

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias - ODEPA -



Situación del mercado nacional del ajo: 2008 - 2009

Pilar Eguillor Recabarren

Junio de 2009

Contenido

1. INTRODUCCION	1
2. LA PRODUCCIÓN DE AJO EN CHILE	1
3. EL MERCADO NACIONAL	2
4. EXPORTACIONES	6
5. IMPORTACIONES.....	8
6. PRECIOS A LOS CONSUMIDORES.....	9
7. COMENTARIOS FINALES.....	10

Situación del mercado nacional del ajo: 2008 - 2009

Pilar Eguillor Recabarren

Publicación de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias – ODEPA
Ministerio de Agricultura

Director y Representante Legal

Iván Nazif Astorga

Se puede citar total o parcialmente citando la fuente

ODEPA

Teatinos 40 Piso 8
Fono: 397 3000 – Fax: 3973044
Casilla 13.320 Correo 21 – Código Postal 6500696
www.odepa.gob.cl
Santiago de Chile

SITUACIÓN DEL MERCADO NACIONAL DEL AJO: 2008 - 2009

1.

INTRODUCCIÓN

El ajo (*Allium sativum*), es una especie herbácea originaria de Asia y empleada en gastronomía y medicina desde hace miles de años. Tradicionalmente ha sido empleado como antiséptico, expectorante, diurético y para tratar infecciones respiratorias o resfriados. Sin embargo, nuevas investigaciones científicas indican que el ajo es capaz de eliminar numerosas bacterias, virus, infecciones fúngicas y parásitos intestinales, así como prevenir procesos tumorales. Asimismo, se han demostrado efectos beneficiosos en el tratamiento de la hipercolesterolemia y los niveles altos de triglicéridos, ya que permite la reducción del nivel de lípidos en la sangre y, en consecuencia, interviene en la prevención de los procesos arterioscleróticos. Estudios indican que la solución acuosa de ajo morado inhibe la *Helicobacter pylori*, bacteria asociada a una mayor incidencia de úlcera gastroduodenal y cáncer gástrico, y que las personas que consumen ajo crudo o cocinado con regularidad reducen a la mitad el riesgo de padecer cáncer de estómago y en un tercio el de cáncer de colon en comparación con las personas que consumen poco ajo.

El ajo contiene sales minerales, proteínas, lípidos, azúcares, saponósidos, terpenos, vitaminas, enzimas y compuestos azufrados. El principal componente activo es la aliína (sulfóxido de S-alil-cisteína), una sustancia química inodora. Cuando se tritura el ajo, la aliína se transforma en alicina, que proporciona al bulbo su característico sabor y tiene propiedades antibióticas. La alicina también ayuda a reducir el nivel de colesterol, ya que bloquea las células que lo generan. Otro componente activo es el ajoeno, sustancia que se forma por la condensación de la alicina y previene el endurecimiento de las arterias y reduce el riesgo de infarto.

Por convención existen dos grandes grupos de ajos: los Comunes y los Nobles. A nivel comercial o de clasificación para la venta, puede hablarse de seis tipos comerciales: Rosado, Violeta, Morado, Blanco, Colorado y Castaño. Dentro de estos tipos comerciales, las variedades «rojas o coloradas» son las de sabor más fuerte y los ajos de sabores más suaves son el Castaño, el Blanco (Perla) y el Morado. Cada uno posee un sabor característico, que depende también de las características del suelo y el clima donde se cultivan.

Tal vez la única desventaja del ajo es su característico olor, proveniente del componente de azufre que tiene y que puede provocar mal aliento después de haberlo comido. No obstante, para contrarrestarla existen varias soluciones. Algunos remedios caseros para combatir el problema son: tomar jugo de limón recién exprimido; tragar un clavo de olor entero o morder granos de café; masticar perejil o hinojo; comer una cucharada de miel, y consumir productos lácteos como leche o yogur.

2.

LA PRODUCCIÓN DE AJO EN CHILE

En Chile, según las cifras del VII Censo Silvoagropecuario, existen unas 1.044 hectáreas cultivadas con ajo. De éstas, 840,6 hectáreas, más del 80% de la superficie, se concentra en sólo tres regiones del país: la Región Metropolitana (241,1 ha), la Región de Valparaíso (251,9 ha) y la Región de O'Higgins (347,6 ha). Las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Los Lagos muestran un superficie interesante, alcanzando un total de 171,1 hectáreas, o sea, un 16,4% de la superficie total de ajos del país. De las 1.044 hectáreas cultivadas con ajo en nuestro país, 157,55 hectáreas están en manos de 337 mujeres; 642,1 hectáreas en manos de 664 hombres y 244,38 hectáreas

pertenecen a 61 personas jurídicas. De acuerdo a las cifras arrojadas por el Censo, en promedio, las mujeres manejan superficies de 0,5 hectáreas; los hombres, de 1 hectárea, y las personas jurídicas, superficies de 4 hectáreas.

