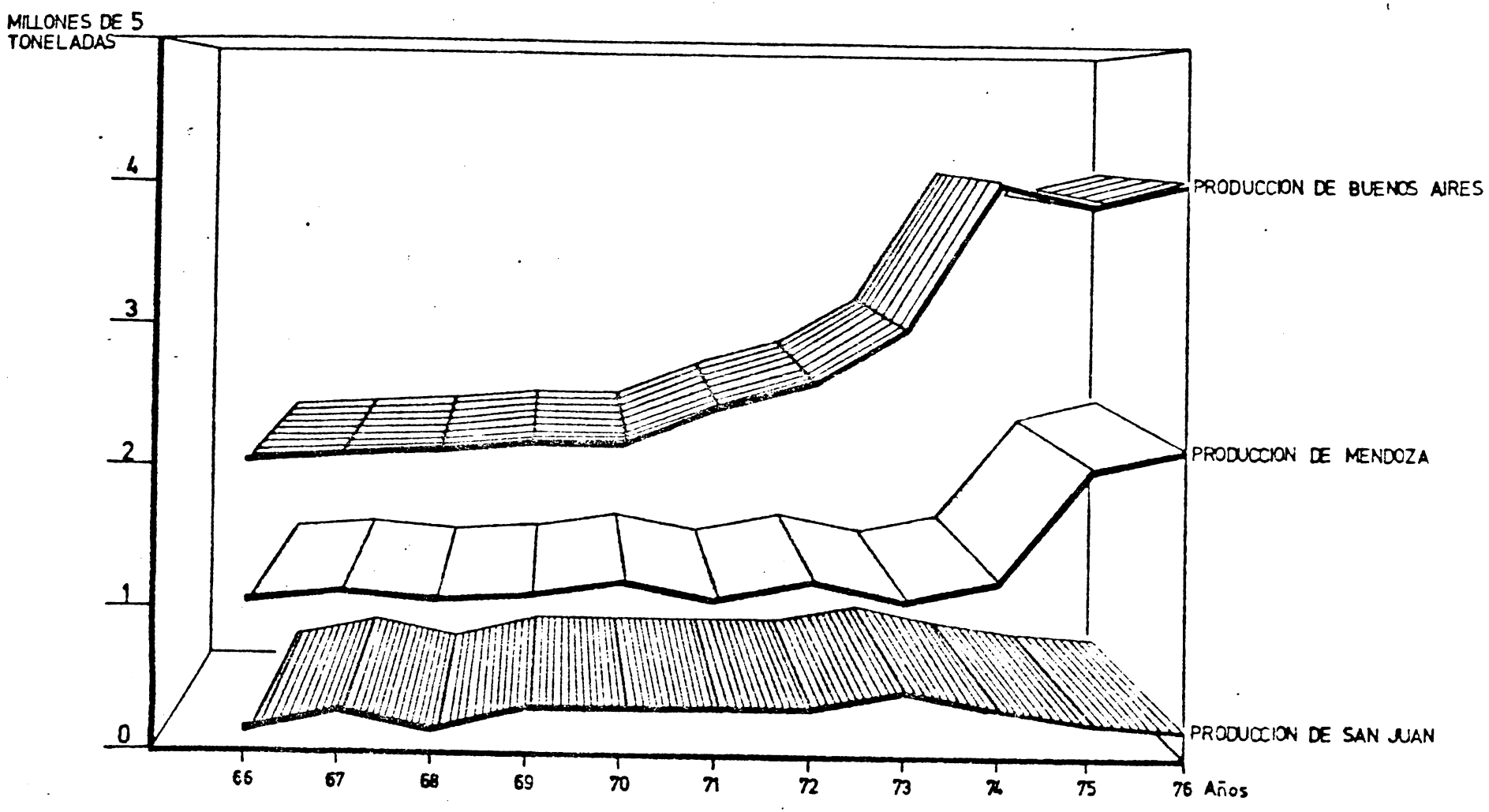
FUENTE Elaboración propia según datos de INDEC



AJO

COMPARACION DE LA PRODUCCION EN LAS TRES PRINCIPALES PROVINCIAS PRODUCTORAS

GRAFICO: 5
FUENTE: Elaboración propia según datos INDEC



dimientos superiores a los actuales.

Descripción de la tecnología empleada. (1)

El ajo es un cultivo que requiere mano de obra especializada por los cuidados necesarios para obtener un mayor rendimiento.

Se prefieren siempre aquellos suelos en los cuales han existido plantaciones de Vicia inoculata, alfalfa, etc. que incorporan nitrógeno a la tierra, elemento muy requerido por este cultivo.

Las tareas habituales son las siguientes:

1. Preparación del terreno: Se realiza una arada 15 a 20 días previos a la plantación, con 8 ó 10 cm de profundidad, y luego una pasada con una rastra de dientes para dejar el suelo completamente suelto.

2. Plantación: Se procede a la abertura de los surcos aproximadamente en el período en que se procede a la selección de los dientes.

En esta última tarea se desgranan y se eliminan los bulbos enfermos, procediéndose a su vez la desinfección de los mismos.

Posteriormente se planta a mano (a golpe). Los surcos deben estar distanciados de 50 a 60 cm y entre hilera de 25 a 30 cm. La operación se realiza durante los meses de marzo, abril y mayo, empleándose unos 1.000 kg de semilla por hectárea.

. Labores culturales: En general el cultivo debe mantenerse permanentemente libre de malezas (desmalezado); se aplica herbicidas para no permitir el desarrollo de malezas durante todo el transcurso del mismo. Se debe realizar a su vez una buena programación de riego para darle a la planta la humedad necesaria.

Previo a la cosecha (primavera) se debe realizar el descanutado (corte del escapo floral) para permitir un buen desarrollo de la cabeza y evitar que se abra; luego, cuando se nota el amarillear de las hojas, se debe suspender el riego (para mantener la calidad y evitar la podredumbre).

---

(1) Este capítulo se desarrollará en profundidad en el informe de producción y costo de propiedades del área (en elaboración).

Otras prácticas comunes son:

2.3.1. Fertilización: Se realiza con el objeto de incrementar los rendimientos. El cultivo es exigente en fósforo durante los primeros estados de desarrollo. Para satisfacer estas necesidades, se aplica fosfato diamónico, que cubre además parte de los requerimientos de nitrógeno. Al iniciarse la formación de los dientes, es necesario reforzar el suministro de este elemento, por ejemplo con úrea o sulfato de amonio.

2.3.2. Control de malezas: Con la aplicación de herbicidas preemergentes, como el Linurón al 50%, a razón de 2,5 kg/ha en 400 litros de agua, se controlan las malezas de hojas anchas y finas.

En post-emergencia, en este cultivo es necesario remover el suelo, manualmente, lo que permite un mejor control de malezas.

2.3.3. Control de enfermedades y plagas:

2.3.3.1. Roya (Puccinia allii): El síntoma de esta enfermedad es la aparición de pequeñas pústulas de color amarillento en las hojas. Se controla con fungicidas a base de Maneb y se requieren 2,5 a 3,0 kg/ha en 400 litros de agua. Es necesario aplicarlo con un adherente, para evitar que resbale y se pierda, debido al carácter ceroso de las hojas.

2.3.3.2. Podredumbre del bulbo: Es producida por Sclerotinia cepivorum, que afecta a los bulbos. El control se efectúa mediante la aplicación de pentaclorito benceno (P.C.N.B.) al 75%; es necesaria una dosis de 24 kg/ha en 400 litros de agua.

2.3.3.3. Trips: Es una plaga común que se caracteriza en la planta por los manchones de color plateado, y a medida que avanza se secan las hojas. Se controla mediante la aplicación de insecticidas sistémicos con el agregado de un adherente.

2.3.3.4. Nemátodos: Es una plaga que puede encontrarse en el suelo como consecuencia de plantaciones anteriores; en otras oportunidades viene con la semilla. El resultado es que no permite el desarrollo normal de la cabeza, trayendo como consecuencia una notable disminución de la producción y de la calidad.

La realización de las labores culturales enumeradas anteriormente, permitirá elevar significativamente la producción y la calidad.

4. Cosecha: Se realiza primero el arrancado a mano, posteriormente se apila el ajo con "colu" a lo largo de los surcos en los denominados caballones o ballenas, que son cubiertas por paja con una buena ventilación durante 10 días o más, para ser llevados posteriormente a los centros de acopio, para su enristrado o encajonado. El ajo, en los 15 ó 20 días posteriores a la cosecha, pierde aproximadamente 1/3 de su peso (1).

La cosecha se realiza en los meses de octubre, noviembre y diciembre; el transporte de chacra a galpón puede efectuarse en los seis meses posteriores a esta fecha.

Los trabajos de cultivo del ajo son realizados a mano; por lo tanto, es importante la influencia que tiene el insumo mano de obra en el costo final del producto.

