



ESTUDIO DE LA CADENA DE COMERCIALIZACIÓN Y VARIABILIDAD DE PRECIOS DE HORTALIZAS DE LA ZONA CENTRAL DE CHILE

EDUARDO ADOLFO PARRAGUEZ NAVARRO

INGENIERO AGRONOMO

RESUMEN

El consumo de hortalizas en el mundo ha experimentado un incremento significativo, motivado por los cambios en los hábitos alimenticios de los consumidores. En Chile, no ajeno a esta realidad, se producen más de 60 especies de hortalizas, las cuales son cultivadas por 121.000 productores en 195.193 hectáreas. Un 63,9 por ciento se concentra entre las regiones V a VII. Un 75 por ciento de esta superficie sembrada con hortalizas pertenece a pequeños y medianos productores (ONE, 2007)

El objetivo general de esta investigación es comprender el funcionamiento del mercado de hortalizas de la zona central de Chile. Además tiene dos objetivos específicos los cuales son: 1) descripción de la cadena de hortalizas de la zona central de nuestro país, identificando las relaciones entre los principales agentes que participan en ella. 2.) Estudio de la variabilidad y estacionalidad de precios de las hortalizas. Por cada objetivo específico se realizó una metodología diferente. Para la descripción de la cadena de comercialización se realizó un estudio de caso basado en entrevistas a informantes calificados. Para analizar la variabilidad y estacionalidad se realizó un análisis estadístico, que incluye la estadística descriptiva y la regresión lineal, para comprobar la hipótesis de que existe una estacionalidad de precios en las hortalizas a estudiar.

La cadena de comercialización de hortalizas está muy concentrada en mayoristas aunque los supermercados han disminuido esta concentración. Se pueden identificar tres grupos de intermediarios; los mercados mayoristas, los supermercados y los feriantes, quienes constituyen la mayor proporción oferente del mercado. De acuerdo a los productores, la venta a través de intermediarios tiene la ventaja que permite asegurar la venta del total del producto con pronto pago, tiene la desventaja de un menor precio de venta.

ABSTRACT

The vegetable consumption in the world had experienced a significant increase motivated by the changes in the alimentary habits of the consumers. In Chile, not wormwood from this reality, there are more than 60 species that are cultivated by 121.000 producers in 195.193 hectares. A 63,9 per cent is concentrated between the V and VII regions. A 75 per cent of this surface belongs to littles and mediums producers (ONE, 2007).

This research is about how working the vegetables market in the central area of Chile, it has two specific objectives: i) description of the vegetables chain in our country, ii) recognize the principal players involved in this, beside the research of variability, seasonality in the prices of vegetables. For the achievement of the objectives were used two methodologies: the case study description of marketing chain of vegetables from information obtained during interviews different stages and statistical analysis which includes descriptive statistics linear model to test the hypothesis that there is seasonality in the prices of vegetables to study.

The vegetable supply chain is concentrated towards the wholesale market, however, supermarkets have reduced this concentration. Three groups of intermediaries can be identified; wholesale market, supermarkets and free markets, which conformed the biggest proportion of the market: According to the producers, selling through intermediaries has the advantage of assuring total selling of the production and cash payment, has the disadvantage of lower price.

Vegetable products have a strong seasonality. During harvest period, all species analyzed in this study presented a reduction in price. The variable volume has also an effect in price, however it varies from species to species. Onion, from both qualities, is the species which price is most affected by traded volume, followed by corn, lettuce and tomato. It can be seen that when the traded volume increases, the price has a considerable reduction.