El ajo es una especie que se propaga vegetativamente, ya que no produce semillas bajo condiciones normales de cultivo. Esta situación ha limitado la expansión de su cultivo hacia otras zonas no tradicionales en Chile, tanto por la escasez de material como por motivos sanitarios. Hace algunos años se introdujo a Chile una variedad de ajo desde China, para poder suplir la necesidad de bulbos-semilla en la zona central y centro-sur, pensando fundamentalmente en la exportación. Este ajo chino tiene un alto rendimiento, pero tiene un período de dormancia muy corto (3 meses), lo que impide su almacenaje y comercialización en los meses de invierno y, por lo tanto, se debe recurrir a la importación de ajos para abastecer el mercado interno durante un período importante del año. La escasez de abastecimiento de ajo para el mercado interno desde abril hasta octubre es una razón para incluir ajo rosado de guarda en las plantaciones, tanto para la venta interna como para el mercado externo. El problema fundamental que limita la expansión del cultivo del ajo en nuestro país es la escasez de buena «semilla», la que permitiría obtener un producto de buena calidad, adaptarse a las condiciones agroclimáticas de cada zona y obtener mejores rendimientos. Si bien es cierto que la tecnología de producción de ajo en Chile ha mejorado mucho en los últimos años, ésta no sirve de mucho si no se cuenta con material adaptado y de buena calidad.

3.

EL MERCADO NACIONAL

Las dos variedades de ajo transadas en Lo Valledor en las últimas temporadas son el ajo blanco tipo chino y el rosado. El tipo chino es una variedad blanca, de corta vida de poscosecha y que en general obtiene mayores calibres y rendimientos más altos. El ajo rosado tiene la cutícula de color rojizo, suele presentar menores calibres y tiene una larga vida poscosecha. De ambas se pueden encontrar las siguientes calidades: Flor (cosecha), Extra (muy buena guarda), Primera, Segunda y Tercera (cosecha) y Primera, Segunda y Tercera (guarda), las que varían ampliamente sus precios. Por ejemplo, a principios de 2009 un ajo chino Extra tenía un valor de \$57 por unidad; Flor de cosecha, \$51; Primera cosecha, \$43; Segunda cosecha, \$31 y Tercera cosecha, \$19. En el caso del ajo rosado, un Extra tenía un precio de \$59 por unidad; Primera cosecha, \$49; Segunda cosecha, \$36 y Tercera cosecha, \$21. La forma tradicional de comercializar el ajo en el mercado interno es por unidades, en rama, en atados de 25 y 50 unidades o trenzas de 50 y 100 unidades. También se comercializa por peso, en cajas de 5 y 10 kilos y mallas de 10 y 20 kilos.

Al revisar los precios promedio, lo que se muestra en la tabla 1, se observa que en los últimos años los precios del ajo rosado se habían mantenido más altos comparados con los precios del ajo chino. Esto se puede explicar en parte por las características de guarda del ajo rosado, que permiten conservarlo en buenas condiciones durante 6 u 8 meses sin necesidad de refrigeración, en comparación con el ajo tipo chino o blanco, que sólo puede conservarse alrededor de 3 meses en buenas condiciones, sin refrigeración. Además, existe cierta fidelidad de algunos consumidores por este producto, por razones de calidad, sabor y mayor durabilidad, que los dispone a pagar un mayor precio por este producto. El ajo rosado es la variedad de guarda que tradicionalmente se comercializa en trenzas y se destina casi totalmente al mercado interno.

Sin embargo, a fines de 2008 y comienzos de 2009 se puede apreciar una disminución en los precios del ajo rosado, en comparación al ajo chino, que se puede explicar por la fuerte entrada de una gran cantidad de ajo chino en el mercado nacional, que obligó a los productores a bajar sus precios para poder colocar su cosecha en el mercado.

