

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias - ODEPA -



## Situación del mercado del ajo

*Pilar Eguillor Recabarren*

Octubre de 2008

## Contenido

SITUACIÓN DEL MERCADO DEL AJO .....	1
COMERCIO EXTERIOR DE AJOS .....	2
EL MERCADO ARGENTINO .....	10
PRECIOS Y CONSUMIDORES .....	11
COMENTARIOS FINALES Y PERSPECTIVAS .....	12

### Situación del mercado del ajo

*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**

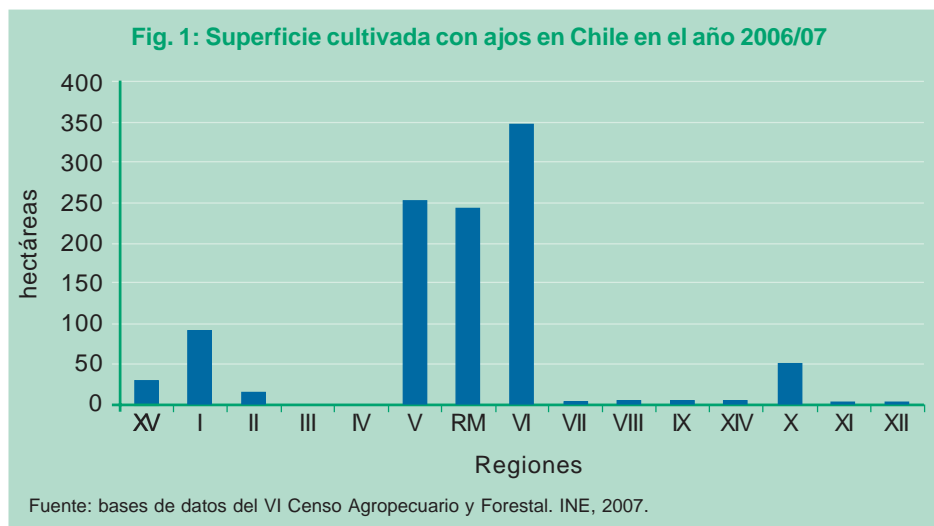
#### **ODEPA**

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

## SITUACIÓN DEL MERCADO DEL AJO

Según el VII Censo Nacional Agropecuario y Forestal, en el año 2006/07 había una superficie de 1.044 hectáreas con ajos en nuestro país, la más baja de la última década, confirmándose así la reducción que ha venido sufriendo este cultivo en el último tiempo. Los ajos alcanzaron su máxima superficie cultivada en la temporada 1998/99, con 2.800 hectáreas que produjeron cerca de 20.000 toneladas. De ellas se exportaron unas 12.000 toneladas, es decir, más del 50%. A partir de entonces, la producción de ajos en Chile ha venido disminuyendo, debido a la fuerte competencia desarrollada en nuestro principal mercado de exportación (México), especialmente por la oferta argentina, y al gran volumen y el bajo costo de la producción de ajos en China, lo que ha provocado una disminución de los precios en el comercio internacional y una competencia en el mercado interno.

En Chile el ajo se cultiva al aire libre, no reportándose producción en invernadero. Todas las regiones del país presentan algunas hectáreas destinadas a la producción de este cultivo, como se observa en la figura 1.



De las 1.044 ha cultivadas con ajo a nivel nacional, 840,6 ha, es decir, más del 80%, se concentra en tres regiones: O'Higgins (347,6 ha), Valparaíso (251,9 ha) y Metropolitana (241,1 ha). Las regiones de Arica y Parinacota, Tarapacá y Los Lagos muestran superficies interesantes, alcanzando a 171,1 ha en conjunto, o sea, un 16,4% de la superficie cultivada con ajos en el país.