5. Epocas de plantación y cosecha en las principales zonas productoras.

	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Provincia San Juan y Mendoza			"	"	"						xx	xx	"=Plantación xx= Cosecha
Provincia Buenos Aires			"	"						xx	xx	xx	

Variedades más comunes: Las variedades comerciales más difundidas son:

1. Ajo colorado: Se cultiva en clima templado y seco y brinda un buen rendimiento por hectárea. Los dientes son gruesos y la membrana externa de color violáceo con buena formación de la cabeza. El sabor es picante y fuerte, muy pronunciado, teniendo muy buena conservación.

2. Ajo blanco: Los bulbos son de color blanco amarillento, su sabor es menos pronunciado que el colorado; se cosecha más temprano que el colorado; las hojas son más acentuadas en esta variedad.

3. Ajo violeta (Paraguayo): Es de color violáceo; su producción es de muy poca importancia. Es una variedad que, debido a su rápida deshidratación,

(1) Urbieta Salvarredi, Adrián y A. de Torrontegui, "Pérdida de peso de ajos en el período posterior cosecha". En vías de publicación.

no se destina a la exportación.

De las tres variedades descriptas, el mercado internacional se inclina por el ajo colorado, debido a su sabor fuerte y a su buena conservación.

La deshidratación de ajo ha aumentado en años recientes. Se prefiere variedades con túnica y carne blanca; generalmente se necesitan de 3 a 4,5 kg de ajo par 1 kg de producto deshidratado.

Se ha determinado que el ajo chico tiene mayor proporción de materia seca, razón por la cual sería interesante para deshidratación (1).

DESHIDRATACION DEL AJO DE ACUERDO CON EL TAMANO.

TAMANO	PESO BULBO	PESO SECO	AGUA
GRANDE	100	26,57	73,43
MEDIANO	100	27,29	77,21
CHICO	100	29,31	79,69

3. Comercialización.

De acuerdo con informes preliminares, el ajo es un cultivo que se realiza normalmente en San Juan en parcelas que no superan las dos hectáreas, porque su plantación requiere una gran inversión.

3.1. Acopio, Transporte y Dispersión.

3.1.1. Acopio.

3.1.1.1. Cosecha.

La cosecha se realiza a mano, razón por la cual, entre los insumos de este cultivo, es un rubro de bastante significación (aproximadamente 33 jornales por hectárea). Las tareas que comprende son las siguientes: arrancado, acordonado y estiba. El arrancado se realiza -como se dijo- en forma manual, tarea que es seguida por el acordonado, que consiste

(1) Urbieta S., Adrián y Otro, op. cit.

en colocar los ajos sobre los bordos para riego, formando montículos alargados (cordones) que son cubiertos de hojas, para que se sequen durante unos 10 días. Posteriormente se atan en manojos y se transportan a tinglados o galpones, que pueden ser del mismo propietario o bien de los galpones de empaque de los acopiadores.

El cultivo es generalmente realizado por pequeños chacareros, en superficies que oscilan alrededor de las 2 ha. Este hecho, y el alto costo del cultivo, determinan que lleguen a la época de la cosecha sin disponibilidades, razón por la cual se ven forzados a vender todo o una gran parte de su producción a los acopiadores. Los que logran retener más tiempo a ésta, obtienen en los meses posteriores a la cosecha, por regla general, mejores precios que aquellos que tuvieron que venderla durante el tiempo de cosecha o inmediatamente después.

Es importante señalar este hecho, dado que generalmente las medidas de gobierno referentes a gravámenes a la exportación o subsidios, como en el presente año, tardan en llegar, y es un argumento empleado por los acopiadores para mantener bajos precios y justificarlos ante los chacareros, que por lo general no tienen un fácil acceso al crédito. Un claro ejemplo sobre lo dicho ocurrió en el año 1974 (cosecha 73/74), donde los gravámenes a la exportación se mantuvieron hasta fines de enero, fecha en que fueron levantados.

El precio que se paga a los chacareros osciló en los $ 2,00 antes de la medida, y posteriormente subió en 48 horas a $ 6,00, para luego estabilizarse en $ 4,50 a $ 5,00 según calidades. Si bien no es un dato totalmente verificable, se consigna que para esa fecha se había ya vendido un 60 por ciento de la producción. En consecuencia, los beneficiarios directos resultaron los acopiadores.

El ajo posteriormente es transportado en camiones de carrocería alta a los centros de acopio, que se encuentran en la zona norte, a unos 20 km, en promedio, de las chacras. En la zona oeste las distancias a recorrer son superiores a los 100 km.

1.2. Empaque.

El empaque en Cuyo tiene dos modalidades:

Ajo blanco, en noviembre y primera semana de diciembre, o colora-

do, para mercado interno.

Ajo colorado, para mercado externo.

El ajo blanco o colorado para mercado interno, generalmente se envía en partidas de ajos acondicionadas en ristras. La ristra es un trenzado que se realiza en chacra (o en galpón de empaque), con la parte aérea de las plantas, en las que se deja vistas a las cabezas de los ajos, que forman dos hileras totalizando 100 cabezas por ristra.

Las cabezas rotas o deformadas se envían a mercado en cajones, con una cotización inferior a las ristras. Estas son clasificadas en distintos grados, que agrupan ristras de un promedio de 7,5 kg; 6 a 6,5 kg; 4,5 a 5 kg y 3 a 4 kg. Estos grados son denominados (en los galpones de empaque) así: Especial, Primera grande, Primera chica, Segunda y Tercera. No hay regla fija en esta clasificación.

Los chacareros tamañan sin denominaciones, pero clasificando el ajo en forma bastante uniforme, ya que es cuestión de práctica; luego lo venden a los acopiadores, que en este caso no realizan la operación de enristrado.

Si el chacarero tiene posibilidades financieras guarda su ajo (colorado) durante algún tiempo, esperando mejores precios. Este acopio lo realiza, una vez hechas las ristras, en galpones o bien en espalderos del tipo de los frutales o viña, intentando seleccionar un lugar que permita tener sombra durante las horas de mayor calor, para evitar la excesiva deshidratación.

La mayor parte del ajo colorado va a galpones de empaque, dado que se exporta en su mayoría.

El transporte se realiza en camiones y con los ajos formando atados. Estos se apilan sin clasificar en los galpones, que generalmente se encuentran abiertos en el sentido de los vientos predominantes (sur-norte), debido al fuerte olor que despide y a la deshidratación. Para controlar este efecto se conserva la zona cercana con una relativa humedad (la riegan con mangueras).

En los galpones de empaque prevalecen dos criterios básicos para el trabajo (que siempre es manual): se da al tanto a cuadrillas que organizan trabajo en la forma que más les conviene, o bien se trabaja al día, con especialización de tareas. Con este último sistema se logran superiores cla-

ificaciones y alta calidad del producto.

Cuando se retiran de las pilas para el embalaje se realizan las guientes operaciones:

1. Cortada: consiste en cortar la parte aérea y eventualmente icular de cada cabeza. Esta operación suele realizarse al tanto.

2. Limpieza: consiste en eliminar las capas externas que se encuentren sueltas o manchadas; si son ajos para el mercado estadounidense, saca con una cucharita especial toda la parte radicular (por exigencias aquel mercado).

3. Clasificación: como su nombre lo indica, se clasifica al a- en dos etapas; la primera selecciona tres clases:

A- Hasta 11 cm de circunferencia (3,5 cm de diámetro), que es ico, y va al mercado interno.

B- De 11 a 17 cm de circunferencia, que es el ajo que va al exte- r.

C- Mayores de esa circunferencia (grande), que va al mercado in- no. Si este ajo y el chico son detectados por los que realizan la corta- se aparta en aquella operación y se destinan al formado de ristras. Si logran en esta etapa se destinan a cajones que van al mercado interno.

La segunda clasificación realiza el denominado "romaneo", en di- ntes números de clasificación, que como se dijo se destinan al mercado xportación.

20	CIRCUNFERENCIA	PORCENTAJE RELATIVO QUE SE OBTIENE EN MENDOZA
	9,42 cm	10 %
	12,56 cm	40 %
	15,70 cm	40 %
	18,84 cm	10 %

Es necesario hacer notar que la medida conocida por clasificado- está determinada por la circunferencia, y la larga práctica ha hecho ada uno sepa, formando un círculo con el índice sobre el pulgar hasta

donde debe cerrar el círculo sobre éste para determinar cada medida.

La clasificación original es más grande y guarda relación con la primera que se efectuó (en tres tipos). Se tiene en cuenta para ello que el ajo, cuando recibe el corte de la parte aérea, achica su circunferencia a los pocos días. Es por ello que es compatible la primera clasificación en mayores de 11 cm, la resultante final del N°3 que da alrededor de 9,5 cm para el tamaño más chico apto para la exportación.

Estas partidas son guardadas, lo mismo que las chicas de mercado interno, porque tienen mayor índice de conservación, razón por la cual se envían al final de la temporada (julio).

4. Embalado: Se realiza a mano y por un grupo de operarios que colocan el ajo en cajones, lo pesan y clavan la tapa. El peso neto de los cajones debe ser 10 kg en puerto de destino, por lo que el pesaje en galpón va variando según los meses. En diciembre se colocan 10,800 kg por cajón y en julio 10,200 kg. El resto del peso lo pierde por deshidratación durante el transporte.