Tabla 1. Precios promedios mensuales de ajos según variedad en Lo Valledor				
(\$ de marzo 2009)				
Mes/año	Chino		Rosado	
	\$ / kilo	\$ / unidad	\$ / kilo	\$/unidad
ene-07	612	29	-	-
feb-07	657	29	-	-
mar-07	750	46	-	45
abr-07	743	46	-	-
may-07	672	44	-	61
jun-07	706	49	-	63
jul-07	633	50	-	62
ago-07	527	46	-	58
sep-07	530	44	-	51
oct-07	642	41	-	53
nov-07	607	32	-	-
dic-07	467	25	-	41
Promedio año 2007	629	43	-	54
ene-08	420	26	671	39
feb-08	384	27	-	33
mar-08	382	29	-	32
abr-08	379	28	-	31
may-08	349	24	-	27
jun-08	335	24	-	26
jul-08	286	30	-	28
ago-08	453	-	-	29
sep-08	580	-	-	32
oct-08	533	49	-	30
nov-08	509	36	-	-
dic-08	525	34	-	19
Promedio 2008	428	31	671	30
ene-09	499	37	-	27
feb-09	460	38	-	36
mar-09	418	31	-	34
Promedio 2009	459	35	-	32

Fuente: Odepa

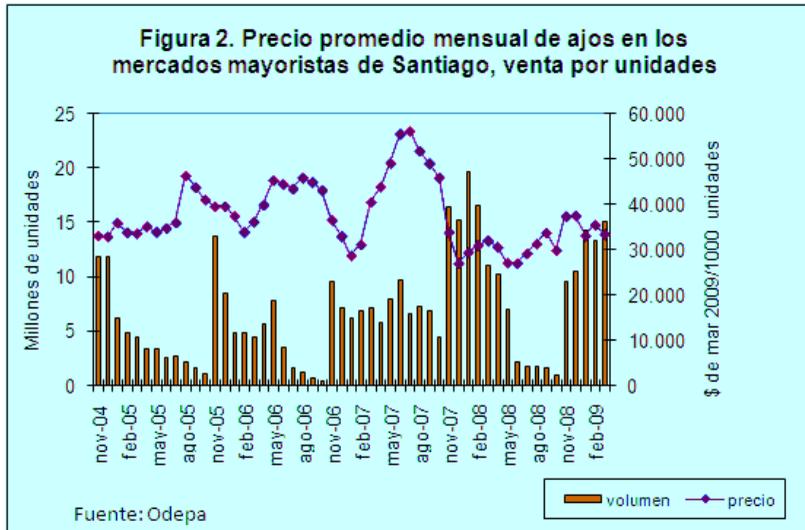
El análisis del volumen anual de ajos llegado a los mercados mayoristas de Santiago en unidades y kilos (figura 1) evidencia el aumento sostenido de las ventas de ajo importado, ya que la forma tradicional de comercialización de éste es por kilos, en contraste con la tendencia a la baja que muestra el ajo producido en Chile, que se caracteriza por su venta en unidades, trenzas o a granel.

En el mercado interno, el ajo tipo chino (tanto el producido en el país como el importado) ha venido desplazando a otras variedades. Hasta el año 2000 el ajo rosado predominaba en los mercados mayoristas de Santiago; sin embargo, a partir de entonces el ajo tipo chino se ha impuesto como la variedad de mayor volumen comercializado.

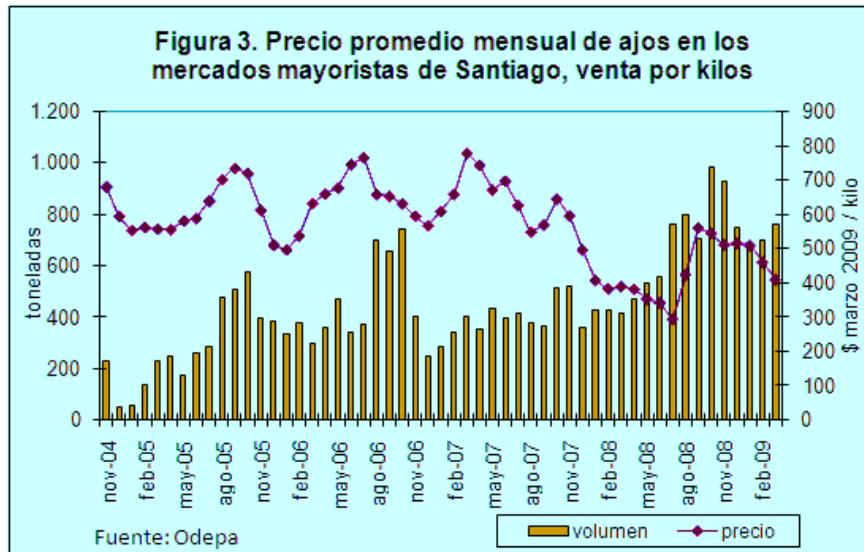


En relación a los precios de venta de ajos en el mercado interno, ya sea ésta por unidades o por kilos, ambos han mostrado una tendencia a la baja en los últimos años, como se ve en las figuras 2 y 3.