Tabla 1. Superficie cultivada con ajos. Temporada 2006/07					
Región	Mujer	Hombre	Persona jurídica	Total	% del total
Arica y Parinacota	14,4	14,5	0,3	29,1	2,8
Tarapacá	42,6	48,6	0,0	91,1	8,7
Antofagasta	4,2	8,4	0,1	12,8	1,2
Atacama	0,0	1,0	0,0	1,0	0,1
Coquimbo	1,0	0,3	0,0	1,3	0,1
Valparaíso	16,4	152,0	83,5	251,9	24,1
Región Metropolitana	5,1	192,3	43,7	241,1	23,1
O'Higgins	53,5	184,8	109,3	347,6	33,3
Maule	0,4	2,4	0,0	2,8	0,3
Bío Bío	2,1	1,6	0,5	4,2	0,4
Araucanía	0,5	3,2	0,1	3,8	0,4
Los Ríos	0,5	1,6	0,8	2,9	0,3
Los Lagos	14,2	30,6	6,0	50,8	4,9
Aysén	1,6	0,3	0,0	1,8	0,2
Magallanes y Antártica	1,1	0,6	0,1	1,8	0,2
<b>Total</b>	<b>157,6</b>	<b>642,1</b>	<b>244,4</b>	<b>1.044,0</b>	<b>100,0</b>

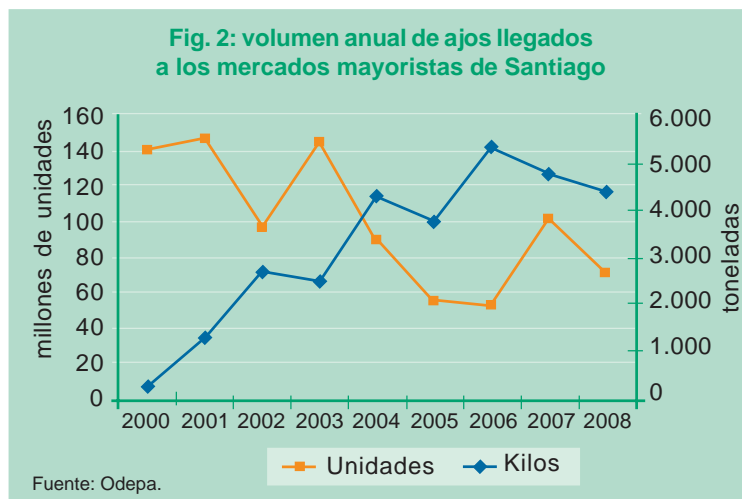
Fuente: bases de datos INE del Censo Nacional Agropecuario y Forestal 2006/07. Septiembre 2008.

Éste es un cultivo realizado tanto por mujeres como hombres: del total de la superficie plantada con ajos en Chile, un 15% se cultiva en propiedades de mujeres y 62% en predios cuyo propietario es un hombre. El 23% restante pertenece a empresas representadas por personas jurídicas.

## COMERCIO EXTERIOR DE AJOS

En los últimos años se ha mantenido una tendencia de baja sostenida de las exportaciones chilenas de ajos frescos y un aumento de las importaciones de ajos chinos, a bajo precio, para el mercado interno. Por primera vez en 2006 el volumen importado a Chile superó el de las exportaciones del producto nacional.

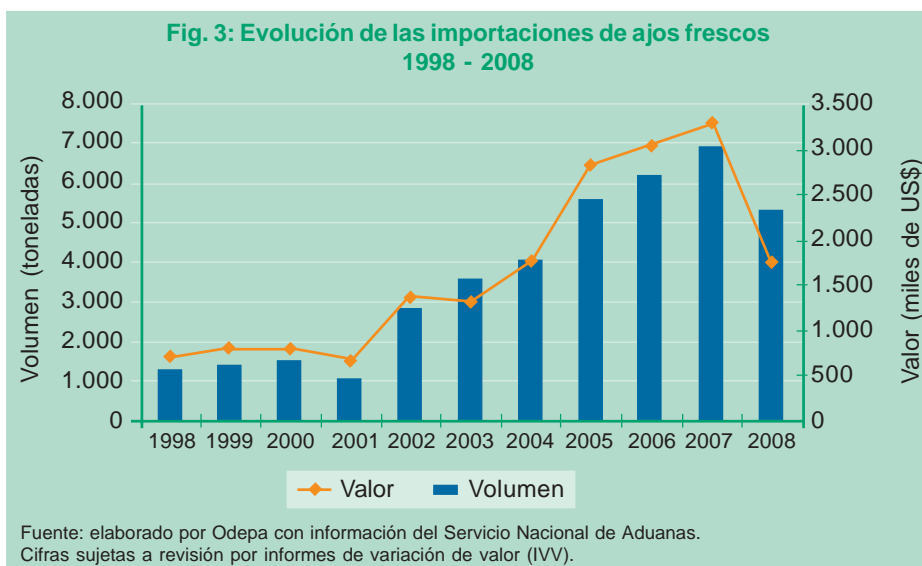
El análisis del volumen anual de ajos llegado a los mercados mayoristas de Santiago, en unidades o kilos, evidencia esta realidad, ya que la forma tradicional de comercialización del ajo en Chile ha sido la venta por unidades, en trenzas o a granel, la que, como se observa en la figura 2, ha venido cayendo en forma progresiva. La venta por kilos, en cambio, que corresponde principalmente a ajos importados o al remanente de exportación de la producción nacional que llega al mercado interno, ha aumentado en forma sostenida, desde el año 2000 hasta la fecha.