Los cajones pueden ser octogonales o exagonales. Si tienen esta última forma no son todos los lados del exágono iguales para evitar que al apilar los cajones no circule aire entre ellos. Los cajones tienen tablas que permiten el paso de aire e impiden la pérdida del contenido. Tienen dos tablas por cara en los exagonales.

3.1.2. Dispersión.

Aproximadamente el 60 por ciento del ajo se destina a exportación, especialmente al mercado de Brasil, por lo que la distancia a recorrer supera los 2.500 km. Para el ajo de mercado interno la distancia de Mendoza o San Juan a Buenos Aires (principal consumidor) es de 1.100 km; Córdoba alrededor de 800 km y Santa Fé 900 km. Algunas partidas que van al norte argentino superan estas distancias.

3.1.3. Transporte:

El transporte se realiza en camiones que pertenecen a empresas especializadas, o bien a los empacadores o acopiadores. Generalmente se contrata el transporte en 4 ó 5 firmas que se dedican a este rubro.

Respecto a tipos de transporte existen para la exportación dos modalidades:

a- Empresas que hacen el trasbordo en Paso de los Libres.

b- Empresas que completan el círculo o circuito y llegan a los mercados de Brasil; en este caso se trata de unidades de gran potencia, del tipo Scania Vabis o bien Fiat con equipo de semirremolque. Los primeros tienen un equipo mayor que los segundos. Las empresas son locales o bien brasileñas, que realizan viajes "redondos", o sea con cargas de ida y vuelta; se comenta en el medio, aunque sin confirmación, que ambas pertenecen a capitales de ambos países.

En cuanto a los envíos a otros países no limítrofes, se realizan los envíos al puerto de Buenos Aires y de allí por barco a puerto de destino. El mercado de Nueva York solicita por lo general CIF, en tanto que los otros mercados generalmente pactan FOB.

Los empacadores se encargan de hacer llegar el producto a los mercados consumidores, de los cuales el más importante es Buenos Aires, que absorbe aproximadamente el 75 por ciento; el 25 por ciento restante es demandado por Córdoba, Misiones, Tucumán y otros.

Los productos son transportados por vía terrestre (camión, tren, etc.)

Los principales empacadores de San Juan que envían el producto al mercado interno son: Salvador Moreno, Henri Hullman, José Rojas, D'Angelo Arcucci, Ferrer Hnos., Tomás Julio; Roberto E. Pisi; Sasetru S.A.; Setubal S.A.

3.2. Formas usuales de primera venta:

3.2.1. Venta al contado.

Las ventas al contado en este producto son generalmente 40 por ciento al firmar el contrato y 60 por ciento al entregar el producto.

3.2.2. Contrato 2 x 1.

Es aquel donde el empacador o acopiador cede 1 kg de semilla al productor, quien luego del proceso productivo, le debe entregar 2 kg. En el caso de 1 ha, para la que se necesitan 1.000 kg de semilla y cuya producción sea de 6.000 kg por hectárea (según Cuadro 2), que es el ren-

dimiento promedio para San Juan, debe devolver el 33 por ciento de la producción.

3.2.3. Mediero.

Existe otro tipo de contrato en el cual el propietario cede la tierra con el agua respectiva. El productor se hace cargo de la semilla y todos los insumos necesarios hasta llegar a la obtención de la producción total. En este caso, lo usual es que corresponda el 20 por ciento ó 25 por ciento de lo obtenido al propietario.

3.3. Destino de la producción de San Juan.

Prácticamente toda la producción se comercializa en fresco, en el mercado interno o bien para exportación.

En la actualidad, el total de la producción de San Juan tiene los siguientes destinos aproximadamente:

50 % al Mercado externo en estado fresco.
40 % al Mercado interno (Buenos Aires, Córdoba, etc.).
10 % al Mercado local.

Otra forma de comercialización, aún no explotada lo suficiente en nuestro país, es la deshidratación del ajo, lo que permitiría un poder de negociación más flexible para el productor.

La importancia de este tipo de industrialización se puede ejemplificar con la experiencia en los Estados Unidos, donde el 75 por ciento de su producción (63.685 t) es destinada a este fin.

De lo anterior surge la importancia de un estudio en profundidad sobre la factibilidad de radicar una planta deshidratadora en nuestra provincia.

3.4. Canales de comercialización.

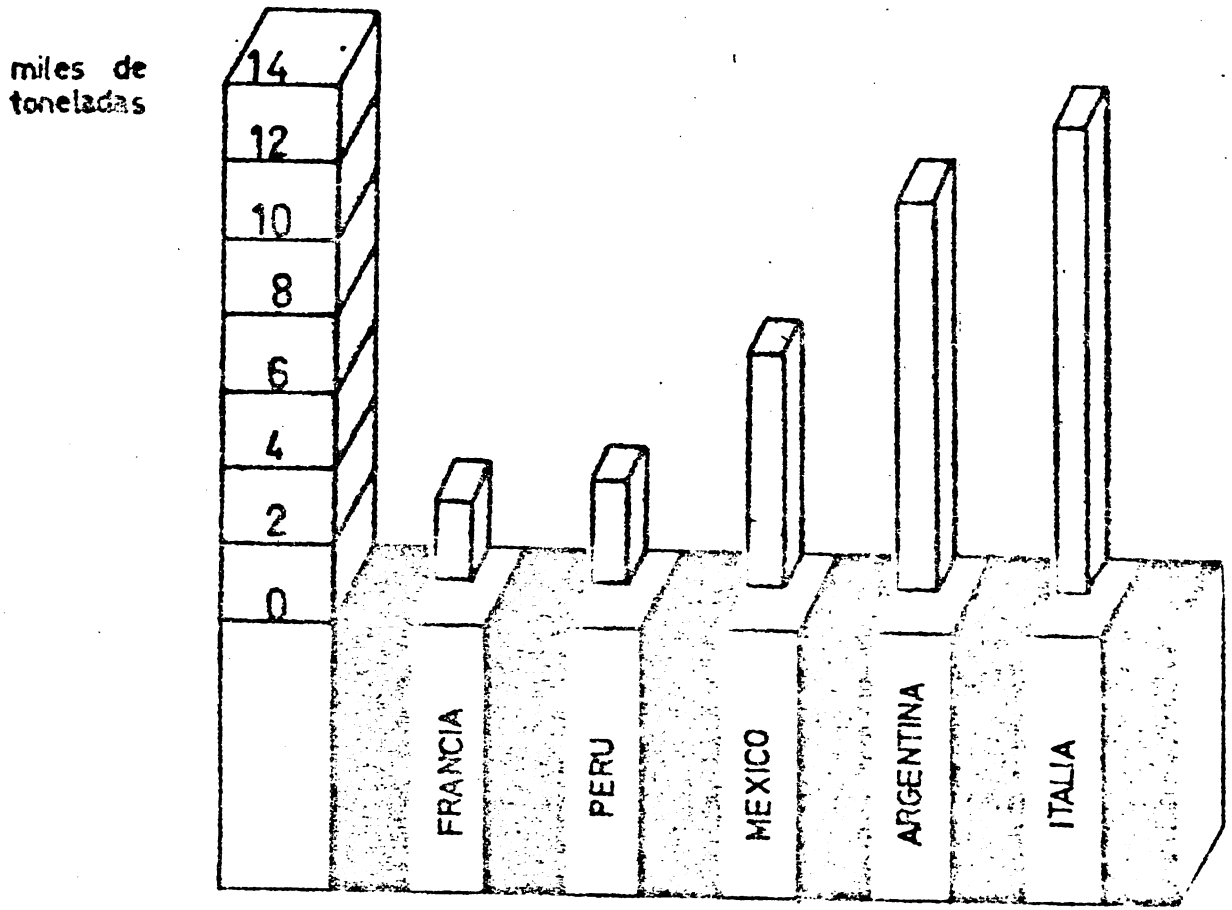
El productor no se encuentra integrado; todo lo contrario ocurre con los empacadores, los cuales se encuentran altamente concentrados.

El producto, en un alto porcentaje, se comercializa a través de pocos acopiadores, que cumplen la función de intermediarios y hacen llegar el producto a los centros consumidores.

AJO
PRINCIPALES EXPORTADORES

GRAFICO 7

FUENTE Mercados mundiales de ajo fresco y participación argentina
Documento nº 3 Mendoza ARGENTINA
Abril 1976



Algunos productores realizan su venta para el mercado provincial sin ningún tipo de intermediario. En algunas ocasiones los pequeños productores hacen llegar el producto a otros mercados provinciales a través de ventas en consignación, que tiene un costo del 10 por ciento del total de las ventas, más gastos de descarga y entrada al mercado. No obstante, no parece ser éste el canal de comercialización más utilizado por el volumen de las transacciones.

Simultáneamente con esta primera entrega del informe se está realizando una encuesta con el propósito de determinar con la mayor precisión posible los canales de comercialización de este producto.

3.5. Exportación.

Argentina es un importante exportador, ubicándose en segundo lugar después de Italia.

De la producción total se envía el 50 por ciento al mercado exterior, donde Brasil absorbe el 85 porciento de nuestra exportación, destinándose el restante 15 por ciento a Estados Unidos de América, Francia, Puerto Rico, etc.