Al analizar los precios promedio mensuales de venta de ajos por unidades en los mercados mayoristas, se aprecia que estos precios en años anteriores mostraban una mayor variación anual que la observada en los últimos años (2008/2009). Los precios de venta de ajos por kilos en los mercados mayoristas en la temporada 2008/2009 han sido los más bajos de los últimos años. Esta situación de precios más bajos y más estables se puede explicar por la mayor oferta de ajos en el mercado interno durante todo el año, debido a la caída de las exportaciones de ajo nacional, que deja un mayor volumen de ajos disponible para el mercado doméstico, y por el aumento de las importaciones de ajo chino. Estas cifras muestran una mayor comercialización de producto importado en desmedro de la producción nacional.



En relación a los precios promedio de venta de ajos por kilos, principalmente ajo importado de China, en la figura 3 se puede observar claramente la tendencia a la baja de los precios y la tendencia al alza que han tenido los volúmenes de venta.



4. EXPORTACIONES

Las últimas cifras de exportaciones chilenas de ajos frescos han confirmado la tendencia a disminuir que se ha venido dando en los últimos años, lo que se puede apreciar claramente en la figura 4, debido principalmente al aumento de la competencia de las producciones de Argentina y China. Las exportaciones de ajos chilenos han ido disminuyendo sistemáticamente en la última década, alcanzando en el año 2007 volúmenes tan bajos como los reportados en el año 1998. El año 2008 fue una excepción, en que los volúmenes exportados fueron similares a los de 2005 (5.589 ton), debido a la recuperación de las exportaciones a México (3.066 ton).



Las exportaciones chilenas de ajo se concentran, por lo general, entre noviembre y abril de cada año, como se puede observar en la figura 5.



En 2008 Chile exportó 5.226 toneladas de ajos frescos, es decir, un 37% más que en el año 2007, por un valor de 7,6 millones de dólares, recuperando parcialmente su nivel exportador. El año 2007 destacó como uno de los años más bajos, con sólo 3.814 toneladas exportadas, por 4,9 millones de dólares, debido principalmente a la fuerte baja que se produjo en esa temporada de las exportaciones chilenas a nuestro principal país de destino, México. A la fecha, abril de 2009, se han exportado 3.571 toneladas por un monto de 4,1 millones de dólares (tabla 2).