Al investigar las importaciones de ajo (tabla 2), se observa que éstas provienen fundamentalmente de China y han mostrado un crecimiento constante en las últimas temporadas. En segundo lugar están las importaciones de ajos desde Argentina. En los años 2007 y 2008 se ha registrado la entrada de ajos desde Perú.

<b>Tabla 2. Importaciones de ajos, frescos o refrigerados</b>			
<b>País de origen</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Ene-ago 08</b>
<b>Volumen (toneladas)</b>			
China	6.073	6.663	5.258
Perú	0	6	42
Argentina	51	271	7
Hong Kong	79	0	0
<b>Total</b>	<b>6.203</b>	<b>6.940</b>	<b>5.306</b>
<b>Valor CIF (miles de dólares)</b>			
China	2.984	3.090	1.709
Perú	0	1	27
Argentina	19	204	7
Hong Kong	53	0	0
<b>Total</b>	<b>3.056</b>	<b>3.295</b>	<b>1.743</b>
Fuente: elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a revisión por informes de variación de valor (IVV).			

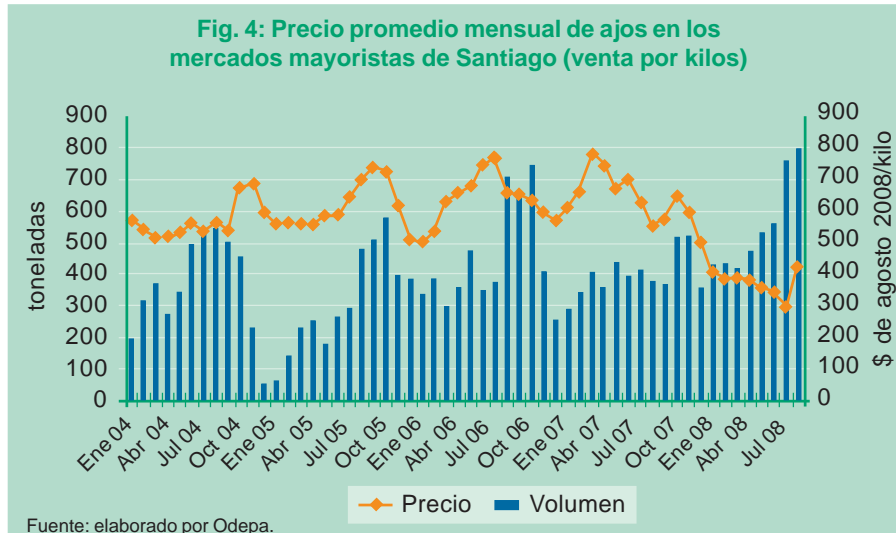
La figura 3 muestra claramente el incremento sostenido que han tenido las importaciones de ajos en nuestro país. En el año 2006 se importaron 6.203 toneladas por un valor de US\$ 3 millones, cifras que en el año 2007 aumentaron a 6.940 toneladas por un valor de US\$ 3,2 millones. Hasta agosto de 2008 ya se han importado 5.300 toneladas por un valor de US\$ 1,7 millones.