San Juan destinó al Brasil un 84,73 por ciento del ajo exportado. Otros mercados fueron Estados Unidos de América 3,85 por ciento, Francia 10,03 por ciento, Italia 1,25 por ciento y Puerto Rico 0,12 por ciento (Cuadro 6).

El precio que se pagó en Brasil en 1977 fue de U$S 14, la caja de 10 kg y en Estados Unidos de América U$S 11; esta diferencia se debe a la protección que existe a favor de nuestro país por parte de la ALALC.

En San Juan, los principales exportadores de este producto son:

D'Angelo Arcucci - Estación Sánchez de Loria - Pocito.
Henri Ullman - Mendoza y Calle 5 - Rawson.
Roberto E. Pisi - Mendoza entre 6 y 7 - Pocito.
Sasetru S.A. - Alem 269 (O) - Ciudad.
Setubal S.A. - Avda. Ignacio de la Roza.

Henri Ullman, D'Angelo Arcucci, Sasetru y Pisi participaron en el año 1976 con el 80 por ciento del mercado de exportación.

De acuerdo a la información recogida en San Juan, en el año 1975,

IMPORTACIONES DE AJO FRESCO

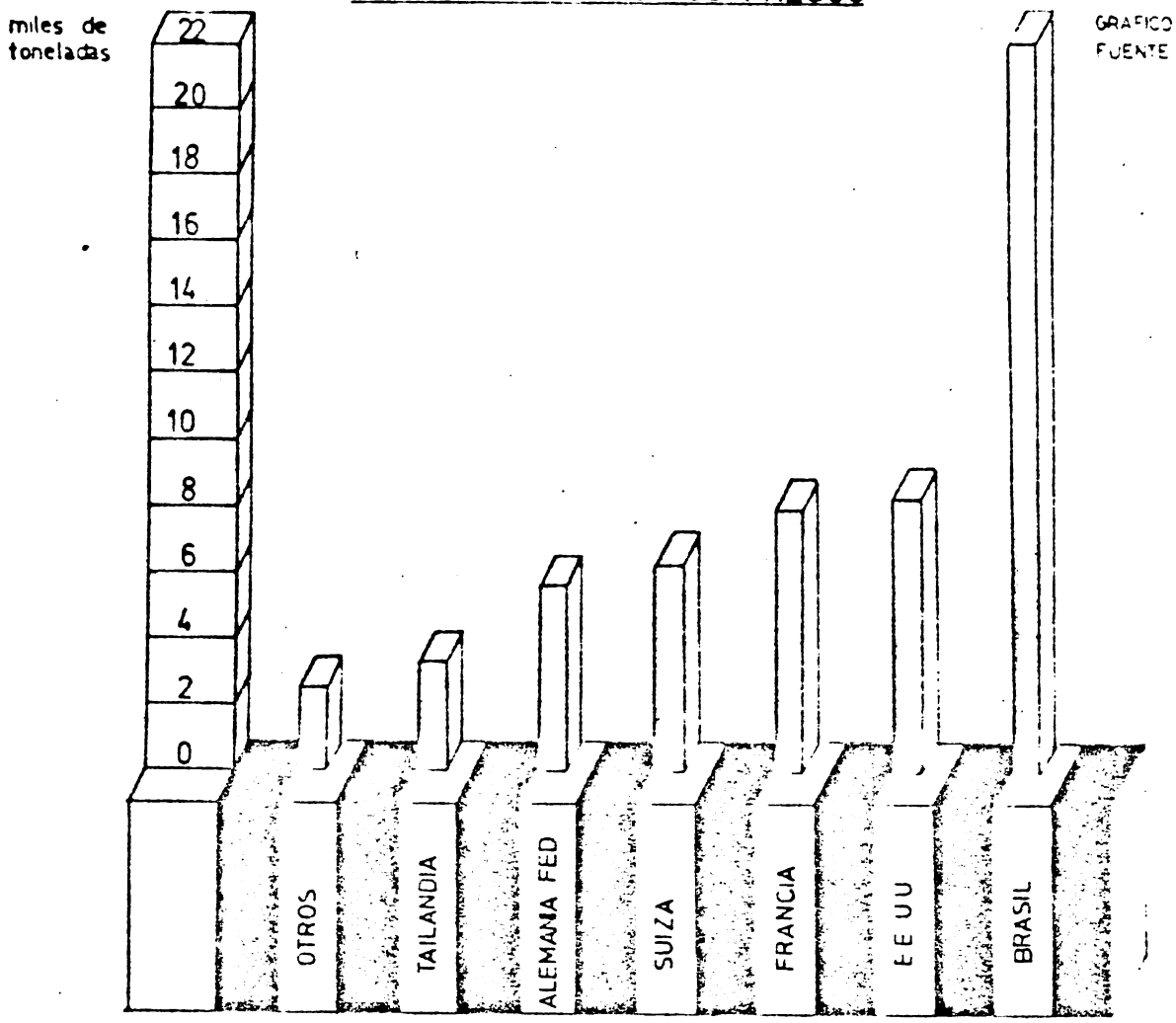


GRAFICO 6
FUENTE Mercados mundiales de ajo fresco y participación argentina
Documento nº 3
Mendoza—ARGENTINA—Abril 1976

sobre un total de exportación de 1.185.000 kg, alrededor del 60 por ciento se encontraba concentrada en tres personas, y en el año 1976/77 fueron cinco firmas las principales exportadoras.

3.6. Mercados importadores (Gráfica 6).

3.6.1. Brasil.

3.6.1.1. Producción.

Este país cultiva alrededor de 15.000 ha, con una producción de 37.000 t y con un rendimiento aproximado de 2.500 kg/ha.

3.6.1.2. Importación.

Con esta producción Brasil no abastece su mercado consumidor, por lo que debe importar de Argentina y España, principalmente, que participan en este mercado con el 86 por ciento, correspondiéndole a la Argentina el 47,48 por ciento y a España el 38,52 por ciento.

La exportación a este país ofrece inmejorables condiciones por la época de entrada a este mercado; no tiene competidor porque España ingresa desde setiembre a diciembre y Argentina desde enero a marzo.

El ajo argentino es muy buscado en el mercado brasileño por sus características (sabor fuerte y picante). La variedad que se exporta es el ajo colorado.

3.6.1.3. Principales importadores.

a.- Ideal S.A. Supermercados
Rua Cabo Frio 527 - Duque de Caxias - R.S.

b.- Minas Gerais Salgador Ltda.
Travesia Carlos Gomez 96 - Niteroi - R.S.

c.- Supermercado Stella Maris IMP y EXP Ltda.
Rua Mario Viena 858 - Niteroi - R.S.

d.- Mercenarios Nacionais S.A.
Rua de Proclamao 901 - Río de Janeiro 6B.

e.- Casa Nures Martins S.A. - Importadora - Exportadora.
Lago Santa Rita 6 - Río de Janeiro - 6B

f.- Supermercados Pão de Açúcar S.A.
Avda. Brigadeiro Luiz Antonio 3.126 - São Pablo - 6P.

3.6.2. Estados Unidos de América.

3.6.2.1. Producción.

Es otro país comprador de nuestro producto que a su vez es productor, con un área cultivada de 3.700 ha para el último año y una producción aproximada de 42.000 t concentradas en California.

La producción propia abastece el 82 por ciento del mercado consumidor y el 18 por ciento proviene de la importación.

La mayor parte de la producción se destina a obtener sal de ajo y ajo deshidratado, que se emplea en la elaboración de productos alimenticios (alrededor del 75 por ciento); el resto se consume en estado fresco, lo mismo que el ajo importado.

La variedad preferida es el ajo colorado. Aunque el importado es más chico, posee un sabor más picante y fuerte que el producido en el país; gozando de gran aceptación en la zona este de Estados Unidos de América.

Durante el período 1966/76 se advierte un notable incremento en las importaciones, alcanzando la cúspide en el año 1974 con 10.106 t, por un valor de U$S 5.908.000.

3.6.2.2. Países proveedores.

Méjico es el principal abastecedor, representando el 75 por ciento del total, mientras que Argentina sólo participó con el 5 por ciento.

España se ubica como segundo abastecedor con el 13 por ciento, siguiéndole Italia junto con Perú con el 11 por ciento. Nuestro país se ubica en quinto lugar con el 5 por ciento aproximadamente, con un promedio para los últimos años de 523.500 kg.

3.6.2.3. Fecha de ingreso del ajo.

El ajo de origen mejicano ingresa en el período de octubre a diciembre.

El producto chileno a partir de marzo y el argentino durante los meses de enero y febrero.

3.6.2.4. Precio de venta.

El ajo argentino tiene precio más elevado con respecto al de otros

países como son Méjico, Perú, Chile y España, etc. El precio promedio es de U$S 0,91 por kg, correspondiéndole a Argentina U$S 1,10; Méjico U$S 0,69; Perú U$S 0,87; Chile U$S 0,97 y España U$S 0,91.