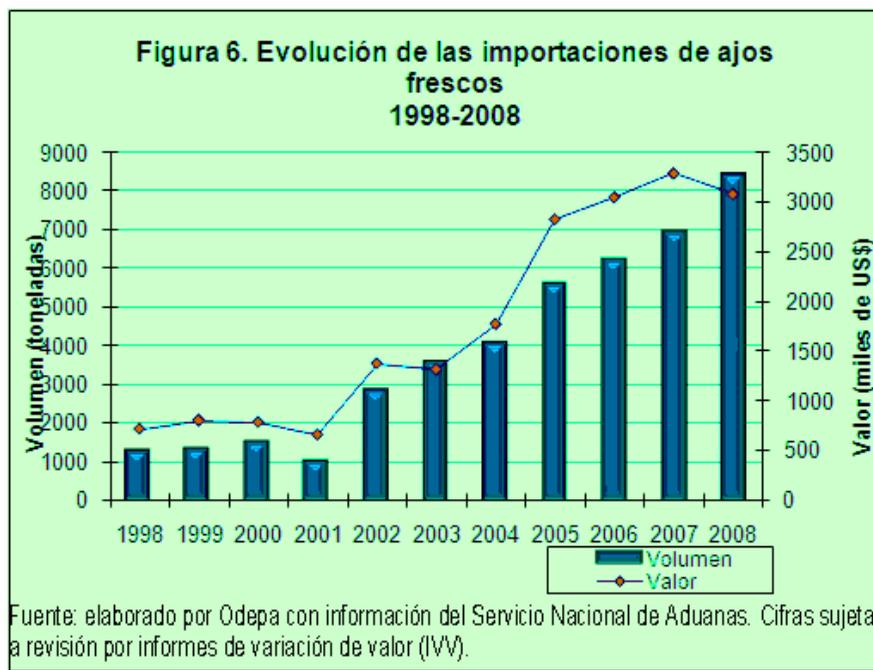
Tabla 2. Exportaciones de ajos frescos según país de destino					
País	2005	2006	2007	2008	Ene-abr 2009
Volumen (kilos)					
México	4.932.787	2.922.041	1.898.810	3.066.140	2.248.300
España	31.680	1.046.852	1.631.560	1.797.748	906.590
EE.UU.	112.875	156.838	174.827	223.160	97.598
Haití	0	48.400	48.400	48.400	0
Terr. francés en América	0	0	22.000	46.000	22.000
Holanda	0	0	0	44.000	63.270
Portugal	0	0	0	0	23.000
Terr. británico en América	1.077	425	405	445	246
Reino Unido	200	102	16	233	95
Ecuador	0	78.540	0	0	0
Argentina	53.104	0	23.000	0	0
Brasil	457.500	172.000	15.640	0	210.000
Corea del Sur	0	200	0	0	0
Total	5.589.223	4.425.398	3.814.658	5.226.126	3.571.099
Valor FOB (dólares)					
México	5.428.440	3.352.650	2.302.987	4.438.331	2.514.904
España	11.424	1.234.844	2.117.401	2.488.107	894.723
EE.UU.	278.082	413.758	464.897	504.020	353.640
Haití	0	52.800	52.800	66.110	0
Terr. francés en América	0	0	31.388	58.600	29.040
Holanda	0	0	0	57.200	69.172
Portugal	0	0	0	0	15.525
Terr. británico en América	3.025	1.244	1.344	1.311	669
Reino Unido	600	306	48	699	285
Ecuador	0	34.324	0	0	0
Argentina	0	34.324	0	0	0
Brasil	289.559	143.815	25.806	0	179.110
Corea del Sur	0	228	0	0	0
Total	6.011.130	5.268.293	4.996.671	7.614.378	4.057.068

Fuente: elaborado por Odepa con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a variación por IVV.

México y España se mantienen como los principales mercados para las exportaciones de ajo chileno. En 2008 los envíos a estos dos países alcanzaron más de 4.800 toneladas, es decir, el 93% del volumen total exportado, por un valor de 6,9 millones de dólares. Durante ese año se exportaron sólo a México más de 3.000 toneladas, esto es, el 58% del total de las exportaciones, que aumentaron en 1.167 toneladas respecto a la temporada anterior. España fue el segundo país más importante, con casi 1.700 toneladas (34% del total de las exportaciones), mostrando un ligero aumento respecto a la temporada anterior. Como se observa en la tabla 5, hubo ventas a otros mercados como EE.UU. (223 toneladas), Haití (48 toneladas), Territorio Francés en América (46 toneladas) y Holanda (44 toneladas). Hay que señalar además que en el año 2008 no se registraron exportaciones a Ecuador, Argentina y Brasil. Sin embargo, hasta abril de 2009 se han exportado 210 toneladas de ajos a Brasil, por un valor de 179.110 dólares, y continúa la presencia del ajo chileno en los otros mercados, excepto Haití.

5. IMPORTACIONES

En la figura 6 se puede observar claramente el incremento sostenido que han tenido en los últimos años las importaciones de ajo de nuestro país. En el año 2006 se importaron 6.203 toneladas por un valor de 3 millones de dólares, lo que aumentó en 2007 a 6.940 toneladas, por un valor de 3,3 millones de dólares. En el año 2008 se importó la mayor cifra de la última década, alcanzándose 8.415 toneladas, por un valor de 3 millones de dólares. Estas cifras muestran la importancia que está tomando en nuestro país la comercialización de ajo importado en desmedro de la producción nacional (tabla 3).