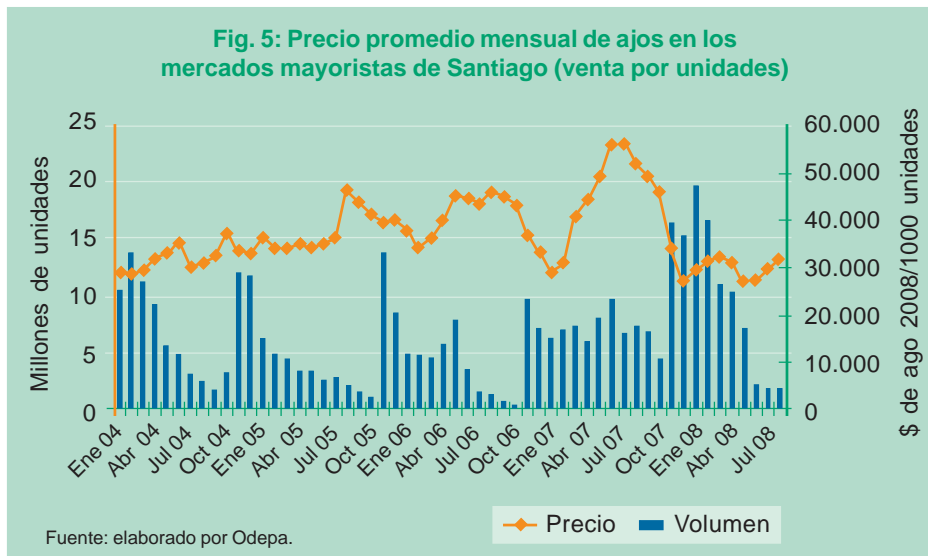
Estas cifras son indicativas de la mayor comercialización de producto importado en desmedro de la producción nacional.

En relación a los precios de los ajos en el mercado interno, éstos han mostrado una tendencia a la baja en los últimos años, como se ve en las figuras 4 y 5. Al analizar las ventas anuales en los mercados mayoristas de Santiago, se aprecia que los precios suben durante los meses de otoño e invierno, y bajan en primavera y verano. Esta disminución de los precios durante la primavera y el verano, que se ha observado muy marcadamente en las últimas temporadas, se explica principalmente por una mayor oferta en el mercado interno, debida a la disminución de las exportaciones.

En cuanto a los precios de venta de ajos por kilos en los mercados mayoristas, la disminución de los precios en la temporada 2007/08 ha sido la mayor de los últimos años y una tendencia al alza recién se ha comenzado a vislumbrar en el mes de agosto de 2008.



En el caso de la venta por unidades, la disminución de precios registrada en 2008 es también la más fuerte de los últimos años y se ha mantenido sin grandes variaciones a lo largo del año, sin presentar las oscilaciones de los años anteriores. Se puede apreciar un fuerte aumento en los volúmenes llegados a los mercados mayoristas entre noviembre de 2007 y mayo de 2008. Esta mayor oferta explica la caída en los precios.



En los últimos años los precios del ajo rosado han sido permanentemente más altos que los del ajo chino (tabla 3), lo que se puede explicar por la menor oferta de ajo rosado en el mercado nacional y por la mayor demanda de algunos consumidores por este producto en relación al ajo chino, por razones de calidad y mayor durabilidad, lo que los dispone a pagar un mayor precio por él. Hay que recordar que el ajo rosado es la variedad de guarda que tradicionalmente se comercializa en trenzas y se destina totalmente al mercado interno.

<b>Tabla 3: Precios promedios mensuales de ajos según variedad en Lo Valledor (\$ de agosto de 2008)</b>				
<b>Mes/año</b>	<b>Chino</b>		<b>Rosado</b>	
	<b>\$/kilo</b>	<b>\$/unidad</b>	<b>\$/kilo</b>	<b>\$/unidad</b>
enero-07	611,83	31,40		
febrero-07	658,23	29,20		
marzo-07	797,23	46,40		45,30
abril-07	744,25	45,60		
mayo-07	672,82	44,40		60,60
junio-07	707,14	49,50		63,10
julio-07	633,82	49,60		62,50
agosto-07	527,72	46,40		58,30
septiembre-07	530,45	44,40		51,00
octubre-07	605,21	42,70		53,00
noviembre-07	588,40	32,10		
diciembre-07	467,38	25,50		41,50
<b>Promedio 2007</b>	<b>628,71</b>	<b>40,60</b>		<b>54,40</b>
enero-08	420,51	26,80	671,71	39,00
febrero-08	384,71	27,10		32,60
marzo-08	383,04	29,00		31,90
abril-08	379,06	28,00		30,80
mayo-08	349,22	24,40		27,00
junio-08	335,12	24,10		26,20
julio-08	286,24	30,50		27,60
agosto-08	404,24	-		29,50
<b>Promedio a agosto 2008</b>	<b>367,77</b>	<b>27,12</b>	<b>671,71</b>	<b>30,59</b>

Fuente: elaborado por Odepa.