3.6.2.5. Principales importadores.

a.- Edmund Eier & Co.; INC (Ajo en polvo).
279 - Jefferson Avenue.
Cresskil, New Jersey 07626

b.- Maureice A. Anerbac; INC
94-03 104 th Street
Ozone Park, New York 11416

c.- Cornejo Provisión Co.
100 Hudson Street
New York, NY 10013

d.- Joel Trading Corp.
1.381 Oak Point Avenue
Browk, NY

e.- Antimo Puca Co.; INC
413 N Y C - Terminal Market - Hunts
Point Browk , N Y 10474.

3.6.3. Francia.

3.6.3.1. Producción.

La producción actual aproximadamente alcanza a las 47.000 t, representando el 93 por ciento del consumo total. Exporta el 3 por ciento e importa el 10 por ciento para abarcar el consumo total de Francia.

Son los principales proveedores Italia, España, Egipto, con el 86 por ciento de las importaciones; nuestro país aporta el 6 por ciento aproximadamente.

3.6.3.2. Principales importadores.

a.- Federatión des Grossites et Importateurs des Legumes.
218 toe Boinse de Commerce
75040 Poas Cedes.

b.- Ets Arcos
144, Rue de Rivoli
París 1°

c.- G. Jacques
118 - Rue Regnault
París 13°

d.- J. Kerleguer
11, Rue L. Rolland
Montroge (75)

.6.3.3. Conclusiones.

Del análisis de los principales países compradores de nuestro país, vemos que uno de los problemas de mayor relevancia es el alto precio de nuestro producto en relación con el precio de otros países exportadores.

Por ejemplo, en Estados Unidos de América, se está por encima del precio de otros países proveedores como Méjico, y en caso de Francia ocurre lo mismo con un precio de U$S 1,14 contra U$S 0,69 de Méjico.

En Brasil el precio es de U$S 1,40. Argentina participa en ese mercado protegido por las claúsulas de la ALALC. No obstante, el alto precio determina que Chile se convierta en importante competidor.

.7. Financiación y crédito para el cultivo.

En este momento existe apoyo crediticio para el productor de ajo, pero es inaccesible por el alto costo financiero que debe soportar.

Según datos obtenidos en las entidades que brindan apoyo crediticio en nuestra provincia, existen tres tipos de préstamos que son:

1. De evolución
2. De inversión
3. De bienes y servicios.

Dentro de los créditos de evolución, se encuentran los destinados para la plantación de ajo, que es el 20 por ciento del total de préstamos.

Los intereses que se cobran en este tipo de créditos son el 71 por ciento bajo la forma de interés anual anticipado.

AJO

CUADRO 1

SUPERFICIE CULTIVADA

(ha)

PERIODO	SAN JUAN	MENDOZA	SGO. DEL ESTERO	BUENOS AIRES	RESTO DEL PAIS	TOTAL DEL PAIS
1967/68	254	1.720	320	4.300	2.066	8.660
1968/69	550	1.770	800	4.700	1.840	9.660
1969/70	480	2.100	700	5.300	2.020	10.600
1970/71	510	2.000	590	5.700	1.700	10.500
1971/72	427	2.200	700	5.970	1.700	11.050
1972/73	540	2.080	830	6.650	1.500	11.600
1973/74	640	2.280	910	7.700	1.570	13.100
1974/75	550	3.100	240	7.300	2.110	13.300
1975/76	398	3.200	520	7.750	1.832	13.700
1976/77	415	3.600	530	8.440	2.195	15.180

FUENTE: INDEC

AJO

CUADRO 2

RENDIMIENTO POR ha COSECHADA

(EN kg)

PERIODO	SAN JUAN	MENDOZA	SGO. DEL ESTERO	BUENOS AIRES	RESTO DEL PAIS	TOTAL DEL PAIS
1967/68	5.905	5.930	3.396	4.639	4.695	4.916
1968/69	7.091	5.989	3.594	4.468	4.882	4.925
1969/70	5.417	5.905	3.333	4.434	4.395	4.695
1970/71	6.275	5.900	3.924	4.512	4.179	4.786
1971/72	6.112	5.856	3.858	4.529	3.625	4.691
1972/73	6.852	5.000	3.500	4.947	3.877	4.835
1973/74	6.349	5.746	4.545	5.198	4.131	5.194
1974/75	5.454	5.967	3.592	5.205	3.580	4.760
1975/76	6.055	5.969	3.027	5.096	3.553	4.740
1976/77	6.024	5.833	3.306	4.976	3.690	4.766

FUENTE: INDEC

AJO

CUADRO 3

RELACION SUPERFICIE COSECHADA A SUPERFICIE CULTIVADA

(EN PORCENTAJE)

PERIODO	SAN JUAN	MENDOZA	SGO. DEL ESTERO	BUENOS AIRES	RESTO DEL PAIS	TOTAL DEL PAIS
1967/68	100	100	82,81	96,74	95,89	96,77
1968/69	100	100	80	100	92,39	96,89
1969/70	100	100	90	100	97,52	98,87
1970/71	100	100	84,24	98,77	97,82	98,10
1971/72	100	100	80,43	99,50	98,50	98,00
1972/73	100	100	72,29	99,40	98,00	93,94
1973/74	98,44	100	84,60	99,93	97,13	96,02
1974/75	100	100	85,83	100,00	98,77	96,92
1975/76	100	100	85,76	100,00	95,85	96,32
1976/77	100	100	91,32	100,00	97,53	97,77

FUENTE: INDEC

- AJO

CUADRO 4

PRODUCCION DE SAN JUAN EN COMPARACION CON OTRAS PCIAS.

(EN t)

PERIODO	SAN JUAN	MENDOZA	SGO. DEL ESTERO	BUENOS AIRES	OTROS	TOTAL
1968	1.500	10.200	900	19.300	9.300	41.200
1969	3.900	10.600	2.300	21.000	8.300	46.100
1970	2.600	12.400	2.100	23.500	8.600	49.200
1971	3.200	11.800	1.950	25.400	25.400	49.300
1972	2.610	13.000	2.200	26.900	6.090	50.800
1973	3.700	10.400	2.100	32.700	5.700	54.600
1974	4.000	13.100	3.500	40.000	6.300	66.900
1975	3.000	18.500	740	38.000	7.460	67.700
1976	2.410	19.100	1.450	39.500	6.240	68.600
1977	2.500	21.000	1.600	42.000	7.900	75.000

FUENTE: INDEC

CUADRO 6

EXPORTACIONES ARGENTINAS

AÑO	BRASIL	E.E.U.U.	FRANCIA	ITALIA	PUERTO RICO	TOTAL
1975	1.080.000	105.000	-------	------	5.000	1.185.000
1976	724.540	20.000	220.000	50.000	-----	1.014.540
1977	1.581.880	29.000	181.200	------	-----	1.792.080
TOTAL	3.386.420	154.000	401.200	50.000	5.000	3.996.620

FUENTE: Ministerio de Agricultura.

APENDICE I

PRODUCTO: A J O

- FUNCIONES, PARTICIPANTES Y CANALES DE COMERCIALIZACION.

INTRODUCCION

Los sistemas de comercialización y las funciones que cumplen contribuirán a determinar los pasos a seguir.

El proceso de comercialización en sí, coordina las funciones de producción, distribución y consumo dentro de la sociedad. Es un conjunto de interrelaciones que se desarrollan en un marco regulado por leyes, costumbres, etc; recibe información de demanda, de oferta, el producto y la política institucional referida a este sistema; a su vez brinda información sobre precios, calidades, producto a nivel consumidor, etc.

Para poder cubrir los puntos a tratar en esta parte del trabajo se realizó una encuesta a nivel de galpones de empaque. En la misma se incluyeron preguntas sobre funciones, cantidades producidas y transadas, destino de la producción, problemas de comercialización, etc.

La encuesta permitió obtener información relevante sobre los puntos enumerados, completándose, además, datos suficientes como para determinar la estructura de los canales de comercialización, las modalidades de compra-venta, el comportamiento y funcionamiento del mercado, etc.

Los componentes principales de esta parte del trabajo son:

- Funciones.
- Participantes.
- Organización y estructura de los canales de comercialización.

1. FUNCIONES.

Son aquellas actividades que deben ser desarrolladas por algún participante para transformar el producto del nivel productor al nivel consumidor.

Las funciones se pueden dividir en: Funciones de Distribución, de Asignación y de Información.

En esta parte se analizará las Funciones de Distribución, porque las otras se deben describir luego de dar una explicación lo suficientemente acabada del estudio de la estructura y conducta de Mercado.

Las Funciones de Distribución se dividen en: Principales, Secundarias y Auxiliares.

1.1. Funciones Principales.

Son aquellas que necesariamente deben ser desarrolladas para la transformación del producto del nivel productor al nivel consumidor.

1.1.1. Acopio:

Es realizada generalmente por empacadores y en algunos casos en finca.

Los principales centros de producción en San Juan para el producto ajo son los departamentos de Rawson, Pocito y 9 de Julio.

Como se mencionó anteriormente, los empacadores se encuentran centralizados en los dos primeros, que es donde se concentra el 60 % de la producción total de la provincia.