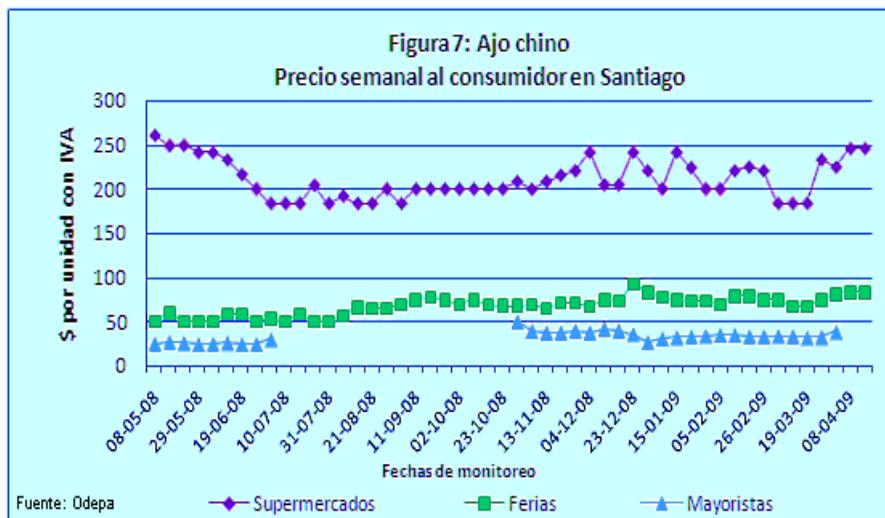
En el año 2008, las importaciones de ajo desde China alcanzaron 8.366 toneladas, lo que representa el 99,4% del total de las importaciones y un aumento de 1.703,5 toneladas en relación al año anterior. A pesar de que las importaciones en el año 2008 aumentaron en 21% respecto a las del año 2007, su valor bajó de 3,3 millones de dólares a 3,1 millones de dólares, lo que significa que el ajo importado en el año 2008 tuvo un precio medio muy inferior al del ajo importado en el año 2007.

Tabla 3. Importaciones chilenas de ajos, frescos o refrigerados				
País	2006	2007	2008	Ene-mar 2009
Volumen (toneladas)				
China	6.073,40	6.662,50	8.366,00	3.433,80
Perú	0	6,2	42	1,9
Argentina	51,1	271,2	7	22,5
Hong Kong	78,6	0	0	0
Origen desconocido	0	0	0	26,5
Total	6.203,10	6.939,90	8.415,00	3.484,70
Valor CIF (miles de US\$)				
China	2.983,70	3.089,70	3.054,00	696,3
Perú	0	1	27	0,3
Argentina	19,3	204,3	6,9	12,5
Hong Kong	52,6	0	0	0
Origen desconocido	0	0	0	4,1
Total	3.055,60	3.295,10	3.087,90	713,1
Fuente: elaborado por Odepa con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).				

6.

PRECIOS A LOS CONSUMIDORES

De acuerdo a los precios de las frutas y verduras en supermercados y ferias del Gran Santiago, que publica cada semana el Ministerio de Agricultura, se puede apreciar la diferencia que existe entre los valores de los ajos en los supermercados y en los pequeños locales detallistas. Los precios en las ferias durante los últimos meses han mostrado una tendencia de alza, aumentando de \$50 a \$83 por unidad. Los precios en los supermercados bajaron desde \$261 por unidad en mayo de 2008 a \$183 por unidad en julio de 2008, para luego alcanzar su precio más alto en abril de 2009: \$246 por unidad. (figura 7).



7.

COMENTARIOS FINALES

Frente a las crecientes importaciones de ajo chino a bajo precios a nuestro país y la fuerte competencia en el mercado internacional para las exportaciones chilenas, la perspectiva para la producción de ajo nacional sigue siendo compleja. Al igual que en la temporada anterior, semejante situación de crisis están viviendo los productores de ajo europeos, debido a la entrada masiva de ajos procedentes de China. Como se ha visto en las cifras entregadas, el consumo de ajo rosado persiste en el país y presenta, por lo general, un mejor precio que el ajo proveniente de China, que los consumidores están dispuestos a pagar por presentar este producto características organolépticas y de duración distintas a las del ajo chino. En este caso, la rotulación, diferenciación e información de este producto se presenta como la mejor estrategia para que los consumidores puedan percibir la diferencia de un producto de mejor calidad y aumentar así su compra y consumo. Un buena estrategia para posicionar algunas de las variedades chilenas podría ser seguir los ejemplos español y francés, que enfrentan la misma competencia que Chile por la gran cantidad de ajo de procedencia china a bajo precio. Estos países han optado por la Indicación Geográfica Protegida (IGP): Ajo Morado de Las Pedroñeras y Ajo Rosado de Lautrec, respectivamente, con el fin de diferenciarlo en los mercados internacionales, promoviendo su comercialización y expansión en los mercados, así como su protección, prestigio e investigación.