En la figura 7 se muestran las exportaciones mensuales en las últimas temporadas y las cifras hasta agosto 2008. Como se puede observar, las exportaciones chilenas de ajo se producen entre noviembre y marzo, observándose claramente una disminución de los volúmenes exportados, aunque no así de los precios.



En la temporada 2007/08 Chile exportó 4.193 toneladas de ajos frescos por un valor de 5,9 millones de dólares, es decir, un 10% más en volumen que en la temporada anterior. Esta última fue la más baja de los últimos años, con 3.804 toneladas y 4,7 millones de dólares, lo que se debió a la disminución de las exportaciones a nuestro principal país de destino, México (tabla 4).

<b>Tabla 4. Exportaciones chilenas de ajos frescos</b>				
<b>Temporada</b>	<b>Volumen (toneladas)</b>	<b>Variación % temporada</b>	<b>Valor (miles de US\$)</b>	<b>Variación % temporada</b>
sep 2000/ago 2001	8.269	--	8.552	--
sep 2001/ago 2002	8.782	6	12.635	48
sep 2002/ago 2003	11.058	26	12.651	0
sep 2003/ago 2004	9.970	-10	9.557	-24
sep 2004/ago 2005	7.108	-29	7.440	-22
sep 2005/ago 2006	4.593	-35	5.552	-25
sep 2006/ago 2007	3.804	-17	4.770	-14
sep 2007/ago 2008	4.193	10	5.965	25

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

México y España son los principales mercados para las exportaciones de ajo de Chile. Los envíos a estos dos países en conjunto alcanzan a 3.855 toneladas, es decir, el 92% del volumen total exportado. Durante la última temporada se exportaron más de 2.500 toneladas al México, es decir, el 61% del total enviado al exterior, lo que significa un aumento de 49% en comparación a la temporada anterior. Le siguen las exportaciones a España, con casi 1.300 toneladas (31% del total), lo que significa una disminución de 24% respecto a la temporada anterior. Como se observa en la tabla 5, hubo ventas interesantes a otros mercados, como los EE.UU. (223 toneladas), Haití (48 toneladas) y Holanda (44 toneladas). Hay que señalar además que en esta temporada no se registraron exportaciones a algunos mercados que antes han sido importantes, como Ecuador, Argentina y Brasil.

<b>Tabla 5. Exportaciones chilenas de ajos frescos según país de destino</b>			
<b>País</b>	<b>09/2006 a 08/2007</b>	<b>09/2007 a 08/2008</b>	<b>Variación %</b>
<b>Volumen (kilos)</b>			
México	1.718.520	2.567.600	49
España	1.699.078	1.287.300	-24
EE.UU.	174.827	223.200	28
Haití	96.800	48.400	-50
Holanda	0	44.000	--
Territorio francés en América	22.000	22.000	0
Territorio británico en América	317	400	26
Reino Unido	12	200	1.567
Ecuador	53.760	0	-100
Argentina	23.000	0	-100
Brasil	15.640	0	-100
Corea del Sur	200	0	-100
<b>Total</b>	<b>3.804.154</b>	<b>4.193.100</b>	<b>10</b>
<b>Valor FOB (dólares)</b>			
México	1.939.107	3.703.300	91
España	2.149.138	1.616.900	-25
EE.UU.	464.897	504.000	8
Haití	105.600	52.800	-50
Holanda	0	57.200	--
Territorio francés en América	31.388	28.600	-9
Territorio británico en América	1.060	1.300	23
Reino Unido	36	500	1.289
Ecuador	21.504	0	-100
Argentina	30.913	0	-100
Brasil	25.806	0	-100
Corea del Sur	228	0	-100
<b>Total</b>	<b>4.769.677</b>	<b>5.964.600</b>	<b>25</b>
Fuente: elaborado por ODEPA con información del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras sujetas a variación por IVV.			

## EL MERCADO ARGENTINO

El principal competidor de Chile en materia de exportaciones de ajos es Argentina. Los productores argentinos de ajos son claramente dependientes del mercado externo, donde sus productos están compitiendo principalmente con China, el mayor productor y exportador mundial.

En Argentina se cultivaron 12.656 ha de ajos durante la temporada 2007/08, de las cuales 5.898 ha (47%) corresponden a ajo morado, 5.039 ha (40%) a ajo colorado y 1.719 ha (13%) a ajo blanco. Según información de Senasa, la provincia de Mendoza es la principal exportadora de ajos del país, con una participación de 93% sobre el total exportado durante los primeros siete meses de 2008.