La mayoría de los cultivos de ajo no superan las dos hectáreas, de acuerdo con la encuesta realizada; por lo tanto, en este nivel se encuentran altamente atomizados.

Por las razones anteriormente enumeradas, el poder de negociación es muy reducido, porque las cantidades a comercializar por cada uno de los productores no es representativa dentro de la producción total.

En el proceso de acopio tiene mucha importancia la deshidratación que sufre el ajo en el período de post-cosecha, ya que reducirá los volúmenes netos a nivel de consumidor, en relación con los obtenidos por el productor. El peso del ajo dependerá, entre otros factores, del momento de comercialización.

1.1.2. Elaboración:

Ver empaque.

1.1.3. Dispersión:

Es una de las funciones principales referida al reparto del producto en los mercados consumidores. Los principales mercados son Brasil y Buenos Aires.

La época en que es comercializado influye para determinar el peso en galpón de empaque; por ejemplo si la venta se realiza en enero, donde la mayoría de los envíos tienen como destino el Brasil, el peso neto del cajón es de 10,800 kg, calculando que llegan 10 kg exactamente. Si es en julio, 10,200 kg para el mismo peso neto en Brasil (10 kg).

1.2. Funciones Secundarias.

Son aquellas funciones que complementan a las principales.

Dentro de las secundarias está el empaque, el transporte y el almacenamiento.

1.2.1. Empaque:

Existen dos formas: el enristrado y el encajonado.

El enristrado es un trenzado que se realiza con la parte aérea de la planta, dejando las cabezas a la vista. Se puede de esa manera diferenciar las cabezas por tamaño: grande, mediano y chico. Cada una de las ristras cuenta con 100 cabezas, las cuales son clasificadas de manera uniforme y de acuerdo con las medidas será el peso, que puede oscilar entre los 3 a 6 kg. (1).

En el caso de exportación serán encajonados de a 10 kg, separando la parte aérea de la planta y a veces, de acuerdo con los requerimientos de algunos mercados, se extrae la parte radicular. En este caso la cabeza achica su medida al extraérle la parte verde; esta operación se realiza con cuchara especial.

El proceso de empaque es generalmente manual. No obstante, existen tamañadoras mecánicas que van diferenciando las medidas del producto,

(1): En ajo paraguayo suelen hacerse medias ristras de 50 cabezas.

través de cintas divergentes; de esta forma los bulbos se van seleccio-
do en una secuencia de menor a mayor.

Este nivel del canal de comercialización se encuentra, de acuer-
con la encuesta realizada, altamente concentrado en pocas firmas empa-
doras.

1.2.2. Transporte:

Es el traslado en el espacio del producto; es una función muy
portante, a tener en cuenta por la pérdida económica que significa la
isminución de peso.

El ajo es un producto que generalmente es enviado a Brasil y el
ansporte es realizado por vía carretera, siendo la distancia a recorrer
rededor de 2.500 km.

En el mercado interno, el principal destino es Buenos Aires, a
a distancia de 1.200 km aproximadamente.

1.2.3. Almacenamiento:

El producto debe ser almacenado en galpones, con una buena ven-
ilación para evitar su podredumbre.

El ajo es un producto de fácil pérdida de peso por su deshidrata-
ión; generalmente la exportación del producto argentino se realiza en los
eses de enero y febrero, que es cuando se abren las importaciones en Bra-
il. En épocas posteriores entran en ese mercado otros países productores
omo Méjico, Italia y Chile.

En los otros meses del año es comercializado en el mercado inter-
o. Es éste un producto netamente de exportación, puesto que el 70 % de la
producción sanjuanina es consumida por el mercado internacional. (Resulta-
do de encuesta).

1.3. Funciones Auxiliares.

Son aquellas que permiten o facilitan el cumplimiento de las fun-
ciones principales.

Estas funciones son la tipificación y la asunción de riesgos, y
tienen suma importancia en este producto.

1.3.1. Tipificación:

La tipificación del producto para mercado interno se divide en 5 categorías, que son las siguientes: 1°Especial, 1°, 2°, 3°, 4°. Esta clasificación se realiza desde el corte; se van separando los grandes, medianos y chicos, para luego -en galpón- hacer la clasificación enunciada anteriormente y proceder a su enristrado en forma uniforme.

Para exportación la clasificación es más estricta, puesto que la anteriormente nombrada se realizó sin ningún tipo de medida rígida, no así para el mercado internacional. Esta labor se realiza, en algunos casos, con el auxilio de tamañadoras mecánicas por cintas transportadoras. Las medidas oscilan entre los 9 y 19 cm de circunferencia, clasificándose en 5 clases que van desde el 3 al 7.

Los de mayor demanda en el mercado internacional son los tamaños 3 y 4; las cabezas más pequeñas son comercializadas posteriormente en el mercado interno, por su mayor resistencia a la deshidratación. Lo mismo ocurre con las medidas grandes, que generalmente no tienen una buena formación de la cabeza, requisito fundamental para el mercado internacional.

En San Juan, el mayor porcentaje está representado por el ajo colorado. Este es el demandado por el mercado brasileño, que compra el 66 % del ajo producido. Otros mercados como Estados Unidos de América o el mercado europeo (Italia, Francia, etc.) requieren ajo blanco.

1.3.2. Asunción del riesgo:

En el caso del ajo es una función de suma importancia, porque en la comercialización de todo producto existe la posibilidad de pérdida económica, y en este producto la pérdida de peso e incertidumbre de mercado son muy comunes.

Es previsible una pérdida económica por la disminución de peso; esto se produce mayormente en los primeros 15 días posteriores a su cosecha, para luego estabilizarse su pérdida en forma regular.

El ajo chico tiene una curva de deshidratación menos pronunciada que el grande; además es mayor el porcentaje de materia seca en el ajo chico que en el grande (2).

---

(2): URBIETA, Adrián y Adolfo de TORRONTEGUI: "Pérdida de peso del ajo en el período de post-cosecha". (En vías de publicación).

La mayor parte de la producción en San Juan se vende en los me-
de diciembre y enero (entre productores y acopiadores)

ARTICIPANTES

Son el conjunto de unidades económicas que componen el proceso de-
rio. Lo importante de este concepto es la relación de intereses exis-
tes.

En los tres niveles existen unidades económicas que actúan en for-
independiente o, por el contrario, integradas en forma total o parcial.

En primer término se definirá cada una de las unidades económicas
sus formas posibles.

2.1. Nivel de producción.

2.1.1. Productores Independientes:

Son aquellos que cumplen únicamente con la función de producir.
eralmente se trata de pequeños agricultores que presentan una oferta
atomizada.

Normalmente este participante carece de medios financieros abun-
tes, razón por la cual debe vender su producción inmediatamente después
la cosecha. En otros casos ya tiene contratos con firmas empacadoras (a-
iadores), que adelantaron semillas, productos terapéuticos, etc., a cuen-
de la futura cosecha.

Es por ello que suelen observarse marcadas diferencias entre los
cios pagados al productor en el momento de la cosecha (o dentro de los
días de la misma) y los logrados en los mercados mayoristas posterior-
te a esa fecha.

2.1.2. Productores Integrados Parcialmente:

Es decir que participan en la etapa de producción y empaque. Tie-
n producción propia y planta de empaque, pero no tienen puestos propios
tampoco exportan directamente (lo hacen por medio de exportadores).

2.1.3. Productores Integrados Totalmente:

Realizan las funciones de producción y empaque y llegan con el producto a los centros de consumo o bien exportan directamente. Suelen participar en el mercado de exportación en forma directa y también por venta a exportadores, según precios relativos y expectativos de evolución futura.

2.2. Nivel empaque.

Son aquellos que compran la producción para su elaboración, sin cambiar la forma de origen del producto, como es en este caso el enristrado o encajonado del mismo

2.2.1. Empacadores Independientes:

Son aquellos que únicamente realizan esta función (empaque).

2.2.2. Empacadores Integrados:

Son aquellos que no solamente realizan esta función, sino que terminan su intervención en la venta del producto para su consumo, es decir, tienen puestos propios en mercados mayoristas o exportan directamente, o bien ambas cosas simultáneamente.

2.3. Nivel Dispersión.

En este nivel existen 3 funciones, que son: a) Exportador; b) Introductor Mayorista; c) Consignatario.

En el caso del ajo no es mayormente usado el introductor mayorista; generalmente se envía por consignación, a través del Mercado Nacional de Hortalizas de Buenos Aires, que es el que recibe la mercadería y se la entrega al consignatario para su venta. Este realiza la venta y los descuentos (gastos de carga y descarga, entrada al mercado y comisiones), que oscilan en el 10 % del monto total; el responsable del pago es el Mercado Nacional y no el consignatario interviniente.

La mayor parte de la producción es comercializada por exportadores que la mayoría de las veces están integrados desde la producción hasta la comercialización (productores totalmente integrados).

CANALES DE COMERCIALIZACION

Una vez determinados los subgrupos queda por establecer el camino i sigue el ajo desde el productor al demandante final. Es el denominado nal de comercialización". En este camino se realiza una cantidad de ns ferencias y cada una de éstas significa un nivel del canal y el conjun- se denomina red de canales.

En el caso particular del ajo. existe un 33,20 % de la producción manos de Productores Independientes; el 20,75 % está en manos de Produc- res Totalmente Integrados, es decir, que realizan todas las operaciones cesarias para llegar al consumidor.

El restante 46,05 % es producido por Productores Integrados a ni- el de empaque, es decir, que producen el ajo y lo empacan dejándolo en con- iciones de ser comercializado.

Del 33,20 % de los Productores Independientes, se destina el 3 % los Empacadores Independientes; el 30,20 % restante es empacado por los roductores Totalmente Integrados. Estos a su vez producen el 20,75 % y em- acan el 50,95 % del total de la producción; el 46,05 % es empacado por os Productores Parcialmente Integrados y más el 3 % determinan el total de a producción empacada.

Los Productores Integrados son los que manejan prácticamente el ercado, comercializando el 53,95 % en forma directa, que en su casi tota- idad es para exportación, siendo su principal mercado el de Brasil, que bsorbe el 95 % del total de las exportaciones en este producto.

Otro 16,39 % también es enviado en su casi totalidad al mercado rasileño por medio de Exportadores Independientes que compran el producto n condiciones de ser exportado, es decir, encajonado y debidamente selec- ionado.

Esto significa que el 70,34 % del producto obtenido en San Juan s destinado a la exportación. El restante porcentaje en su mayor parte es comercializado a través del Mercado Nacional de Hortalizas, por medio de consignatarios a los que se paga una comisión que oscila entre el 5 y el 10 % del total de la venta. Esta se realiza por cuenta y riesgo del comiten- te (empacador); de esta forma se realizan ventas que llegan a representar el 20,33 % del total.

Otro pequeño porcentaje se destina a otros mercados dentro del mercado interno, es decir, que tienen puestos propios en Buenos Aires o en otras plazas, y representan el 5 % del total. El 4,33 % restante se realiza a través de un introductor mayorista, que es aquel que compra el producto para luego ser vendido por los centros de consumo.

Es decir que los Productores Parcialmente Integrados (46,05 % de la producción) distribuyen el producto de la siguiente forma: 20,33 % consignatarios; 4,33 % introductores mayoristas; 16,39 % a exportadores y el 5 % al mercado interno en puestos propios que completan la cantidad consignada anteriormente.

Los Empacadores Independientes (3 % de las ventas totales) venden el producto empacado a los Productores Totalmente Integrados; esto generalmente se debe a la falta de mercadería de Productores Totalmente Integrados, para satisfacer las demandas imprevistas que pueden surgir. De esta forma, éstos tienen el 50,95 % de empaque, que más el 3 % de los Empacadores Independientes completa el 53,95 % faltante para completar el 100 % del nivel de dispersión. (Ver Cuadro de Canales de Comercialización).

4. ESTRUCTURA DEL MERCADO.

Son todas aquellas características estables o medianamente estables que influyen en la competencia y la determinación de los precios.

El mercado del ajo tiene sus particularidades en cuanto a la estructura del mismo.

En lo que se refiere al primer nivel (producción) se destaca una oferta altamente atomizada de productores independientes, es decir que la oferta es de características competitivas.

En lo que se refiere a la demanda, los compradores constituyen un "pequeño grupo" de empresas. Existe un alto grado de concentración a nivel de empaque, donde el 70 % de la producción se encuentra en manos de cinco firmas.

El ajo es un producto netamente de exportación (70,34 % a mercado externo), para lo cual siempre es necesaria la presencia de un importador del país consumidor. Las cinco empresas que dominan el mercado poseen sus propias oficinas en cada uno de los países.

El 60 % del total de las exportaciones proviene de productores totalmente integrados. Por las razones enunciadas anteriormente influyen en la fijación del precio de primera venta.

Los productores integrados, en su mayoría tienen una antiguedad de 15 años o más en las exportaciones de este producto; son más eficientes en el nivel empaque; tienen una eficiente organización tanto para la venta del producto en el mercado interno como externo. Por tener un conocimiento más acabado del mercado consumidor y mayor poder financiero que aquel pequeño productor que comercializa cantidades ínfimas (que no influyen en la determinación del precio), dominan el mercado de primera venta.

En gran medida las empresas que comercializan este producto fueron integrándose de adelante hacia atrás, iniciando sus actividades con la venta, luego con el empaque y en una etapa posterior con la producción, cumpliendo de esta forma con las tres funciones de: Producción, Empaque y Dispersión (es decir, totalmente integradas).

Los productores integrados hasta el nivel de empaque distribuyen su producto en gran medida a exportadores y consignatarios, y en menor medida a los introductores mayoristas (4,33 %). Un pequeño porcentaje que va al mercado interno lo destinan a empacadores integrados que tienen su puesto propio; envían el producto de los descartes que surgen de las exportaciones luego de realizada la tipificación del producto.

Los productores totalmente integrados tienen el conocimiento de los compradores del extranjero, y el gran volumen que manejan les brinda ventajas comparativas, pues para exportación se requieren partidas relativamente grandes. Este factor, dado el alto precio de los insumos y del ajo, se constituye en una barrera de entrada para los pequeños productores independientes, que carecen de volúmenes y medios financieros para participar directamente en la exportación.

En el gráfico de canales de comercialización puede observarse que la participación de los productores integrados va incrementándose desde el nivel de producción (20,75 %), para llegar a nivel empaque al 50,95 % de la producción.

La participación sumamente pequeña de los empacadores independientes se justifica porque cubren una parte de la demanda de los empacadores

integrados, cuando éstos requieren partidas para completar compromisos contraídos y carecen de existencias de las calidades estipuladas. Sin embargo, es ésta una figura que tiende a manejar proporciones cada vez más pequeñas de este nivel del canal de comercialización.

Los productores parcialmente integrados producen y empacan su propia producción. Venden el producto a aquellos participantes independientes del tercer nivel (Dispersión), donde su participación únicamente es la compra-venta del producto en mercados de exportación o interno a nivel mayorista.

Es decir que el productor está totalmente alejado de las variaciones de precios que puedan existir, tiene relación únicamente con los empacadores o los productores integrados que son los que en definitiva determinan el precio.