En relación con el período 2006/07, en esta temporada se observó un crecimiento de 18% en la superficie plantada (1.922 ha). Sin embargo, los tres tipos de ajos mostraron una baja en los rendimientos, que cayeron en 23% en los ajos morados, 18% en los colorados y 16% en los blancos. El rendimiento promedio conjunto alcanzó a 12,87 ton/ha en 2007/08, frente a 13,83 ton/ha en promedio de 2006/07 para ajo cortado y pelado. Según tipo, los rendimientos medios de ajo limpio y seco según datos a febrero de 2008 fueron de 12,37 ton/ha para el ajo morado; de 10,15 ton/ha para el colorado y de 8,14 t/ha para el ajo blanco.

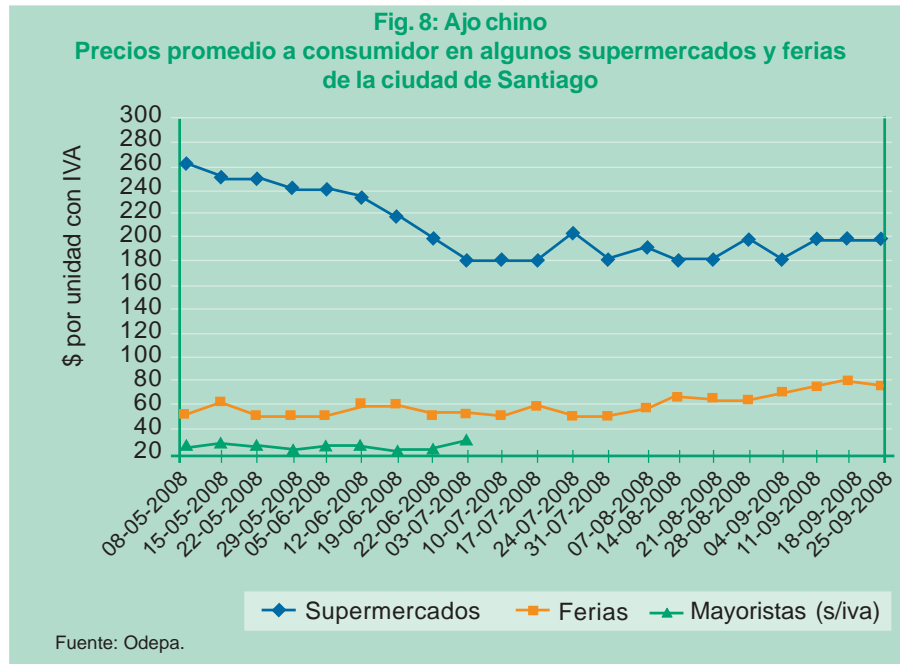
A partir de la temporada 2004/05, las superficies de ajo colorado y morado se han igualado, a partir de la decisión de los productores de variar sus cultivos hacia el ajo comercial morado, lo que ha ocurrido durante las últimas siete temporadas. Esta elección por el tipo morado, de menor pungencia, ha disminuido de manera muy marcada la producción de las otras variedades. La producción de ajo morado comenzó a incentivarse principalmente porque los productores lograron buenos rendimientos y facilidad para venderlo en el mercado brasileño, principal comprador, donde tiene muy buena aceptación. En la actualidad, de las más de 138 mil toneladas de ajo que produce Mendoza, casi 73 mil corresponden al tipo comercial morado, 51.175 toneladas a ajo colorado y tan sólo 14 mil a ajo blanco.

A julio de 2008, Argentina había exportado unas 67 mil toneladas de ajo por un valor de 71 millones de dólares, a un precio promedio de 1.063 dólares por tonelada. Este precio es 8% superior al registrado en 2007, lo que mantiene la tendencia al alza de los últimos tres años. Sin embargo, a pesar de este aumento en el precio promedio, la cantidad exportada cayó un 14% durante el período enero-julio de 2008. Esto se explica por la baja de 18% en las exportaciones de ajo hacia Brasil, principal destino del ajo mendocino, con más de 2/3 del total exportado, aunque con un precio medio levemente inferior (US\$ 999/ ton). El segundo destino en importancia es Francia, que representa el 8% de las exportaciones, pero a un precio promedio de US\$ 1.216//ton. España es el tercero, con 7% y el mejor precio medio (US\$ 1.280/ton).