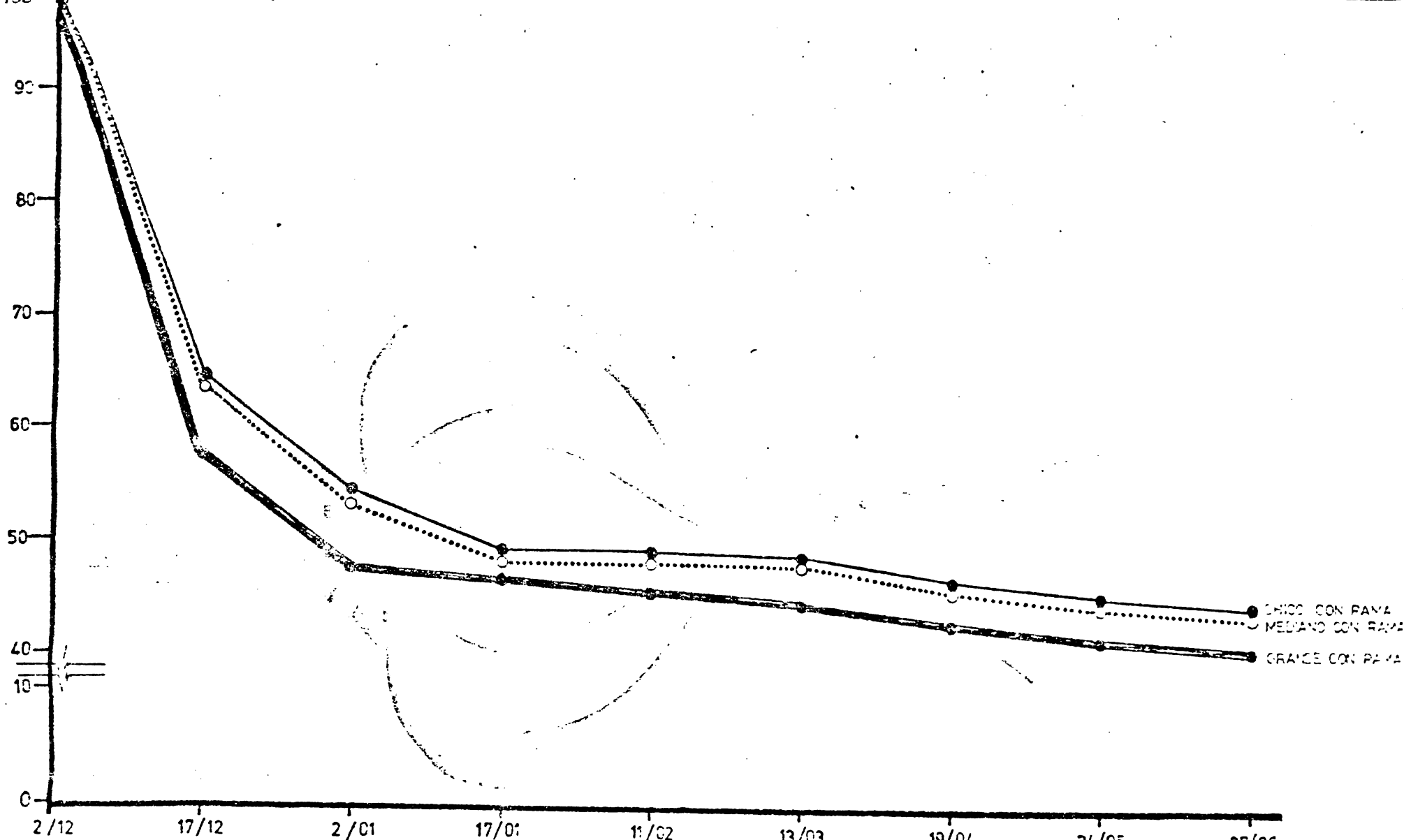
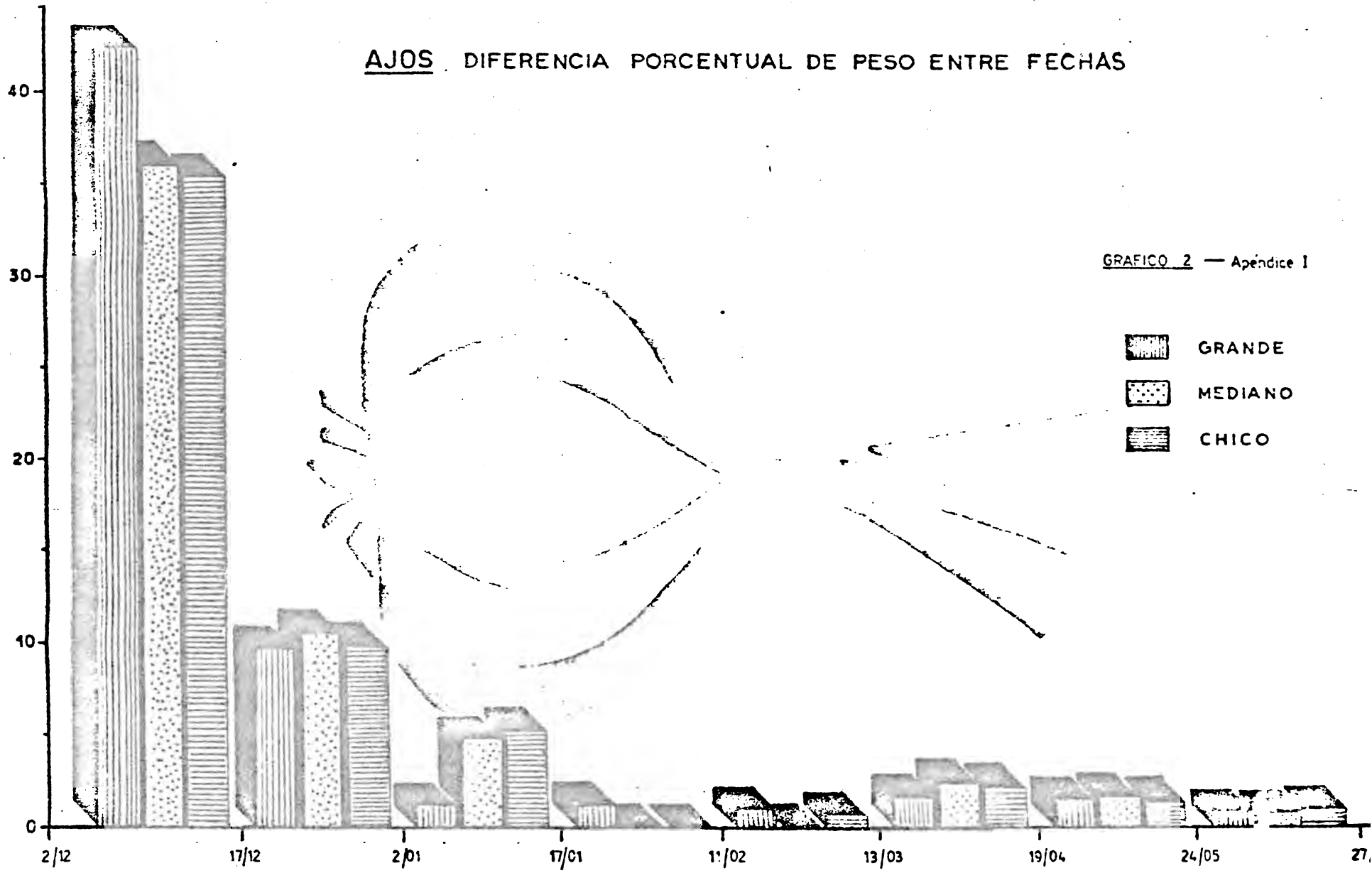


GRAFICO 1 — Apéndice 1


AJOS . DIFERENCIA PORCENTUAL DE PESO ENTRE FECHAS
GRAFICO 2 — Apéndice I
GRANDE
MEDIANO
CHICO
40
30
20
10
0
2/12
17/12
2/01
17/01
13/03
19/04
24/05

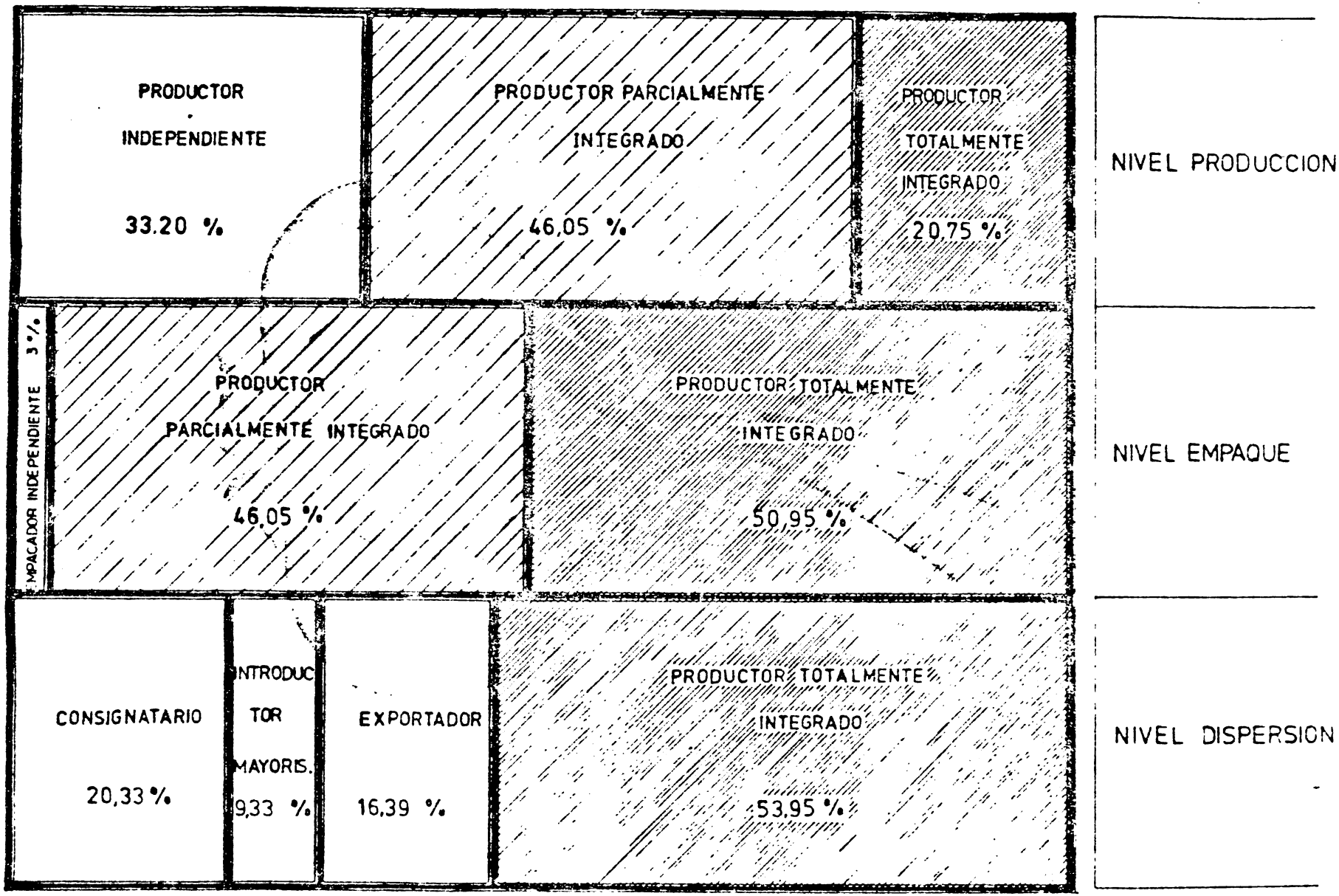


GRAFICO 3 – Apéndice I

FECHA DE DEVOLUCION

8 OCT 1981			

F.S.B.

Autor
Análisis de la Posición

Título
Comercial de la Producción

Fecha Devolución	Nombre del solicitante
9 OCT 1981	Microfilmado