Según SENASA, el bajo rendimiento no es el único problema que debe afrontar este sector, ya que además debe enfrentar los problemas de rentabilidad originados en el aumento de los costos y las retenciones a las exportaciones, la caída en la demanda de Brasil y la competencia de Chile.

## PRECIOS Y CONSUMIDORES

Las constantes alzas en los precios de los alimentos registradas durante las últimas temporadas, han llevado al Ministerio de Agricultura a realizar una serie de sondeos que buscan entregar información actualizada a los consumidores sobre las diferencias en los valores de productos, según el tipo de establecimiento y la zona donde está ubicado. Cada semana el Ministerio de Agricultura publica los precios de las frutas y verduras en las ferias y supermercados del Gran Santiago. Los estudios han mostrado la gran diferencia que existe entre los valores de los supermercados y los pequeños locales detallistas para un mismo producto. Frente a esta realidad, los consumidores han reaccionado modificando sus patrones de compra, buscando aquellos lugares que son más convenientes. Lo anterior ha obligado a los supermercados a adecuarse al nuevo perfil del consumidor, con ofertas más atractivas que han estrechado las grandes diferencias de precios entre ambos comercios, lo que se puede observar claramente en la figura 8. Esta información también está siendo de gran utilidad para conocer en más profundidad cómo se comporta en general el mercado de las frutas y hortalizas, y en este caso en particular, cómo se comporta el mercado del ajo.



## COMENTARIOS FINALES Y PERSPECTIVAS

Frente a las crecientes importaciones de ajo chino a bajos precios a nuestro país y la fuerte competencia para nuestras exportaciones en el mercado internacional, la perspectiva para la producción de ajo nacional se ve compleja.

Semejante situación de crisis están viviendo los productores de ajo europeos, debido a la entrada masiva de ajos procedentes de China, lo que ha hecho que productores españoles, representados a través de la Mesa Nacional del Ajo, y una delegación de productores franceses, llegaran hasta Bruselas con el fin de analizar la crisis del ajo a nivel europeo y presentaran una moción a la Comisión de la UE para defender este cultivo. En ella solicitan: i) aumentar el importe del arancel disuasorio para las importaciones que exceden el contingente asignado a China, de 1.200 euros/ton a 1800 euros/ton, con el objeto de paliar el incremento de los costos de producción y poner en el mercado el ajo comunitario; ii) unificar las partidas arancelarias de los ajos en la UE, para facilitar el control del fraude existente. Así todo el producto que pase la frontera fuera de contingente deberá hacerlo pagando el arancel disuasorio; iii) atendiendo a la seguridad alimentaria y pensando principalmente en el consumidor, se solicita que los ajos de China tengan los mismos protocolos de seguridad que se exigen a los productores europeos, cumplimiento de las normas de trazabilidad y seguridad alimentaria, y iv) intensificar el control del fraude e información pública de las sanciones impuestas como único mecanismo disuasorio. Hay que estar atentos a lo que ocurre con las importaciones de ajo de China a la UE, ya que esta situación podría tener un efecto en nuestras exportaciones, teniendo en cuenta que España es nuestro segundo país de destino.

Para enfrentar el complejo escenario nacional, se vislumbran algunas estrategias que el sector puede considerar. En el tema de la competencia de mercados, los productores de ajo nacionales deberían afrontar esta situación con una rebaja en los costos y con un producto de mejor calidad, lo que necesariamente pasa por el mejoramiento de la semilla. Usar materiales más sanos y de mayor pureza varietal, junto con una adecuada rotación de los campos, permitirá obtener mejores rendimientos y calidad. Una importante contribución en este sentido es la realizada por el Centro Experimental La Pampa de INIA Remehue, en la provincia de Osorno, donde se produce semilla certificada de ajo chilote, ajo blandino o gigante (*Allium ampeloprasum*).

Por otra parte, y como se ha visto en las cifras entregadas, el consumo de ajo rosado persiste en el país y presenta un precio más alto que el ajo proveniente de China. Este producto, además de tener características organolépticas distintas a las del ajo chino, tiene la posibilidad de guarda, lo que permite comercializarlo por un mayor período de tiempo. En este caso, la rotulación y diferenciación del producto